

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI  
DALAM PENGELOLAAN DANA ZAKAT  
PROFESI DI BADAN AMIL ZAKAT  
NASIONAL (BAZNAS) KOTA BIMA**

**Nurarafah, Istika Ahdiyanti**  
Mahaasiswa Pasca Sarjana  
UNHAS, STKIP BIMA  
nurarafah.ikom@gmail.com,  
istikasosio19@gmail.com

**Abstract**

*The results showed that in analyzing the communication strategy of the zakat fund management organization of Baznas Bima City Baznas Bima City developed a communication strategy by (1) optimizing the internal communication function of Baznas by improving vertical and horizontal communication in the Baznas Bima City environment and providing guidance through cadres. Then optimize external communication by forming direct relationships with institutions and trying to take a direct approach to socializing the zakat awareness movement. then Baznas Kota Bima also has supporting factors and factors that hinder organizational communication in managing zakat funds. Supporting factors include the professionalism of amil zakat, while the inhibiting factors include the existence of fraudulent acts of data carried out by UPZ urban villages and institutions and the minimal use of social media in conducting zakat awareness movement campaigns.*

*Keywords: Strategy, organizational communication, professional zakat management*

**Abstrak**

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menganalisis strategi komunikasi organisasi pengelolaan dana zakat Baznas Kota Bima Baznas Kota Bima menyusun strategi komunikasi dengan cara (1) mengoptimalkan fungsi komunikasi internal Baznas dengan cara memperbaiki komunikasi vertical dan horizontal di lingkungan Baznas Kota Bima dan melakukan pembinaan melalui pengakaderan. Kemudian mengoptimalkan komunikasi eksternal dengan cara membentuk hubungan secara langsung dengan instansi dan berupaya melakukan pendekatan langsung untuk melakukan sosialisasi gerakan sadar zakat. kemudian Baznas Kota Bima juga memiliki faktor pendukung dan faktor yang menghambat*

*komunikasi organisasi dalam pengelolaan dana zakat. faktor pendukung meliputi profesionalisme amil zakat sedangkan faktor yang menghambat meliputi masih adanya tindakan kecurangan data yang dilakukan oleh UPZ kelurahan maupun intansi dan minimnya penggunaan media sosial dalam melakukan kampanye gerakan sadar zakat.*

***Kata Kunci : Strategi, komunikasi organisasi, pengelolaan zakat profesi***

## **A. Pendahuluan**

Organisasi membutuhkan suatu proses untuk melakukan beberapa hal yakni melakukan perencanaan, pengambilan keputusan, pengawasan keuangan, memantau kegiatan organisasi, dan tindakan mengordinasi kegiatan yang berkaitan dengan organisasi itu sendiri. Dalam organisasi, manajemen adalah elemen yang paling penting, formal dan sangat terlihat dalam fungsi sehari-hari dan jangka panjang. (Ruben & Stewart. 2017: 328)

Organisasi juga merupakan suatu koordinasi yang bersifat rasional yang melibatkan kegiatan sejumlah orang untuk mencapai tujuan bersama yang menjadi target utama untuk dicapai dalam suatu organisasi dan hal ini dilakukan dengan cara mengadakan pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. (Muhammad 2008: 23).

Effendi (2012: 112) mengatakan bahwa kehidupan organisasi dalam proses terdiri dari dua dimensi yaitu dimensi komunikasi internal dan dimensi komunikasi eksternal. Komunikasi internal dalam suatu organisasi terjadi pada saat pertukaran ide atau gagasan itu berlangsung secara horizontal dan vertikal di dalam organisasi yang menyebabkan pekerjaan (operasi dan manajemen) berlangsung sedangkan komunikasi eksternal adalah semua cara yang dilakukan oleh organisasi untuk berkomunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi.

Badan amil zakat yang termasuk dalam menerapkan komunikasi organisasi ialah badan amil zakat nasional di Kota Bima akan tetapi penerapan komunikasi organisasi ini belumlah maksimal hal ini berdasarkan hasil penelitian dari (Thalib & Irwan, n.d.) yang dilakukan Baznas Kota Bima dalam observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa rendahnya atau minimnya zakat yang masuk disebabkan oleh lemahnya dalam aspek pencitraan atau bisa dikatakan rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat pada organisasi amil zakat. Dan hal ini disebabkan oleh kurang optimalnya fungsi komunikasi dalam organisasi Baznas. (Thalib & Irwan, n.d.)

Pengelolaan dana zakat profesi di Baznas Kota Bima masih sangat jauh dari harapan dikarenakan dana zakat yang terkumpul masih sebatas pada pendapatan PNS yang langsung diambil dari setiap pendapatan PNS muslim setiap bulannya sedangkan ketenagakerjaan yang lainnya belum menjadi sasaran dari Baznas Kota Bima hal ini dikarenakan kurang efektifnya penerapan saluran komunikasi organisasi badan amil zakat nasional Kota Bima.

Saluran komunikasi di Baznas dapat dibagi menjadi dua yakni saluran komunikasi internal organisasi dan saluran komunikasi eksternal organisasi.

Permasalahan di atas dapat disimpulkan bahwa kurangnya kepercayaan masyarakat, serta tidak tersampainya informasi terkait zakat ialah disebabkan oleh kurang efektifnya mengfungsikan komunikasi dalam suatu organisasi. Dan pengelolaan dana zakat profesi yang masih terbatas pada pendanaan satu bidang yakni bersumber pada dana zakat profesi dari PNS dan hal ini juga dikarenakan kurangnya strategi komunikasi organisasi dalam pengelolaan dana zakat profesi. Dan peneliti ingin menelaah lebih jauh terkait bagaimana analisis strategi komunikasi organisasi badan amil zakat nasional Kota Bima dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan meningkatkan jumlah zakat profesi dari berbagai bidang ketenagakerjaan.

### **Komunikasi Organisasi**

Komunikasi suatu organisasi memberikan pemahaman terkait peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam lingkungan organisasi yang melibatkan terjadinya komunikasi di lingkungan internal dan eksternal organisasi itu sendiri dan komunikasi yang dimaksud ialah adanya tindakan yang dilakukan berdasarkan instruksi dari pimpinan dan apakah intruksi sudah dilaksanakan dengan benar oleh bawahannya ataupun bagaimana bawahannya mencoba menyampaikan keluhan kepada pimpinan.

Redding dan Sanborn dalam Muhammad (2007:65), komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks, yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelolaan, komunikasi downward atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi Upward atau komunikasi dari bawahan kepada atasan.

Katz dan Kahn (dalam Muhammad, 2007:65), menyatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Kahn organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungan dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan. Zelko dan Dance (dalam Muhammad, 2007:66), mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi yang terjadi dalam lingkungan organisasi itu sendiri dan komunikasi internal terjadi ketika adanya pertukaran informasi atau pesan yang dilakukan oleh pimpinan ke bawahan atau dari bawahan ke pimpinan, dan komunikasi sesama tingkatannya atau yang sesama karyawan (staff). Sedangkan komunikasi eksternal adalah komunikasi yang terjadi pada saat adanya informasi atau pesan yang berkaitan

dengan pihak luar organisasi atau khalayak dan hal ini lakukan untuk membentuk hubungan yang baik dengan pihak eksternal organisasi

Tujuan komunikasi organisasi antara lain untuk memberikan informasi yang baik kepada pihak eksternal organisasi maupun pihak internal organisasi, dan juga bertujuan untuk memperoleh pengaruh, solusi dari persoalan, penetapan dalam pengambilan keputusan, melakukan perubahan-perubahan, pembentukan kelompok kerja serta dapat dijadikan untuk menjaga pintu keluar-masuk dengan pihak-pihak luar organisasi, (Husein. 1998: 27).

Penelitian berpatokan pada kerangka konseptual yang meliputi:



### Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pendekatan secara kualitatif dan penelitian ini secara formal berdasarkan perencanaan selama 2 bulan yaitu bulan November 2020 sampai dengan bulan Januari 2020 dengan lokasi penelitian di wilayah Kota Bima. Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan dikarenakan selain mayoritas penduduk Kota Bima hampir seluruhnya memeluk agama islam dan tenaga kerja yang terus bertambah dan dana zakat profesi yang hanya ditarik dari PNS dan penarikan dana zakat profesi PNS tidak dihitung berdasarkan pendapatan dan jumlah tunggakan yang dimiliki akan tetapi langsung ditarik dan dikurangi dari nominal gaji PNS.

Sumber data penelitian ini bersumber pada data skunder dan data primer dengan menggunakan teknik memperoleh informasi melalui wawancara, interview dan observasi secara langsung, peneliti memilih informan dengan menggunakan cara informan dipilih secara purposif informan dan dengan snowballa technique sampai mencapai taraf ketuntasan penelitian, artinya informan yang diperlukan adalah informan yang telah memadai dan memahami persoalan zakat profesi. Dan adapun informan yang dipilih sebagai berikut: Ketua Baznas Kota Bima, Wakil ketua Baznas Kota Bima 4 orang, staff Baznas Kota Bima selaku pengelola dana zakat 1 orang, Muzakki zakat profesi 3 orang, Mustahiq.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak terjun ke lapangan (di Baznas Kota Bima) dengan melakukan observasi dan melakukan wawancara lebih mendalam untuk memperoleh data yang terkait dengan penelitian. Data yang diperoleh diolah dengan cara mengorganisasi data, menjabarkan, menganalisis, menyusun sesuai dengan topik permasalahan dalam penelitian dan dibuatkan kesimpulan.

## **HASIL PENELITIAN**

Strategi komunikasi organisasi badan amil zakat nasional (Baznas) Kota Bima dalam pengelolaan dana zakat profesi.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di Baznas Kota Bima bahwa untuk meningkatkan dana zakat profesi amil selaku pengelola dana zakat menyusun strategi komunikasi secara sistematis, sebagai upaya untuk merubah pengetahuan, sikap dan tingkah dari sasaran dalam peningkatan dana zakat profesi. Untuk peningkatan dana zakat profesi Baznas menyusun strategi komunikasi organisasi dengan cara lebih memperhatikan komunikasi internal dan eksternal di lingkungan Baznas

1. Strategi komunikasi organisasi internal Baznas Kota Bima antara lain:

a. Mengoptimalkan fungsi komunikasi internal Baznas

Komunikasi internal Baznas merupakan pemanfaatan saluran komunikasi vertical dan horizontal di dalam lingkungan Baznas Kota Bima dan upaya ini dilakukan sebagai media untuk menghubungkan informasi antara pimpinan Baznas dengan staff Baznas atau amil zakat maupun antara staff Baznas dengan sesama staf Baznas.

b. Memberikan pelatihan dan pembinaan amil zakat

Peningkatan kualitas kinerja amil akan memberi pengaruh tersendiri dalam peningkatan dana zakat profesi karena dana zakat profesi amil dihadapkan dengan orang-orang yang cukup kritis dalam persoalan zakat sebab sasaran dari zakat profesi Baznas Kota Bima ialah seluruh ASN yang terdata di Kota Bima dan proses pendekatan ialah pendekatan secara langsung dan juga menggunakan media sosialisasi

2. Strategi komunikasi organisasi dilingkungan eksternal Baznas

Strategi komunikasi eksternal Baznas ialah cara yang digunakan oleh pengelola dana zakat dalam membentuk suatu hubungan yang baik antara instansi yang masuk dalam sasaran zakat profesi jika sebelumnya Baznas Kota Bima mengambil dana zakat hanya bersumber dari muzakki yang berprofesi sebagai ASN dan kali ini Baznas Kota Bima sengaja menyusun strategi peningkatan dana zakat profesi dengan cara membina hubungan dengan instansi lain pembinaan hubungan ini lakukan untuk mempermudah amil zakat dalam melakukan sosialisasi secara langsung di beberapa instansi yang menjadi target Baznas Kota

Bima yakni: BUMN, BUMD, KAPOLDA, DEPAG dan instansi lainnya yang memenuhi standar kelayakan dalam membayar zakat profesi

Beberapa cara yang diterapkan oleh Baznas Kota Bima memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan dana zakat profesi di Baznas Kota Bima dan strategi yang diterapkan ini merupakan salah satu strategi yang mereka susun berdasarkan pengalaman yang mereka lakukan selama berprofesi sebagai amil zakat. Baznas Kota Bima menekankan kinerja yang penuh inovasi dengan berupaya menggunakan teknologi sebagai media untuk mendukung kinerjanya. Dulu pengelolaan dana zakat di Baznas Kota Bima masih bersifat tradisional dimana amil zakat harus mengumpulkan secara langsung di upz instansi dan semakin berkembangnya zaman zakat profesi sekarang bisa dibayar secara langsung melalui rekening Baznas yang baru-baru dirilis oleh Baznas Kota Bima.

Selain itu untuk mempermudah penarikan dana zakat upaya ini dijadikan sebagai jalan untuk Baznas bisa membentuk hubungan dengan pihak bank yang ada di Kota Bima sehingga calon muzakki zakat profesi semakin banyak dan peningkatan dana zakat profesipun akan terlihat ketika pihak Baznas berhasil membentuk hubungan kerja yang baik serta mampu merubah status calon muzakki menjadi muzakki zakat profesi.

Praktik-praktik komunikasi internal dalam komunikasi organisasi sangat penting didasarkan pada teori sistem dan model strategi hubungan staff. Teori sistem menjelaskan aktivitas komunikasi yang terjadi dalam organisasi (sistem) hubungan lingkungan eksternal. Teori sistem adalah teori yang sistematis menjelaskan “dalam dan luar” dari pesan dalam sebuah organisasi dan bagaimana hal tersebut dikelola secara pesan internal dan masukan eksternal yang efektif dengan demikian penerapan teori sistem dalam organisasi Baznas Kota Bima sangat penting dikarenakan setiap kinerja yang dilakuka perlu adanya komunikasi internal untuk melakukan manajemen dalam pengelolaan dana zakat profesi dan juga perlu komunikasi eksternal untuk menganalisis bagaimana kondisi muzakki zakat profesi dan bagaimana kriteria pendistribusian terhadap kelayakan mustahiq.

Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan teori sistem umum yang dikemukakan oleh scott “. Ia mengemukakan bahwa pembagian penting organisasi sebagai sistem adalah individu dan kepribadian orang dalam organisasi; terstruktur formal, pola interaksi yang formal, pola status dan peranan yang menimbulkan harapan dan lingkungan fisik yang bekerja. Baznas menerapkan hal ini sebagai penunjang untuk meningkat kinerja serta berupaya menarik kepercayaan masyarakat sebagai bentuk dari keberhasilan dari visi dan misi yang telah ditargetkan sebelumnya.

Faktor pendukung dan penghambat komunikasi organisasi badan amil zakat nasional (Baznas) Kota Bima dalam pengelolaan dana zakat profesi

## 1. Faktor pendukung

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Kota Bima menunjukkan bahwa dalam pengelolaan dana zakat Baznas mempunyai faktor pendukung yang mampu mempengaruhi setiap aktivitas dalam menjalankan roda organisasi dan dalam merelisasikan tujuan zakat melalui organisasi pengelolaan zakat di Baznas Kota Bima, faktor dari profesioanalnya amil zakat memegang peranan yang penting karena amil zakat di Baznas Kota Bima memiliki kemampuan untuk berfikir dan bertindak kreatif dan inovasi dalam mengembangkan dana zakat. adanya sikap professional dari amil memberi pengaruh tersendiri untuk menarik perhatian muzakki zakat profesi.

Profesionalisme merupakan kemampuan dalam melakukan perencanaan, pengoordinasian dan mampu melaksanakan fungsinya secara efisien, serta mempunyai etos kerja tinggi. Menurut Siagian dikutip Anshori profesionalisme adalah kemampuan dalam melaksanakan tugas sehingga tercapai dengan mutu tinggi, waktu yang tepat, cermat dan dengan prosedur yang mudah dipahami dan diikuti oleh masyarakat. Dalam pengelolaan dana zakat sikap professional dari amil zakat sangat diperlukan dalam menumbuh kembangkan dana zakat profesi dikarenakan Pengelolaan zakat secara professional dilakukan secara terampil dan menguasai permasalahan terkait persolan zakat. Kemampuan amil zakat selaku komunikator sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan muzakki selaku khalayak dari sasaran zakat profesi, semakin berkualitas seseorang yang terlibat dalam pengelolaan maka akan semakin tinggi daya tarik muzakki untuk membayar zakat profesi. Kemampuan atau kualitas seseorang tergantung pada keterampilan dan pengetahuan, unsur pengetahuan dan keterampilan merupakan kemampuan yang didapat melalui pendidikan formal dan informal yang berpotensi yang sangat besar untuk melakukan pekerjaan secara efektif. Seseorang tidak akan cukup berlatarbelakang pendidikan saja atau keterampilan yang dimiliki, melainkan pengalaman yang diperoleh juga turut menentukan kemampuan dalam melaksanakan tugasnya.

## 2. Faktor yang menghambat

Hambatan atau gangguan berkomunikasi merupakan pengaruh dari “dalam” dan “luar” individu atau lingkungan yang merusak aliran informasi atau pesan yang dikirim atau diterima. Di Baznas Kota Bima ada beberapa hambatan yang menghambat komunikasi organisasi dalam pengelolaan dana zakat dan berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan hambatan tersebut antara lain;

### a. Adanya kecurangan data yang dilakukan upz

Berdasarkan hasil penelitian bahwa segala aktivitas Baznas baik berupa penarikan maupun pendistribusian tidak lepas dari bantuan dari UPZ (unit pengumpul zakat) pada saat pendistribusian terkadang data yang diberikan oleh UPZ terkadang tidak sesuai dengan data realnya yang terjadi dilapangan selain itu data yang diberikan terkadang tidak diperiksa

dengan baik terkait data mustahiq yang sudah menerima dan belum menerima, tidak adanya pembagia yang jelas dilakukan oleh pihak UPZ sehingga proses pendistribusian terkesan tidak merata di kalangan masyarakat dan ini secara tidak langsung memicu adanya sifat sentimental antar sesama masyarakat dan terkadang peristiwa ini memicu terjadi diskriminasi dari masyarakat terhadap pengelolaan dana zakat di Baznas Kota Bima.

b. Minimnya penggunaan media kampanye sadar zakat

Pemanfaatan media yang masih sangat minim merupakan salah satu hambatan yang sangat urgen untuk dicarikan solusi dikarenakan perkembangan teknologi sekarang marak digunakan sebagai media untuk promosi yang terbaik untuk mempromosikan jasa maupun produk dari organisasi, organisasi berlomba-lomba menciptakan kreativitas kampanye melalui media sosial akan tetapi Baznas Kota Bima masih berkencimpun pada keyakinan bahwa media yang digunakan cukup strategis dengan menggunakan pendekatan secara langsung dan melalui ceramah di mimbar

Baznas Kota Bima hanya menggunakan platform media sosial facebook sebagai media promosi akan tetapi media tersebut tidak terlalu aktif digunakan dikarenakan minimnya kreativitas atau kurangnya pengetahuan staff dalam mengelola informasi melalui media sosial.

## **KESIMPULAN**

Strategi komunikasi organisasi yang dilakukan Baznas Kota Bima dilakukan dengan cara mengoptimalkan fungsi komunikasi internal dan eksternal di lingkungan, dalam pengelolaan dana zakat profesi Baznas kota memiliki faktor yang mendukung dan menghambat dalam pengelolaan dana zakat dan adapun faktor pendukungnya antara lain profesionalisme amil zakat dengan adanya tindakan profesional dari kineja amil zakat mempengaruhi daya tarik muzakki zakat profesi. Dan faktor yang menghambat dalam pengelolaan dana zakat antara lain adanya kecurangan data yang dilakukan oleh UPZ dan minimnya penggunaan media sosial dalam melakukan kampanye geraka sadar zakat. Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian di jadikan sebagai pengurai dari setiap aktivitas dan mencari solusi dari setiap hambatan-hambatan yang ada di lingkungan Baznas Kota Bima



## Referensi

- Afifudin, Beni Ahmad Saebani. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif Praktik. Bandung: Pustaka Setia
- Arikunto, Suharsini. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Rineka Cipta: Jakarta
- Cangara Hafied. (2014). Perencanaan & Strategi Komunikasi. Jakarta: PT Grafindo Persada
- Efendy. Onong Unhjana. (2016). Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hadi, Muhammad. (2010). Problema Zakat Profesi & Solusinya Sebuah Tinjauan Sosiologi Hukum Islam. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Mattew B. Milles Dan A. Michael Huberman, 1992. Analisis Data Kualitatif, Jakarta : Ui-Press: Jakarta.
- Muhammad, Arni. 2008. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ruben. Brent D & Stewart. Lea P. Komunikasi Dan Perilaku Manusia. Terjemahan Ibnu Hamad. Ed. 5 . Cet. 1. Jakarta: Rajawali Pers
- Ruslana, Poppy. (2016). Komunikasi Organisasi Teori Dan Studi Kasus. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Sendjaja. (1994). Teori-Teori Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka
- Thalib, H., & Irwan, M. (N.D.) (2017). Jurnal Model Pengelola Zakat Untuk Mengatasi Kemiskinan Di Kota Bima.
- Umar, Husein. (1998) Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi. Jakarta: Gramedia Pustaka.