

SKRIPSI

PERANAN BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT) ASSYAFI'YAH TERHADAP PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH, DAN WAKAF (ZISWAF)

Oleh:

**TARA ADITYA PRATAMA
NPM. 1502100223**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M**

**PERANAN BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT)
ASSYAFI'YAH TERHADAP PENINGKATAN MINAT
MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN ZAKAT, INFAQ,
SHADAQAH, DAN WAKAF (ZISWAF)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

TARA ADITYA PRATAMA
NPM. 1502100223

Pembimbing I : Nety Hermawati, S.H., M.A., M.H.
Pembimbing II : Fitri Kurniawati, M.E.Sy.

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Tara Aditya Pratama**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _____
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan
seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **TARA ADITYA PRATAMA**
NPM : 1502100223
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **PERANAN BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT)
ASSYAFT'YAH TERHADAP PENINGKATAN MINAT
MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN ZAKAT, INFAQ,
SHADAQAH, DAN WAKAF (ZISWAF)**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.
Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima
kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 29 Juni 2020

Pembimbing I,



Nety Hermawati, SH, MA, MH
NIP. 19740904 200003 2 002

Pembimbing II,



Fitri Kurniawati, M.E.Sy
NIDN. 2012068701

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PERANAN BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT) ASSYAFF'IVAH TERHADAP PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH, DAN WAKAF (ZISWAF)**

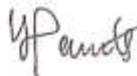
Nama : **TARA ADITYA PRATAMA**
NPM : 1502100223
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**
Jurusan : **S1 Perbankan Syariah**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

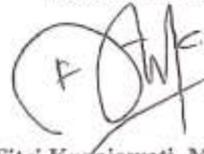
Metro, 29 Juni 2020

Pembimbing I,



Nety Hermawati, SH, MA, MH
NIP. 19740904 200003 2 002

Pembimbing II,



Fitri Kurniawati, M.E.Sy
NIDN. 2012068701



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: 2390/10-28.3/0/PP-00-9/08/2020

Skripsi dengan judul: PERANAN BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT) ASSYAFI'YAH TERHADAP PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH, DAN WAKAF (ZISWAF), disusun oleh: Tara Aditya Pratama, NPM. 1502100223, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Selasa, 21 Juli 2020.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Nety Hermawati, SH., MA., MH

Pembahas I : Liberty, SE., MA

Pembahas II : Fitri Kurniawati, M.E.Sy

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, SHL., MSI



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



ABSTRAK

PERANAN BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT) ASSYAFI'YAH TERHADAP PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH, DAN WAKAF (ZISWAF)

OLEH :
TARA ADITYA PRATAMA
NPM. 1502100223

Zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) difungsikan sebagai salah satu sarana untuk mengentaskan kemiskinan. Zakat merupakan penopang dan tambahan meringankan beban pemerintah dalam menciptakan pemerataan dan pengurangan kemiskinan. Zakat bukan usaha pribadi melainkan memerlukan campur tangan suatu lembaga keuangan Islam atau instansi yang mempunyai kewenangan dalam mengelola ZISWAF. BMT Assyafi'iyah sebagai lembaga intermediasi yang menghimpun dan mendistribusikan dana ZISWAF dimana kantor ini secara khusus mengelola dana ZISWAF yang menitikberatkan pada aspek sosial namun terdapat permasalahan dalam mengelola ZISWAF ini yaitu kurangnya sosialisasi pihak BMT untuk melakukan pembinaan kepada masyarakat tentang zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF).

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) dan sifat penelitian menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data primer adalah kepala cabang, kepala divisi Baitul Maal, marketing Baitul Maal, dan masyarakat wilayah kerja BMT Assyafi'iyah Kota Gajah. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Analisis data peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu data yang diperoleh diuraikan sedemikian rupa disertai pembahasan kemudian disimpulkan secara umum.

Hasil penelitian mengenai peranan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah terhadap peningkatan minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) menjadi salah satunya adalah menjadi perantara keuangan antara agnia (yang berhutang) sebagai *shahibul maal* dengan *duafa* sebagai *mudharib*, terutama untuk dana social seperti zakat, infaq, sedekah wakaf hibah dll. Dalam pengelolaannya *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah telah melakukan beberapa program penyaluran dan pendayagunaan seperti pemberdayaan ekonomi dhuafa, beasiswa pendidikan dhuafa, desa binaan kampung berkah dan *charity*. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah juga menyalurkan dana sosial tersebut melalui program-program sosial dalam mengoptimalkan dana zakat, infaq, sadaqoh, daqah dan wakaf kepada orang yang berhak menerima dan membutuhkannya. Program-program penyaluran zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Namun kurangnya kesadaran dan kepedulian masyarakat, serta masih rendahnya kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan khususnya *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tara Aditya Pratama
NPM : 1502100223
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini keseluruhan adalah hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 29 Juni 2020



Tara aditya pratama
Npm. 1502100223

MOTTO

وَاعْلَمُوا أَنَّمَا غَنِمْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ لِلَّهِ حُمُسَهُ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ إِن كُنْتُمْ آمَنْتُمْ بِاللَّهِ
وَمَا أَنْزَلْنَا عَلَىٰ عَبْدِنَا يَوْمَ الْفُرْقَانِ يَوْمَ التَّقَىٰ الْجَمْعَانِ ۗ وَاللَّهُ
عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya : Ketahuilah, sesungguhnya apa saja yang dapat kamu peroleh sebaai rampasan perang, maka sesungguhnya seperlima untuk Allah, Rasul, kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin, dan ibnusabil, jika kamu beriman kepada Allah dan kepada apa yang kami turunkankepada hambam kami (Muhammad) di hari furqaan, yaitu hari bertemunya dua pasukan, dan Allah maha kuasa atas segala sesuatu (Q.S. Al-Anfal (8) : 41)¹

¹ Taufik Damas, Toyib Arifin, Zulfikar, *Al-Hakam Al-Qur'an Tafsir Per Kata*, Cet. ke-3 (Jakarta: PT Suara Agung Jakarta, 2014), 183.

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Saya persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak Sukamdi dan Ibu Nur Seha yang tidak pernah lelah mendo'akan dan mendukung peneliti baik dalam bentuk moril materil serta tak pernah henti memberikan kasih sayang dan motivasi yang tiada batas.
2. Ibu Nety Hermawati, S.H., M.A., M.H. selaku pembimbing I yang selalu sabar memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat berharga.
3. Fitri Kurniawati, M.E.Sy selaku pembimbing II yang selalu sabar memberikan pengarahan dan bimbingan hingga skripsi ini selesai.
4. Teman-teman seperjuangan khususnya untuk wahyu Saputra, Muhammad Najib, Sidik Maulana, Fickri Iban wiguna yang telah memberi semangat dan motivasi.
5. Almamater IAIN Metro tempatku menuntut ilmu dan memberikan pelajaran-pelajaran intelektual yang berharga.

Semoga orang-orang yang berjasa hingga skripsi ini selesai dibalas dengan pahala yang berlipat-lipat ganda dari Allah SWT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Jurusan S1-Perbankan Syariah guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda dan ibunda tercinta yang senantiasa memberikan doa dan dukungan untuk anaknya sehingga dapat menyelesaikan pendidikan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
3. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Reonika Puspita Sari M.E.Sy selaku ketua jurusan S1-Perbankan Syariah.
5. Ibu Nety Hermawati, SH., MA., MH, selaku pembimbing I dan Fitri Kurniawati, M.E.Sy selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.

6. Seluruh dosen dan staff yang telah memeberikan bimbingan kepada peneliti.
7. Almamater tercinta IAIN Metro dan sahabat-sahabat angkatan 2015 yang saya sayangi.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga penelitian yang telah dilakukan ini kiranya dapat bermanfaat.

Metro, 29 Juni 2020
Peneliti,



Tara Aditya Pratama
NPM.1502100223

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf (ZISWAF)	11
1. Zakat.....	11
2. Infaq	16
3. Shadakah	17
4. Wakaf	19
B. Peran Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Dalam Menarik Minat Masyarakat Untuk Melakukan Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf (ZISWAF)	22
1. Pengertian Peranan <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	22
2. Pengertian <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	23
3. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) dalam Mencari Donatur Dana Sosial	26
C. Strategi Meningkatkan Minat Masyarakat.....	27
1. Pengertian Minat Nasabah.....	27
2. Strategi dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf (ZISWAF)	29
3. Strategi Kepuasan Nasabah	31
4. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa	33

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis dan Sifat Penelitian	35
	B. Sumber data	36
	C. Teknik Pengumpulan data	37
	D. Teknik analisis data	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
	1. Sejarah Berdiri <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah	41
	2. Visi dan Misi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah	42
	3. Struktur Organisasi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah	43
	4. Tugas dan Fungsi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah.....	43
	B. Peranan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Assyafi'iyah Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Melakukan Zakat, Infaq, Shadaqah, Dan Wakaf (Ziswaf).....	44
	C. Analisa Peranan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Assyafi'iyah Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Melakukan Zakat, Infaq, Shadaqah, Dan Wakaf (ZISWAF).....	55
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	60
	B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1. Jumlah Donatur ZISWAF..... 6

DAFTAR GAMBAR

4.1	Skema Pengurus dan Pengawas <i>Baitul maal wa tamwil</i> (BMT) Assyafi'iyah	42
-----	--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pembimbing Skripsi

Lampiran 2 Surat Tugas

Lampiran 3 Surat Izin Reaserch

Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Pustaka

Lampiran 5 Alat Pengumpul Data

Lampiran 6 Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi

Lampiran 7 Dokumentasi

Lampiran 8 Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ajaran Islam membahas tentang tata hubungan yang harus dipelihara para pemeluknya. Keduanya disebut dengan dua kalimat “*hablum minallah wa hablum minanas*”. terjemah *harfiahnya* tali Allah dan tali manusia, hubungan itu dilambangkan dengan tali, karena menunjukkan ikatan atau hubungan antara manusia dengan Tuhan dan manusia dengan manusia. Untuk mencapai tujuan itulah umat Islam harus menjalankan ibadah pokok yaitu solat, dan ibadah yang lain yaitu zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF).¹

Zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf merupakan ibadah *maliyah* yang mempunyai dimensi dan fungsi sosial ekonomi atau pemerataan karunia Allah dan juga merupakan solidaritas sosial, pernyataan rasa kemanusiaan dan keadilan.² Dengan populasi muslim yang besar, seharusnya Indonesia memiliki potensi dana sosial yang besar sebagai salah satu instrumen dalam pembangunan ekonomi.³ Akan tetapi selama ini pengelolaan dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf dianggap kurang efektif bagi masyarakat. Dianggap kurang efektif karena selama ini masyarakat merasa kurang transparansinya dari pihak lembaga.⁴

¹ Mohammad Daud Ali, *Sistem ekonomi Islam: zakat dan wakaf*, Cet. ke-1 (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 1988), 29.

² Andri Soemitra, *Bank dan lembaga keuangan syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), 408.

³ Nurul Huda et al., *Zakat Perspektif Mikro-Makro* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 119.

⁴ Survey, Wawancara Kepada Bapak Sutrisno Sebagai Masyarakat Kota Gajah Pada Tanggal 08 November 2019, Pukul 09.37 WIB.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh *Islamic Development Bank* bahwa *estimasi* dana zakat Indonesia pada tahun 2013 mencapai 217 triliun. Namun pada taraf praktek, data Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menyebutkan dari Rp 217 triliun potensi zakat di Indonesia baru terserap dan dikelola oleh lembaga amil zakat sebesar Rp 2,73 triliun atau hanya sekitar satu persen. Dengan demikian, disimpulkan bahwa masih banyak muslim yang tidak membayarkan zakatnya melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ), atau mereka menyalurkan zakatnya secara langsung kepada para penerima zakat (*ashnaf tsamaniyah*) atau bahkan mereka tidak membayar atau mengeluarkan zakat.⁵ Hal tersebut tidak lepas dari pelaksanaan penghimpunan maupun pengelolaan dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf oleh *baitul maal wa tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah.

Dalam rangka meningkatkan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) yang harus dikelola secara melembaga dan profesional sesuai dengan syariat Islam yang dilandasi dengan prinsip amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi, dan akuntabilitas. Untuk itu dibentuk Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang secara kelembagaan mempunyai kewenangan untuk melakukan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat secara nasional.⁶

⁵ Royyan Ramdhani Djayusman et al., "Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (Studi kasus di LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo)," *Islamic Economics Journal* 3, no. 1 (11 Juni 2017): 55, <https://doi.org/10.21111/iej.v3i1.1383>, diunduh pada 13 November 2019.

⁶ Hanisyah Hasibuan, "Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat Infaq Dan Shadaqah Pada Badan Amil Zakat Nasional Sumatera Utara." (skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019), 4, <http://repository.uinsu.ac.id/5864/>, diunduh pada 13 November 2019.

Kinerja lembaga *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) sebagai Bank syari'ah yang memberikan jenis jasa keuangan. Lembaga ini penting bagi perekonomian karena memberikan jasa simpanan dan pembiayaan.⁷ Ketika Indonesia mengalami masa sulit selama krisis ekonomi dan moneter, *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) mempunyai peran yang cukup baik di masyarakat dikalangan atas sampai kelapisan bawah. Dengan kata lain *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) sering melakukan pendekatan dan bantuan kepada kalangan usaha kecil dan menengah untuk mendorong kemajuan usaha mereka.⁸

Negara kita umat Islam adalah golongan mayoritas yang mempunyai peranan penting dalam mengisi dan melanjutkan pembangunan disegala bidang. Guna meningkatkan taraf hidup masyarakat prasejahtera agar dapat memenuhi kebutuhannya dan tidak ada lagi ketimpangan ekonomi antara masyarakat.⁹ Karena kurangnya pembinaan tentang pentingnya membayar zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) sehingga masyarakat kurang antusias untuk menyalurkan harta mereka dan menjadi salah satu penghambat pertumbuhan ekonomi. Maka *baitul maal wa tamwil* (BMT) berperan untuk membantu dalam mengajak masyarakat betapa pentingnya dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) dengan tujuan untuk membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat miskin. Dana sosial dapat dimanfaatkan bagi kesejahteraan masyarakat terutama untuk mengentaskan

⁷ American Institute Of Banking Penerjemah A. Hasymi Ali, *Manajemen Bank* (Jakarta: Bumi Aksara, 1970), 2.

⁸ Juhaya S. Pradja, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Cet. ke-1 (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2013), 42.

⁹ Widiyanto, Abdul Ghafar Ismail, dan Kartiko A. Wibowo, *BMT Praktik dan Kasus*, Cet. ke-1 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 5.

masyarakat dari kemiskinan dan menghilangkan kesenjangan sosial, karena kemiskinan adalah Suatu standar tingkat hidup yang rendah.¹⁰

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Assyafiiyah sebagai lembaga *intermediasi* adalah suatu bentuk lembaga keuangan Islam yang menghimpun dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) dan mendistribusikan kepada masyarakat miskin. Lembaga tersebut tidak mencari keuntungan dalam menjalankan aktivitasnya sebagai pengelola zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF).

Pihak lembaga biasanya menggalang dana sosial dari orang kaya, anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah dan bekerja sama dengan pengurus masjid serta aparat desa setempat.¹¹ Upaya tersebut dilakukan untuk menghimpun dana sosial yang digunakan untuk perekonomian dalam membersihkan jiwa dan membersihkan harta orang yang berzakat. Sesuai dengan firman Allah SWT.,

... حُذِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا...

Artinya : “ ... pungutlah zakat dari kekayaan mereka, engkau bersihkan dan sucikan mereka ... ”.(*Q.S At-Taubah : 103*)¹²

¹⁰ Arif Kusmanto, “Peran Lembaga Amil Zakat Nasional Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqoh,” *Pandecta : Jurnal Penelitian Ilmu Hukum (Research Law Journal)* 9, no. 2 (5 Desember 2014): 289, <https://doi.org/10.15294/pandecta.v9i2.3581>, diunduh pada 11 November 2019.

¹¹ Survey, Wawancara Kepada Bapak Musbihin Sebagai Kepala Cabang BMT Assyafii'iyah Kota Gajah Pada 12 November 2019, Pukul 10.26 WIB.

¹² Yusuf Qaradawi et al., *Hukum Zakat: Studi Komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Quran dan Hadis* (Bogor, Jakarta: Litera Antar Nusa, 2007), 35.

Mengimpun dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) cukup sulit, apalagi jika pengelolaan dana sosial ini berkaitan dengan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT). Dari beberapa *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) yang tersebar di Indonesia, tidak sedikit terdapat *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) yang mengalami kebangkrutan atau gulung tikar, maka hal ini yang membuat rasa kepercayaan masyarakat turun terhadap *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) tersebut.¹³ Fungsi dana sosial ini terkait dengan realokasi sumber ekonomi yang dapat mengikat derajat orang miskin dan solusi untuk mengatasi kemiskinan dan kesejahteraan serta ketidakberdayaan ekonomi umat.¹⁴

Salah satu strategi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah dalam meningkatkan minat masyarakat menjadi donatur dana sosial adalah melakukan sosialisasi kemasyarakat lewat dukungan aparatur desa, selain itu pihak lembaga juga bekerja sama dengan pengurus masjid untuk mengajak masyarakat supaya memiliki jiwa sosial yang tinggi dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) dihimpun oleh *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kotagajah.

Berikut adalah data zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) yang berhasil dihimpun *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah dalam kurun waktu tiga tahun terakhir.¹⁵

¹³ Survey, Wawancara Kepada Bapak Taufik Ahmad Afandi Sebagai Maketing Bagian Maal Kota Gajah Pada 19 Desember 2019, Pukul 10.55 WIB.

¹⁴ Muhammad, *Lembaga keuangan mikro syari'ah: pergulatan melawan kemiskinan & penetrasi ekonomi global*, Ed. 1, cet. ke-1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 57.

¹⁵ Survey, Wawancara Kepada Bapak Musbihin Sebagai Kepala Cabang BMT Assyafii'yah Kota Gajah Pada 12 November 2019, Pukul 11.30 WIB

Tabel 1.1
Jumlah Donatur Zakat, Infaq, Shadaqah dan,
Wakaf (ZISWAF) di *Baitul Maal Wa Tamwil*
(BMT) Assyafiiyah Kota Gajah ¹⁶

Kantor	Tahun	Jumlah	Peningkatan pertahun
BMT Assyafiiyah Kota Gajah	2017	6.133 donatur	-
	2018	6.858 donatur	725 donatur
	2019	7.064 donatur	206 donatur

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah donatur pada tahun 2017 sebesar 6.133 donatur dan pada tahun 2018 sebanyak 6.858 donatur. Dapat dikatakan peningkatan jumlah donatur pada tahun 2018 dibanding 2017 cukup *signifikan* yaitu meningkat sebesar 725 donatur. Pada tahun 2019 dikategorikan meningkat dibandingkan tahun 2018, yaitu jumlah donatur 2019 adalah 7.858 donatur. Peningkatan ditahun 2019 dibanding 2018 yaitu sebesar 206 donatur. Sehingga dapat dikatakan peningkatan jumlah donatur setiap tahunnya menurun. Penjelasan di atas dapat menimbulkan suatu permasalahan yang ingin penulis teliti tentang peningkatan jumlah donatur dana sosial.

Dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) di *baitul Maal wa tamwil* (BMT) Assyafi'iyah disalurkan menjadi beberapa golongan yaitu untuk dana zakat disalurkan ke delapan *asnaf* sesuai dengan *Al-qur'an* dan *Hadits*, jika untuk dana infaq dan shadaqah disalurkan melalui akad *qordul hasan*, dan untuk dana wakaf, karena dalam pengertiannya benda wakaf tidak bisa

¹⁶ Survey, Wawancara Kepada Ibu Lailatul Fatimah Sebagai Kepala Devisi Kantor Baitul Maal Kota Gajah Pada Desember 2019, Pukul 14.32 WIB.

berkurang maka penyaluran wakaf jika berupa tanah maka akan dialokasikan untuk kemaslahatan umat seperti masjid dan lain sebagainya.¹⁷

Berdasarkan latar belakang masalah di atas bahwa terdapat adanya peran dana sosial sangat tinggi bagi perekonomian. kurangnya pihak yang mengajak dan melakukan pembinaan kepada masyarakat mengakibatkan timbul beberapa permasalahan mengenai zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) yang muncul, baik masalah *internal* maupun *eksternal*. Oleh karena itu pihak *baitul maal wa tamwil* (BMT) harus memaksimalkan kinerjanya dalam bentuk jasa, yang dapat menarik nasabah sebagai calon donatur. Dari masalah tersebut maka peneliti mengambil judul “Peranan *baitul maal wa tamwil* (BMT) Assyafi’iyah terhadap peningkatan minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF)”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana peranan *baitul maal wa tamwil* (BMT) Assyafi’iyah terhadap peningkatan minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF)?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian sebagai suatu aktifitas yang dilakukan dengan sengaja, maka secara substansif tentu mengundang unsur tujuan yang menjadi sasaran

¹⁷ Survey, Wawancara Kepada Bapak Musbihin Sebagai Kepala Cabang BMT Assyafii’yah Kota Gajah Pada 12 November 2019, Pukul 15.15 WIB

agar tercapai hasil yang optimal, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan *baitul maal wa tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah dalam peningkatan minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF).

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembang ilmu pengetahuan ekonomi syari'ah dan perlu adanya pihak yang mengajak serta melakukan pembinaan khususnya tentang zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF).
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi lembaga keuangan yang mengelola zakat, infaq, shadaqah, dan Wakaf (ZISWAF).

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang dikaji.¹⁸ Ada beberapa penelitian yang berhubungan dengan tema yang dibahas dalam penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, diantaranya yaitu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nu Ariza Pratiwi dengan judul *Pengelolaan Dana Sosial di Baitul Maal L-Risma Kota Metro*. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara penghimpunan dana sosial yaitu zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) di kedua *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

¹⁸ Tim Penyusun, "Pedoman Penelitian Karya Ilmiah", (Edisi Revisi Stain Jurai Siwo Metro, 2013), 40.

yang berbeda sehingga dapat menarik rasa kepercayaan terhadap lembaga. Sedangkan perbedaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah bahwa didalam penelitian ini ditemukan bahwa adanya penyampaian yang kurang transparan sehingga kepercayaan donatur menurun, jika dalam penelitian penulis yaitu bertujuan untuk melihat bagaimana cara *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah untuk kembali meningkatkan rasa kepercayaan, sehingga kembali timbul kepedulian sosial.¹⁹

2. Penelitian yang dilakukan oleh Lela Oktaviana dengan judul *Peranan Account Officer Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah Lending PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo*. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah tentang bagaimana peranan dari kedua lembaga untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah atau anggotanya serta tentang bagaimana strategi untuk menarik minat masyarakat. perbedaannya adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Lela Oktavia adalah menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah *lending* (pembiayaan) sedangkan dalam penelitian penulis yaitu menarik minat masyarakat untuk menjadi donatur dana sosial.²⁰
3. Penelitian yang dilakukan oleh Reni Puspitasari dengan judul *Strategi BMT Assyafiiyah Dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq, Dan Shadaqah (ZIS)* Persamaan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dalam menghimpun dana zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) guna untuk meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap

¹⁹ Skripsi, Nu Ariza Pratiwi “*Pengelolaan Dana Sosial Di Baitul Maal L-Risma Kota Metro*”, Perpustakaan IAIN Metro:2015.

²⁰ Skripsi, Lela Oktaviana “*Peranan Account Officer dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah Lending PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo*” Perpustakaan IAIN Metro:2019.

BMT. Perbedaan dalam penelitian ini adalah adanya penambahan yaitu wakaf. Dalam penelitian reni puspita sari *baitul maal wa tamwil* (BMT) belum menghimpun dana wakaf. Selain itu perbedaannya juga terletak tentang bagaimana peranan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donatur dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) untuk membatu perekonomian masyarakat.²¹

Berdasarkan ketiga penelitian di atas, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa kesamaan mngengenai teori. Akan tetapi peneliti memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya, dimana penelitian terdahulu secara garis besar membahas tentang upaya yang lembaga keuangan dalam menghimpun dan mengelola dana sosial, perbedaan dalam penelitian ini yaitu dimana dalam penelitian ini ingin memunculkan kebaruan tentang bagaimana cara *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dalam meningkatkan minat masyarakat sebagai donatur dana zakat, infaq, shadaqah dan wakaf (ZISWAF).

²¹ Skripsi, Reni Puspitasari, “*Strategi BMT Assyafiyah dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (Studi pada BMT Assyafi'iyah Kota Gajah)*”, Perpustakaan IAIN Metro:2014.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf (ZISWAF)

1. Zakat

a. Pengertian Zakat

Secara bahasa (*lughah*) Zakat berasal dari kata *zaka* yang berarti suci dan subur. Menurut *terminologi* syariat (istilah), zakat adalah kadar harta tertentu yang diwajibkan Allah untuk dikeluarkan dan diberikan kepada yang berhak menerimanya, dengan beberapa syarat. Menurut UU No. 38 tahun 1998 tentang pengelolaan zakat, pengertian zakat adalah harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau badan yang dimiliki oleh orang muslim sesuai ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya.¹

Zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Zakat memiliki banyak hikmah, diantaranya adalah memenuhi kebutuhan masyarakat yang kekurangan, memperkecil jurang kesenjangan ekonomi, menjaga kemampuan beli masyarakat agar dapat memelihara sektor usaha, mendorong masyarakat untuk berinvestasi, tidak menumpung hartanya (*idle*).²

¹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)* (Jakarta: Kencana, 2012), 345.

² Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 9.

b. Dasar hukum zakat

Firman Allah SWT., :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ۚ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ
اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: “*dan dirikanlah sholat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahalanya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan*”.(Q.S Al-Baqoroh : 110)³

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa zakat adalah sebutan untuk jenis barang tertentu yang harus dikeluarkan oleh umat Islam dan dibagi-bagikan kepada golongan yang berhak menerimanya sesuai dengan ketentuan syari’at, zakat merupakan konsekuensi logis dari prinsip kepemilikan harta dalam ajaran Islam yang fundamental, yakni *haqqullah* (milik Allah yang dititipkan kepada manusia) dalam rangka pemerataan kekayaan dan zakat adalah ibadah yang tidak hanya berkaitan dengan hubungan ketuhanan saja tetapi juga mencakup dengan nilai sosial-kemanusiaan.

³ Heri Sudarso, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, cet. ke-4 (Yogyakarta: Ekonisia, 2012), 265.

c. Syarat-syarat Zakat

Syarat zakat antar lain milik penuh, berkembang, cukup nisab, lebih dari kebutuhan pokok, bebas dari utang, dan sudah berlalu satu tahun (*haul*).⁴

Menurut pendapat para ulama, harta yang wajib dikeluarkan zakatnya ialah harta yang dimiliki seorang muslim yang baligh dan berakal yang dimiliki serta dapat dipergunakan hasil atau manfaatnya. Menurut pendapat lain dapat dikatakan bahwa adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam kewajiban zakat ialah :

- a. Pemilikan harta yang pasti dan kepemilikan penuh.
- b. Berkembang.
- c. Melebihi kebutuhan pokok.
- d. Bersih dari utang.
- e. Mencapai nishab.
- f. Mencapai haul.⁵

Berdasarkan pendapat di atas dapat dipahami bahwa terdapat syarat-syarat yang harus diketahui dalam mengeluarkan zakat yaitu a) pemilikan harta yang pasti dan kepemilikan penuh artinya harta benda yang akan dizakatkan berada dalam kekuasaan dan dimiliki oleh si pemberi zakat, b) berkembang, yaitu harta tersebut berkembang baik secara alami berdasarkan sunatullah maupun dikarena usaha manusia, 3) melebihi kebutuhan pokok, yaitu harta yang dizakatkan telah melebihi dari kebutuhan pokok seseorang atau keluarga yang mengeluarkan zakat tersebut, 4) bersih dari utang, yaitu harta yang akan dizakatkan harus

⁴ Wahab Al-Islami Adilatuh, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1995), 98.

⁵ Mursyidi, *Akuntansi Zakat Kontemporer*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 78

bebas dari utang baik kepada Allah (nazar) maupun utang kepada manusia, 5) mencapai nishab, yaitu harta tersebut telah mencapai batas jumlah minimal yang wajib dikeluarkan zakatnya dan 6) mencapai haul, yaitu harta tersebut telah mencapai waktu tertentu untuk dikeluarkan zakatnya, biasanya berlaku setiap satu tahun.

d. Macam-Macam Zakat.

1) Zakat Fitrah (Zakat Jiwa/*Nafs*)

Zakat fitrah (zakat jiwa/*nafs*) adalah pengeluaran wajib dilakukan oleh setiap muslim yang mempunyai kelebihan dari keperluan keluarga yang wajar pada malam dan hari raya idul fitri. Zakat fitrah diberikan selesai mengerjakan puasa yang difardukan yaitu puasa ramadhan. Yang wajib dikeluarkan untuk zakat fitrah adalah satu *sha'* atau sama dengan 2,5 kg beras.

2) Zakat *Maal* (Zakat Harta)

Zakat *maal* (zakat harta) adalah bagian dari harta yang disisihkan muslim atau badan yang dimiliki seorang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya. Adapun jenis harta yang wajib dikeluarkan zakatnya terdiri dari beberapa macam, yaitu zakat *nuqud* (emas, perak dan uang), zakat barang terpendam (*rikaz*) dan barang tambang, zakat *tijarah* (zakat usaha), zakat hewan ternak, zakat pertanian, zakat profesi dan zakat wiraswasta.⁶

⁶ *Ibid.*, 126.

e. Golongan yang Berhak Menerima Zakat

Golongan yang berhak menerima zakat menurut Imam Syafi'i sebagai berikut:

- 1) Fakir adalah mereka yang tidak memiliki apa-apa sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan hidup.
- 2) Miskin adalah mereka yang memiliki harta namun tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup.
- 3) Amil adalah mereka yang mengumpulkan dan membagi zakat.
- 4) *Muallaf* adalah mereka yang baru masuk Islam dan membutuhkan bantuan untuk menyesuaikan diri dengan keadaan barunya.
- 5) *Hamba sahaya* yang ingin memerdekakan dirinya.
- 6) *Riqob* orang-orang yang berhutang.
- 7) *Fisabilillah* mereka yang berjuang di jalan Allah (misal: dakwah, perang, dll)
- 8) *Ibnu Sabil* adalah mereka yang kehabisan biaya di jalan.⁷

Zakat merupakan kewajiban bagi seorang muslim yang mempunyai harta dan memenuhi nishob. Diantara hikmah membayar zakat adalah membersihkan jiwa manusia dari kikir, keburukan dan kerakusan terhadap harta, juga membantu kaum muslimin yang berada dalam keadaan kekurangan. yang berhak menerima zakat adalah Fakir, miskin, amil, muallaf, hamba sahaya, orang yang berhutang, fisabilillah dan Ibnu Sabil.

2. Infaq

a. Pengertian Infaq

Infaq berasal dari kata *nafaqa* yang berarti telah lewat, berlalu, habis, mengeluarkan isi, menghabiskan miliknya, atau belanja.⁸ Sedang menurut terminologi syariat infaq berarti mengeluarkan sebagian dari

⁷ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*, Cet. 1 (Yogyakarta: UII Press, 2004), 204.

⁸ Juhaya S. Pradja, *Manajemen Baitul Maal.*, 143.

harta atau pendapatan atau penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran islam.

Jika zakat ada nisabnya, infaq tidak mengenal nisab. Infaq dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, apakah ia disaat lapang maupun sempit. Jika zakat harus diberikan kepada *mustahiq* tertentu (delapan *asnaf*) maka infaq boleh diberikan kepada siapapun juga, misalnya untuk kedua orang tua, anak yatim. dan sebagainya.⁹

b. Dasar Hukum Infaq

Firman Allah SWT., :

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ لِيَصُدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ ۚ فَسَيُنْفِقُونَهَا ثُمَّ تَكُونُ عَلَيْهِمْ حَسْرَةً ثُمَّ يُغْلَبُونَ ۗ وَالَّذِينَ كَفَرُوا إِلَىٰ جَهَنَّمَ يُحْشَرُونَ

Artinya : “*Sesungguhnya orang-orang yang kafir menafkahkan harta mereka untuk menghalangi (orang) dari jalan Allah. mereka akan menafkahkan harta itu, kemudian menjadi sesalan bagi mereka, dan mereka akan dikalahkan. dan ke dalam Jahannamlah orang-orang yang kafir itu dikumpulkan*”.(Q.S. Al Anfal : 36)¹⁰

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa makanlah sebagian rizki yang telah dianugerahkan Allah kepada kalian bagi kaum kerabat, faki miskin dan orang-orang yang membutuhkan. Dan berbuat baiklah kepada semua makhluk Allah, sebagaimana Allah Ta’ala telah berbuat baik kepada kalian. Maka yang demikian itu lebih baik dari pada

⁹ Djayusman et al., "Analisis Strategi Penghimpunan Dana., 56.

¹⁰ Achmad Maburin, “Strategi Pengumpulan Dana dan Pendistribusian Zakat, Infaq, Shodaqoh dalam Meningkatkan Kepuasan Muzakki (Studi Kasus Badan Amil Zakat Nasional Tulungagung),” Skripsi, 19 Agustus 2018, 27, <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9433/10/Daftar%20Pustaka.pdf>, diunduh pada 13 November 2019.

kalian di dunia dan akhirat. Dan sebaliknya, jika kalian tidak mengerjakannya, maka yang demikian itu akan menjadi keburukan bagi kalian di dunia dan diakhirat. Allah selalu mengetahui segala perbuatan baik yang telah dilakukan oleh hamba-hambanya, maka Allah akan membalasnya dengan lebih banyak rezeki, bahkan bagi Allah akan memberikan keridhoan bagi hamba tersebut

c. Macam-Macam Infaq

- 1) Infaq wajib diantaranya zakat, kafarat, nadzar, infaq untuk keluarga dan lainnya.
- 2) Infaq sunnah adalah infaq yang sangat dianjurkan untuk melaksanakannya namun tidak menjadi kewajiban, seperti infaq untuk dakwah, pembangunan masjid dan sebagainya.
- 3) Infaq mubah ialah infaq yang tidak masuk dalam kategori wajib dan sunnah, serta tidak ada anjuran secara *tekstual* ayat maupun *hadist*, diantaranya seperti infaq untuk mengajak makan-makan dan sebagainya.¹¹

Islam mengajarkan umatnya untuk saling berbagi diantara sesama. Allah sangat mencintai hamba-hambanya yang tidak buta akan sekitarnya. semoga ini menjadi pedoman bagi diri kita untuk bisa membuka hati serta fikiran kita bahwa masih banyak orang-orang yang butuh uluran tangan kita.

¹¹ Hasibuan, "Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat Infaq Dan Shadaqah .," 23.

3. Shadaqah

a. Pengertian Shadaqah

Shadaqah berasal dari kata *Shadaqa* yang berarti benar. Orang yang suka bershadaah adalah orang yang benar pengakuan imannya. Menurut *terminologi* syariat, pengertian shadaqah sama dengan pengertian infaq termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Pengertian lain menyebutkan bahwa shadaqah adalah pemberian kepada orang lain dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT., dan diberikan kepada orang yang sangat membutuhkan tanpa mengharapkan pengganti dari pemberian tersebut.¹² Shadaqah tidak terbatas pada pemberian yang bersifat materi saja, tetapi juga dapat berupa jasa yang bermanfaat bagi orang lain.

b. Dasar Hukum Shadaqah

Firman Allah SWT., :

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

Artinya : “Ambillah (*himpunlah, kelola*) dari sebagian harta mereka shadaqah/zakat; dengan shadaqah itu kamu membersihkan mereka dan mensucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka, karena sesungguhnya doa kamu itu menjadi ketentraman jiwa bagi mereka; dan Alloh Maha Mendengar dan Maha Mengetahui.”(Q.S At-Taubah : 103)

Hadist Rasullulah SAW., :

¹² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah.*, 344.

4. Wakaf

a. Pengertian wakaf

Kata wakaf atau *waqf* berasal dari bahasa arab *waqafa* yang berarti menahan atau berhenti atau diam ditempat atau berdiri. Kata *waqafa-waqifu-waqafan* sama artinya dengan *habasa-yahbisu-tahbisan*.¹³ Secara sederhana dapat pula dikatakan bahwa wakaf menurut bahasa berarti menahan harta, tidak dipakai oleh pemiliknya, tidak pula diizinkan untuk dipindah kepemilikan.

Dalam merumuskan pengertian wakaf ahli *Fiqh* tidak memiliki kata sepakat.¹⁴ Menurut istilah ahli fiqih mendefinisakan wakaf berbeda dalam memandang hakikat wakaf itu sendiri, yaitu:

1) Abu Hanifah

Wakaf adalah menahan sesuatu benda yang menurut hukum, tetap milik *wakif* dalam rangka meempergunakan manfaatnya untuk kebajikan .

2) Madzhab Maliki

Madzhab maliki berpendapat bahwa wakaf itu tidak melepaskan harta yang diwakafkan dari kepemilikan *wakif*, namun wakaf mencegah *wakif* melakukan tindakan yang dapat melepaskan kepemilikan atas harta tersebut kepada yang lain dan *wakif* berkewajiban manfaatnya serta tidak boleh menarik wakafnya kembali.

1. ¹³ Departemen Agama RI, *Fiqh Wakaf* (Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Wakaf, 2007),

¹⁴ Helmi Karim, *Fiqh Muamalah*, Cet. ke-2 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1997), 101.

3) Madzhab Syafi'i dan Ahmad Bin Hambal

Wakaf adalah melepaskan harta yang diwakafkan dari kepemilikan *wakif*, setelah sempurna prosedur perwakafan.¹⁵

Wakaf adalah menahan sesuatu tanpa memindah kepemilikan terhadap *wakif* (pemberi wakaf). Penerima wakaf dapat melakukan suatu tindakan terhadap harta yang diwakafkan dengan tujuan untuk mencari manfaatnya. hikmah melaksanakan ibadah wakaf sebagaimana dikatakan oleh Masjfuk Zuhdi yaitu harta benda yang diwakafkan dapat tetap terpelihara dan terjamin kelangsungannya, walaupun *wakif* sudah meninggal dunia masih terus menerima pahala sepanjang barang wakafnya itu tetap ada dan masih dimanfaatkan, wakaf merupakan salah satu sumber dana yang penting yang besar sekali manfaatnya bagi kepentingan agama dan umat.¹⁶

b. Dasar hukum wakaf

Firman Allah SWT., :

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Artinya: “*kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna) sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai.*

¹⁵ Departemen Agama RI, *Fiqih Wakaf*, 2.

¹⁶ Rachmadi Usman, *Hukum perwakafan di Indonesia*, cet. ke-1 (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), 57.

Dan apa saja yang kamu nafkahkan, maka sesungguhnya Allah mengetahui”.¹⁷

c. Syarat Sah Wakaf

- 1) *Waqif* (orang yang berwakaf), Orang yang berwakaf disyaratkan hukum (*alhiyah*) yakni kemampuan untuk melakukan tindakan *tabaru'* (melepaskan hak milik untuk hal-hal yang bersifat nirlaba atau tidak mengharapkan imbalan).¹⁸
- 2) *Mauquf* (benda yang diwakafkan), benda wakaf haruslah benda yang boleh dimanfaatkan menurut syari'at (*al mutaqawwim*), benda dari *waqif*.¹⁹
- 3) *Mauquf 'alaih* (sasaran atau tujuan wakaf), pihak yang diberi wakaf adalah pihak yang berorientasi pada kebaikan dan tidak bertujuan maksiat.
- 4) *Sighat waqf* (ikar wakaf)
 - a) Pernyataan wakaf bersifat *ta'bid* (untuk selama-lamanya)
 - b) Pernyataan wakaf bersifat *tanjiz* (lafal wakaf jelas dan memunculkan hukum)
 - c) Pernyataan wakaf bersifat tegas (*jazim*) ataupun *ilzam*.
 - d) Pernyataan wakaf tidak diiringi dengan syarat batal, yakni syarat yang meniadakann makna wakaf atau bertentangan dengan akibat wakaf.
 - e) Menyebutkan *mauquf 'alaih* secara jelas dalam pernyataan wakaf.
 - f) Pernyataan wakaf dinyatakandengan *lafdz sharirih* (jelas).²⁰

¹⁷ Departemen Agama RI, *Pradigma Baru Wakaf di Indonesia* (Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Wakaf, 2008), 24.

¹⁸ Rozalinda, *Manajemen Wakaf Produktif*, Cet. ke-1 (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 22.

¹⁹ *Ibid.*, 25.

²⁰ *Ibid.*, 29.

B. Peran *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dalam Melakukan Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf (ZISWAF)

1. Pengertian Peranan Peran *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

Peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status) apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya maka ia menjalankan suatu peranan.²¹ Peranan adalah indakan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa. Berdasarkan pendapat di atas peranan adalah tindakan yang dilakukan orang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa.

Berdasarkan pengertian peneliti menyimpulkan bahwa peranan merupakan penilaian sejauh mana fungsi seseorang atau bagian dalam menunjang usaha pencapaian tujuan yang ditetapkan atau ukuran mengenai hubungan dua *variable*. Dalam rangka mencapai tujuannya, *baitul maal wa tamwil* (BMT) berperan diantaranya sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisir, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota muamalat dan daerah kerjanya.
- b. Meningkatkan kualitas SDI (Sumber Daya Insani) anggota menjadi lebih profesional dan Islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.
- c. Menggalang dan memobilisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.
- d. Menjadi perantara keuangan (*financial intermediary*) antara *aghniya* sebagai *shohibul maal* dengan *duafa* sebagai *mudharib*, terutama untuk dana-dana sosial seperti zakat, infaq, shadaqah, wakaf dan hibah.²²

²¹ Wahyu D. Saputra, "Peranan Panti Asuhan Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Anak Di Panti Asuhan Mahmudah Di Desa Sumberejo Sejahtera Kecamatan Kemiling Bandar Lampung," *Lampung: Universitas Lampung*, 2016, 7, <http://digilib.unila.ac.id/11463/3/Bab%202.pdf>. Diunduh pada 09 Februari 2020.

²² Ismanto, "Pengelolaan Baitul Maal Pada Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) di Kota Pekalongan," 27–28.

2. Pengertian *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

BMT merupakan kependekan dari *baitul maal wa tamwil* atau juga dapat ditulis dengan *baitul maal wa baitul tamwil*. Secara harfiah *lughowi baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. *Baitul maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana *baitul maal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus *mentasyarufkan* dana sosial. Sedangkan *baitul tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.²³ Pendapat lain mengatakan bahwa *Baitul Mal Wa Tamwil* atau BMT adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.²⁴

Baitul Mal Wa Tamwil atau BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial yang dapat terlihat pada defenisi *baitul maal*, sedangkan peran bisnis *Baitul Mal Wa Tamwil* atau BMT terlihat dari defenisi *Baitul Tamwil*. Keberadaan *Baitul Mal Wa Tamwil* atau BMT menjadi organisasi yang sah dan legal. Sebagai lembaga keuangan syariah, *Baitul Mal Wa Tamwil* atau BMT harus berpegang teguh pada prinsip-

²³ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Cet. ke-1 (Yogyakarta: UII Press, 2004), 126.

²⁴ Juhaya S. Pradja, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (Bandung : Pustaka Setia, 2013),

prinsip syariah. Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama.

Menurut fungsinya *baitul maal* bertugas untuk menghimpun, mengelola, dan menyalurkan dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) yang menitik beratkan pada aspek sosial dan menjalankan sesuai dengan peraturan dan amanahnya. *baitul maal* menjalankan misi, yaitu misi sosial (*tabarru'*).²⁵ Pendapat lain mengatakan bahwa fungsi *baitul tamwil* berfungsi menghimpun serta menyalurkan dana yang diperoleh dari modal sendiri, tabungan, dan deposito untuk mendapatkan keuntungan. Untuk kegiatan *baitul tamwil* memiliki dua produk yaitu produk simpanan wadiah dan produk pembiayaan. Penyaluran dana *baitul tamwil* didistribusikan dan diprioritaskan pada pembiayaan yang bersifat bisnis, yaitu pembiayaan yang diharapkan dapat memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dana *baitul tamwil* disalurkan pada nasabah pembiayaan dengan ketentuan akad yang telah disepakati.²⁶

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa *Baitul Mal Wa Tamwil* atau BMT juga mempunyai fungsi sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong, mengembangkan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota muamalat (Pokusma) dan daerah kerjanya.

²⁵ Kuart Ismanto, "Pengelolaan Baitul Maal Pada Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) di Kota Pekalongan," *Jurnal Penelitian* 12, no. 1 (3 Mei 2015): 27, <https://doi.org/10.28918/jupe.v12i1.641>, diunduh pada 11 Desember 2019.

²⁶ Rina Azahra dan Sofian Muhlisin, "Perbandingan Fungsi BMT Sebagai Baitul Maal dan Baitul Tamwil," *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2015): 86, <https://unida.ac.id/ojs/index.php/JSEI/article/viewFile/261/45>, diunduh pada 11 Desember 2019.

- b. Meningkatkan kualitas SDM anggota menjadi professional dan Islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.
- c. Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.
- d. Menjadi perantara keuangan antara agnia (yang berhutang) sebagai shahibul maal dengan duafa sebagai mudharib, terutama untuk dana social seperti zakat, infaq, sedekah wakaf hibah dll.
- e. Menjadi perantara keuangan antara pemilik dana baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana untuk pengembangan usaha produktif.

3. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dalam Mencari Donatur Dana Sosial.

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) dalam mengenali lingkungan dan menganalisa lingkungan, membuat formulasi strategi, mengimplementasikan dan juga melakukan pengendalian (*evaluasi*). Berikut merupakan cara *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dalam mencari donatur:

- a. Identifikasi Calon donatur, tahapan ini dilakukan dengan cara menentukan siapa dan bagaimana profil dari potensial donatur yang akan digalangnya. Potensial donatur ini bisa perorangan maupun lembaga atau organisasi tertentu.
- b. Melakukan pendekatan terhadap Calon donatur, hal ini perlu dilakukan karena akan menjadi penentu keberhasilan perolehan dana yang sebesar-besarnya dari *fundraising* pada para donatur.

- c. Pengelolaan dan Penjagaan Donatur, dilakukan dengan tujuan meningkatkan jumlah sumbangan, mengarahkan donatur untuk menyumbang pada program tertentu, berusaha menjadikan donatur tidak tetap menjadi donatur tetap.
- d. *Monitoring* dan evaluasi, tahapan dimana memantau bagaimana proses dilakukannya kegiatan para *fundriser* serta melihat seberapa efektif implementasi dari metode yang telah ditetapkan.²⁷

C. Strategi Meningkatkan Minat Nasabah

1. Pengertian Minat Nasabah

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai, dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari obyek.

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.²⁸

²⁷ Ririn Nur Hidayah, "Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan dalam Menarik Minat Donatur untuk Menyalurkan Dana Zakat Infaq Sadaqah Wakaf (ZISWAF)," *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains* 6, no. 1 (5 Juli 2017): 135–44, <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v6i1.1305>. diunduh pada 11 Desember 2019

²⁸ Titik Zulaechah, "Analisis Faktor-Faktor Minat Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah (Studi Pada Nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang)" (undergraduate, IAIN Walisongo, 2012), <http://eprints.walisongo.ac.id/460/>. Diunduh pada 10 Februari 2020

Tahapan minat terdapat dua model, yaitu model AIDACS (*Attention, Interest, Desire, Action, Conviction, Satisfaction*) dan mengalami penurunan model menjadi model kedua yang disebut model CAB (*Cognitive, Affect, Behaviour*).²⁹

a. Model AIDACS

- 1) Perhatian (*Attention*), tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon nasabah, selain itu calon nasabah mulai menilai produk yang ditawarkan.
- 2) Tertarik (*Interest*), dalam tahap ini calon nasabah mulai tertarik untuk mengambil produk atau jasa yang ditawarkan setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.³⁰
- 3) Hasrat (*Desire*), dalam tahap ini calon nasabah sudah mulai berminat untuk membeli dan mulai memikirkan serta berdiskusi tentang produk atau jasa yang ditawarkan.
- 4) Tindakan (*Action*), dalam tahap ini calon nasabah sudah mulai mempunyai kemantapan untuk membeli produk.
- 5) Kepastian atau Keyakinan (*Conviction*), dalam tahap ini keyakinan mulai timbul untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
- 6) Perasaan Puas (*Satisfaction*), dalam tahap ini nasabah mulai puas dan melakukan pembelian ulang.³¹

Penjelasan di atas dapat dipahami bahwa tahapan minat berdasarkan model AIDACS sangat penting yang harus diperhatikan oleh pemasar dalam sebuah lembaga keuangan dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota.

b. Model CAB

- 1) *Cognitive* merupakan kepercayaan nasabah terhadap produk atau merek.
- 2) *Affect* merupakan pernyataan nasabah terhadap produk atau merek.

²⁹ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Cet. 1 (Bandung: Alfabeta, 2017), 164.

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

3) *Behaviour* merupakan kecenderungan nasabah untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan terhadap produk atau merek.³²

Pada model CAB ini dapat disimpulkan bahwa dalam lembaga keuangan syariah kepercayaan calon nasabah sangatlah penting, kepercayaan calon nasabah terhadap produk sangat berpengaruh terhadap minat calon nasabah untuk mengambil produk yang ditawarkan, meyakinkan calon nasabah dengan cara memberi arahan mana produk yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah sehingga tujuan calon nasabah tercapai dan menimbulkan rasa kepuasan pada diri nasabah.

2. Strategi dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf (ZISWAF)

Menurut Buzzel dan Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan komitmen sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.³³

Strategi yang dapat diterapkan dalam menghimpun dana ZISWAF yaitu:

a. Advertising (Periklanan)

Dalam menarik minat donatur, iklan merupakan salah satu strategi terpenting yang diterapkan. Melalui iklan, dapat memperkenalkan ZISWAF, membangun *image* agar dikenal oleh masyarakat luas. Melalui iklan, masyarakat akan lebih yakin dan

³² *Ibid.*, 166.

³³ Pandji Anaraga, *Manajemen Bisnis*, Cet. ke-4 (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 339.

percaya dengan program-program Lembaga. Iklan-iklan yang dibuat diterbitkan di berbagai media baik cetak maupun non cetak. Koran, majalah, media sosial, brosur, baliho, pamflet, bahkan televisi yang melibatkan sejumlah publik figur untuk menarik minat donatur. Hal ini dinilai cukup efektif sebagai strategi untuk menarik minat donatur untuk menyalurkan dananya. Periklanan adalah salah satu bentuk dari inovasi yang untuk menarik minat donator.

b. *Personal selling* (penjualan personal)

Salah satu strategi dalam menarik minat donatur yang diterapkan adalah dengan melakukan penjualan personal, yaitu penjualan yang dilakukan secara langsung, bertatap muka dengan para calon donatur, menjelaskan secara langsung program-program dan layanan yang diberikan, dengan melakukan penjualan secara langsung, calon donatur bisa menanyakan segala hal yang perlu ditanyakan mengenai program yang ada.

c. *Public relation* (hubungan masyarakat)

Strategi lainnya dalam menarik minat donatur yang diterapkan adalah hubungan masyarakat, yaitu sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi yang baik pada masyarakat. Hal yang tak kalah penting dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat, dalam hal ini khususnya hubungan baik dengan para donatur adalah membuat dan mengirim laporan perputaran dana masuk dan keluar dari para donatur setiap bulannya melalui email atau surat, sehingga terciptalah transparansi yang tidak menimbulkan pertanyaan-pertanyaan donatur seputar dana yang

disalurkan. Hal ini juga tidak kalah penting dalam menarik minat donatur dan menjaga kepercayaan mereka kepada lembaga.

d. *Event and experience* (pagelaran acara)

Strategi ke empat untuk menarik minat donatur yang diterapkan adalah pagelaran acara, Strategi ini dilakukan dengan cara mengadakan event-event tertentu. Promosi dengan strategi ini cukup mempengaruhi ketertarikan calon daonatur terhadap program-program karena respon masyarakat sebagai calon donatur sangat baik, dan banyak mendapat perhatian.

e. *Direct selling* (penjualan langsung)

Strategi ini menggunakan surat, faksimail, e-mail, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan mendapatkan tanggapan langsung dari calon donatur. strategi ini dilakukan dengan cara *telemarketing*, yaitu menghubungi donatur tetap maupun tidak tetap yang sudah memberikan nomer telepon nya pada setiap transaksi mendonasikan dananya.³⁴

Dalam melakukan strategi ini *marketing* disebut sebagai ujung tombaknya. Karena bertugas untuk memitigasi serta memahami masyarakat dengan sangat baik, termasuk mampu memenuhi target sesuai yang diharapkan.³⁵

³⁴ Hidayah, "Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan dalam Menarik Minat Donatur."

³⁵ Irham Fahmi, *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*, cet. ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2015), 71.

3. Strategi Kepuasan Nasabah

Salah satu fungsi utama bank ialah memberikan pelayanan jasa kepada pihak yang memerlukannya baik nasabah atau bukan nasabah. Pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah dengan berbagai produk jasa bank dan dibagi sesuai dengan akadnya.³⁶ Pelayanan jasa bank merupakan aktivitas pendukung yang dapat diberikan oleh bank.³⁷

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa pelayanan jasa pada perbankan sangat menentukan kepuasan nasabah. Jasa pelayanan merupakan usaha yang dilakukan oleh bank kepada nasabah, agar nasabah merasa puas terhadap pelayanan nasabah. Apabila *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dapat memberikan pelayanan jasa yang baik maka nasabah akan merasa puas, nyaman dan nasabah akan selalu memilih produk yang digunakan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) tersebut. Oleh karena itu pelayanan jasa merupakan salah satu strategi yang digunakan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) untuk memberikan kepuasan kepada nasabah

- a. *Relationship Marketing Strategy* (strategi pemasaran berkesinambungan), Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi juga hubungan jangka panjang. Nasabah bukan hanya puas juga harus loyal pada lembaga.

³⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016), 199.

³⁷ Ismail, *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2014), 14.

- b. Strategi pelayanan prima, menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membentuk biaya yang cukup besar, tetapi juga memberikan dampak yang positif kepada nasabah.
- c. Strategi pelayanan keluhan yang efisien dan efektif, cara menangani keluhan yang disampaikan oleh nasabah adalah dengan cara empati atau mendengarkan keluhan tersebut dengan penuh pengertian dan selanjutnya tangani keluhan dengan cepat dan akurat serta meyakinkan.³⁸

4. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa

Mengelola dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf merupakan salah satu pelayanan dalam bentuk jasa. Dalam meningkatkan kualitas jasa ada beberapa yang harus dipersiapkan yaitu:

- a. Kualitas sarana jasa (*access*).
- b. Komunikasi yang baik (*communication*).
- c. Karyawan yang terampil.
- d. Hubungan baik dengan konsumen.
- e. Nyata.
- f. Cepat tanggap.
- g. Keamanan konsumen terjaga.
- h. Dapat dilihat.
- i. Memahami keinginan konsumen.³⁹

³⁸ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, cet. 2 (Bandung: Alfabeta, 2012), 205.

³⁹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Cet. 1 (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 107.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran sebagai berikut:

- a. *Service quality Tangible* (bukti langsung)
- b. *Realibility* (kehandalan)
- c. *Responsiveness* (daya tanggap)
- d. *Assurance* (jaminan)
- e. *Empati*.⁴⁰

Kualitas pelayanan sebagai acuan agar masyarakat menjadi anggota pada bank syariah maka harus dilakukan pemasaran yaitu: *Service quality Tangible* (bukti langsung) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan aksistensinya kepada eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, *Realibility* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan pada pelanggan, *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas atau tidak membiarkan pelanggan menunggu terlalu lama tanpa adanya kejelasan dan memberikan penyelesaian terhadap masalah pelanggan dengan cepat sesuai apa yang dijanjikan, *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada perusahaan dan *empati*, yaitu memberikan perhatian yang

⁴⁰ Didih Suryadi, *Promosi Efektif Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta, Tugu Publisher, 2006), 61

tulus yaitu bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya berusaha memahami keinginan pelanggan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). penelitian lapangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.¹

Penelitian lapangan dilakukan secara langsung di Kantor *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah dengan alasan karena dari beberapa lembaga keuangan dari Bank syariah dan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) hanya sedikit yang mau menghimpun dan mengelola dana sosial, maka peneliti memilih lokasi penelitian untuk mengetahui Peranan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah terhadap peningkatan minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF).

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu pola pikir yang berusaha memahami suatu fenomena atau kejadian apa adanya.² Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian

¹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008), 80.

² Moh Kasiran, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif* (Yogyakarta: UN-Maliki Press, 2008), 100.

misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara *holistik*, dan dengan cara *deskripsi* dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alami.³

Deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran dan keterangan-keterangan tentang Peranan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah terhadap peningkatan minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF). Karena *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah motor penggerak ekonomi dan sosial masyarakat banyak mana Peranannya yaitu melakukan pendampingan, pembinaan, dan pengawasan terhadap masyarakat. Supaya timbul rasa kesadaran yang tinggi, sehingga nantinya masyarakat mampu menjadi donatur dana sosial.

B. Sumber Data

Sumber data sangat penting untuk melakukan penelitian, karena salah satu hal yang menentukan keberhasilan suatu penelitian. Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data pertama dimana sebuah data dihasilkan.⁴ dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada kepala cabang *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah kota Gajah yaitu

³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 6.

⁴ M. Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Sosial Dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Public, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 129.

Bapak Ahmad musbihin, kepala *devisi baitul maal* yaitu Ibu Lailatul fatimah, *marketing maal* yaitu Bapak Taufik ahmad afandi, dan donatur dana ZISWAF.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. sumber data sekunder bisa diperoleh dari sumber data yang telah ada. Sumber data sekunder diharapkan dapat membantu mengungkapkan data yang diharapkan, dan mampu membantu member keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembanding.⁵

Dalam penelitian ini sumber data sekunder yang menjadi sumber data penunjang adalah buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan tersebut diantaranya buku: Juhaya S. Pradja dengan bukunya *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Helmi Karim dengan bukunya *Fiqih Muamalah*, Ascarya dengan bukunya *Akad dan Produk Bank Syariah*, Heri Sudarsono dengan bukunya *Bank dan Lembaga Keuangan syariah*, dan sebagainya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulam data dapat dilakukan dengan *interview*

⁵ *Ibid.*, 129.

(wawancara), *kuesioner* (angket), *observasi* (pengamatan), dan dokumentasi.⁶

Dalam penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan melalui:

1. Wawancara

Metode pengumpulan data melalui wawancara dalam penelitian kualitatif umumnya dimaksud untuk mendalami dan lebih mendalami suatu kejadian dan atau kegiatan subjek penelitian. Wawancara amat diperlukan dalam penelitian kualitatif, karena banyak hal yang tidak mungkin dapat diobservasi secara langsung, seperti perasaan, pikiran, motif, serta pengalaman.⁷

Pihak yang diwawancarai adalah kepala cabang *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah yaitu Bapak Ahmad Musbihin, Kepala *Devisi Baitul Maal* yaitu Ibu Lailatul fatimah, *Maketing Maal* yaitu Bapak Taufik Ahmad Afandi dan donatur dana ZISWAF.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan rekaman kejadian masa lalu yang ditulis atau dicetak mereka, dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen.⁸ Dalam penelitian ini pengumpulan data dengan cara dokumentasi, yaitu antara lain profil BMT Assyafiiyah Kota Gajah, Produk-produk BMT Assyafiiyah, total donatur tiga tahun terakhir (terhitung dari tahun 2017).

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cet. 23 (Bandung: Alfabeta, 2016), 137.

⁷ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, Cet. 1 (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 213.

⁸ *Ibid.*, 215.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilah mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Cara berfikir yang digunakan adalah berfikir *induktif* yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis.⁹ Berikut adalah cara peneliti dalam menganalisa data:

1. Analisis data sebelum lapangan

Analisis kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian.¹⁰ Dalam penelitian ini peneliti melihat bahwa kurang adanya kesadaran masyarakat dalam melakukan donasi zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF), jadi fokus penelitian ini adalah untuk melihat peranan BMT asyafiiyah dalam meningkatkan minat masyarakat melakukan donasi zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF).

2. Analisis data dilapangan

Analisis data di lapangan dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah mengumpulkan data dalam periode tertentu.¹¹ Peneliti telah melakukan analisis data pada saat peneliti mendapatkan

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 244.

¹⁰ *Ibid.*, 245.

¹¹ *Ibid.*, 246.

jawaban dari hasil wawancara, serta mendapatkan data jumlah donatur zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF).

3. Analisis data selama dilapangan

Proses penelitian kualitatif setelah memasuki lapangan, dimulai dengan menetapkan seseorang informan kunci (*key informant*) yang merupakan informan berwibawa dan dipercaya mampu membukakan pintu kepada peneliti untuk memasuki obyek penelitian.¹² Peneliti telah menetapkan beberapa informan untuk diwawancarai guna untuk mendapatkan apa yang peneliti butuhkan yaitu kepala cabang *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Asyafiiyah kota Gajah yaitu Bapak Ahmad musbihin, kepala *devisi baitul maal* yaitu Ibu Lailatul fatimah, *marketing maal* yaitu Bapak Taufik ahmad afandi, dan donatur dana ZISWAF.

¹² *Ibid.*, 253.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdiri *Baitul Maal Wa Tamwil* Assyafi'iyah Kota Gajah

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Assyafi'iyah berdiri pada tanggal 03 September 1995 di Pondok Pesantren Nasional Assyafi'iyah Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah. Tokoh pendiri *Baitul maal wa tamwil* (BMT) Assyafi'iyah diantaranya Bapak. Mudhofir, Bapak. Drs. Ali Nurhamid, M.Sc, KH, Suhaimi Rais, Drs. Ali Yurja Sharbani dan Pemangku Pondok Pesantren Nasional Assyafi'iyah Kota Gajah. Berawal dari kegiatan jamaah pengajian Assyafi'iyah dan pengajian akbar peresmian Pondok Pesantren Nasional Assyafi'iyah menyisakan dana sebesar Rp. 800,000,- (Delapan Ratus Ribu Rupiah) yang selanjutnya digunakan sebagai modal awal *Baitul maal wa tamwil* (BMT) Assyafi'iyah.¹

Pada tanggal 15-25 November 1995, Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) mengundang pelatihan bagi anggota BMT yang ada di Lampung dan untuk selanjutnya berubah menjadi Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) dibawah naungan PINBUK Lampung. Untuk menambah modal kegiatan Baitul Maal yang pada saat itu mendapat bantuan dana asnaf dari Bank Muamalat Indonesia pusat sebesar Rp. 2.500.000,- (Dua Juta Lima Ratus Ribu Rupiah) sebagai dana bergulir.

¹ Dokumentasi KSPPS BMT Assyafi'iyah Kota Gajah, pada tanggal 13 Desember 2019.

Tahun 2015 *Baitul Maal Wa Tamwil Assyafi'iyah* berhasil melakukan Perubahan Anggaran Dasar (PAD), meningkatkan status Koperasi Primer Provinsi menjadi Koperasi Primer Nasional. Merubah nama dari KJKS BMT Assyafi'iyah menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah, sesuai Keputusan Menteri Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor.219/PAD/M.KUKM.2/XII/2015 tanggal 17 Desember 2015. Dalam rangka meningkatkan kinerja, mempermudah pengawasan dan menunjang proses pengendalian internal, *Baitul Maal Wa Tamwil Assyafi'iyah* melakukan perbaikan sistem akuntansi yang sebelumnya dilakukan secara offline beralih sistem akuntansi yang terintegrasi secara online.

2. Visi dan Misi *Baitul Maal Wa Tamwil Assyafi'iyah* Kota Gajah

a. Visi

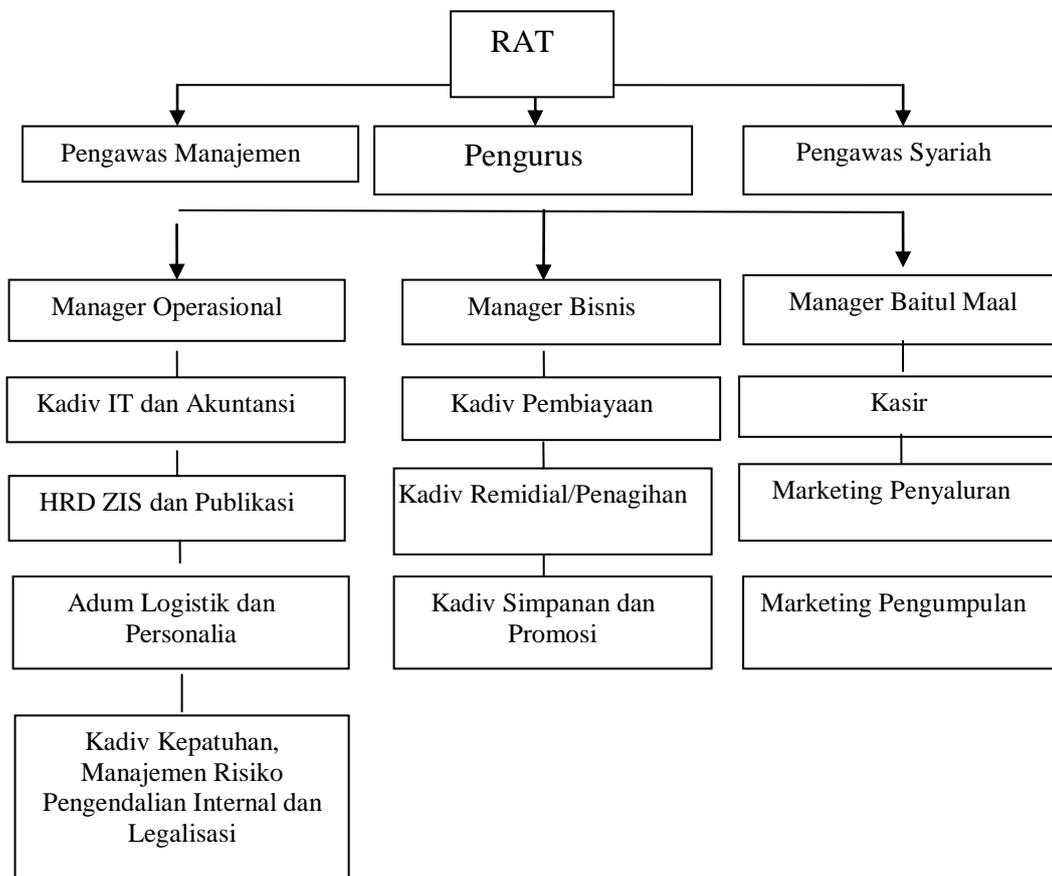
Menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah yang Sehat, Kuat, Bermanfaat, Mandiri dan Islami.

b. Misi

- 1) Meningkatkan kesejahteraan anggota dan lingkungan kerja.
- 2) Meningkatkan sumber pembiayaan dan penyediaan modal dengan prinsip syariah.
- 3) Menumbuhkembangkan usaha produktif di bidang perdagangan, pertanian, industri dan jasa.
- 4) Menyelenggarakan pelayanan prima kepada anggota dengan efektif, efisien, profesional dan transparan.
- 5) Menjalinkan kerjasama usaha dengan berbagai pihak.²

² *Ibid.*

3. Struktur Organisasi *Baitul Maal Wa Tamwil Assyafi'iyah* Kota Gajah



Gambar 4.1

Skema Pengurus dan Pengawas *Baitul maal wa tamwil* (BMT) Assyafi'iyah³

4. Tugas dan Fungsi Baitul Maal Assyafi'iyah Kota Gajah

a. Tugas *Baitul Maal* Assyafi'iyah sebagai berikut:

- 1) Kantor *Baitul Maal* yang menerima Pelayanan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturannya dan amanahnya.

³ Dokumentasi BMT Assyafi'iyah Kota Gajah Pada 26 April 2020.

2) Penggalangan dana dan penyaluran dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) yaitu dari masyarakat, lewat kerjasama antara *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dengan amil zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf.

b. Fungsi *Baitul Maal Assyafi'iyah* Kota Gajah sebagai tempat untuk menghimpun, mengelola, dan menyalurkan dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) yang menitik beratkan pada aspek sosial yang bertujuan untuk pembangunan ekonomi.⁴

B. Peranan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Melakukan Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf (ZISWAF)

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah sebagai salah satu lembaga keuangan syari'ah yang merupakan lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil bawah (golongan ekonomi mikro dan kecil) dan masyarakat menengah serta masyarakat atas dalam hal menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dengan berlandaskan sistem ekonomi berbasis Islam.

Tujuan, visi dan misi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) sebagaimana paparan di atas bahwasannya *Baitul Mal Wat Tamwil* sesuai dalam syariat Islam yaitu Tujuan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Visi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah

⁴ *Ibid.*

menjadi lembaga keuangan yang mandiri, sehat dan kuat, yang kualitas ibadah anggotanya meningkat sedemikian rupa sehingga mampu berperan menjadi wakil pengabdian Allah SWT memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan umat manusia pada umumnya.

Salah satu peran *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dalam berkembangnya bidang perekonomian adalah menjadi perantara keuangan antara agnia (yang berhutang) sebagai *shahibul maal* dengan *duafa* sebagai *mudharib*, terutama untuk dana social seperti zakat, infaq, sedekah wakaf hibah dll. Hal yang terpenting dalam Pemenuhan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah diterapkannya jasa yang sesuai dengan syariah pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) agar dapat menambah kepercayaan masyarakat terhadap *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) tersebut. Sehingga kepercayaan masyarakat dapat mempengaruhi persepsi masyarakat ketertarikan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) tersebut. Faktor utama masyarakat mempertahankan hubungannya adalah kepatuhan, kepercayaan dan ketertarikan pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT).

Peneliti mengadakan wawancara kepada Ibu Lailatul fatimah sebagai Kepala Devisi *Baitul Maal Assyafi'iyah* Kota Gajah sebagai berikut:

Sebagai Kepala Devisi *Baitul Maal Assyafi'iyah* Kota Gajah untuk mendukung peranan *baitul maal* dalam menarik minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadakah, dan wakaf (ZISWAF), kantor *baitul maal* belum menerapkan standar operasional (SOP). Sementara ini untuk

mendukung kegiatan tersebut *baitul maal* hanya menerima perintah atasan untuk menjalankan fungsinya.

Belum diterapkannya standar operasional oleh *Baitul Maal* tidak menghalangi kegiatannya, pihak lembaga selalu memberikan motivasi kepada seluruh marketing *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah untuk melakukan tugasnya. Setiap marketing memiliki gaya masing-masing dalam menarik minat calon donatur namun tetap sesuai dengan arahan atasan. Untuk mengontrol marketing berhasil atau tidak dalam menarik minat calon donatur dana sosial, *baitul maal* memiliki tabel monitoring yaitu berisi meningkat tidaknya jumlah donatur dana sosial yang dihimpun marketing, Tabel tersebut dapat dicek oleh kepala divisi *baitul maal* dengan melihat jumlah donatur yang berhasil didapatkan. Hasil peranan *baitul maal* dalam menarik minat donatur dana sosial dari tahun 2017 sampai dengan 2019 belum dikatakan optimal, dikarenakan berdasarkan tabel 1.1 tentang jumlah donatur zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) diketahui pertambahan jumlah donatur menurun cukup signifikan. Akan tetapi bahwa Peranan *baitul maal* dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi donatur dana sosial bisa dikatakan baik dikarenakan masih adanya donatur yang mau memberikan hartanya sebagai dana sosial.

BMT Assyafiiyah Kota Gajah telah melakukan beberapa program penyaluran dan pendayagunaan seperti pemberdayaan ekonomi dhuafa, beasiswa pendidikan dhuafa, desa binaan kampung berkah dan *charity*. Fungsi BMT Assyafiiyah Kota Gajah juga tersalurkan melalui program - program

sosial dalam mengoptimalkan dana zakat, infaq, sedeqah dan wakaf kepada orang yang berhak menerima dan membutuhkannya.⁵

Berdasarkan wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa dalam pelaksanaannya *Baitul Maal Assyafi'iyah* Kota Gajah belum menerapkan standar operasional (SOP) dalam penanganan ZISWAF secara sehingga pada pelaksanaannya belum dapat berjalan dengan baik namun hal ini tidak menghalangi *Baitul Maal Assyafi'iyah* Kota Gajah dalam mengelola ZISWAF. Pengelolaan ZISWAF ini dapat dilaksanakan sesuai dengan perintah atasan untuk menjalankan fungsinya.

Peneliti juga mengadakan wawancara kepada Bapak Ahmad Musbihin Selaku Kepala Cabang *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah sebagai berikut:

Terkait dengan strategi untuk mendukung peranan *Baitul maal wa tamwil* (BMT) Assyafi'iyah terhadap peningkatan minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) pihak lembaga belum sepenuhnya dapat melaksanakan strategi tersebut dikarenakan situasi saat dilapangan berbeda.

Strategi yang diterapkan *baitul maal* untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donatur sosial yaitu dengan cara :

⁵ Wawancara Kepada Ibu Lailatul Fatimah Sebagai Kepala Devisi BMT Assyafiiyah Kota Gajah Pada 26 April 2020, Pukul 09.12 WIB.

1. Strategi meningkatkan minat masyarakat, untuk meningkatkan minat masyarakat strategi yang digunakan model AIDACS (*attention, interest, desire, action, conviction, satisfaction*) dan model CAB (*cognitive, affect, behavior*), dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Model AIDACS antara lain:

- 1) *Attention* atau menaruh perhatian konsumen, tujuannya untuk mencari perhatian kepada anggota tentang produk ZISWAF agar masyarakat menjadi donatur tetap di BMT yaitu pihak BMT mensosialisasikan ZISWAF kepada masyarakat dengan menggunakan strategi membagikan brosur tentang ZISWAF.
- 2) *Interest* atau ketertarikan anggota, artinya menarik minat anggota dengan menonjolkan dari sisi manfaat dari ZISWAF. Pihak BMT harus menonjolkan keunggulan produk ZISWAF agar anggota benar-benar percaya bahwa pendistribusian ZISWAF tepat pada sasaran.
- 3) *Desire* atau tahap berhasrat/berniat adalah tahapan memberikan penawaran yang tidak dapat ditolak oleh anggota, dimana anggota timbul keinginan dan hasrat untuk memilih ZISWAF.
- 4) *Action* atau tahap memutuskan untuk memilih, tahapan dimana anggota mengambil tindakan untuk mulai memilih produk ZISWAF.
- 5) *Satisfaction* yaitu tahapan akhir dimana anggota BMT merasa puas dengan produk kita dan akhirnya memutuskan untuk memilih produk ZISWAF.

2. Strategi mencari danatur dana sosial, Dalam mencari donatur *Baitul maal* menggunakan strategi identifikasi, pendekatan, pengelolaan, dan penjagaan.
3. Strategi dalam menghimpun dana sosial, Dalam menghimpun dana sosial strategi yang digunakan yaitu periklanan, penjualan, hubungan masyarakat, pagelaran acara, dan penjualan secara langsung.

Maka dari itu pihak lembaga harus selalu melakukan pendekatan kepada masyarakat supaya masyarakat dapat menjadi donatur dana sosial. Pendekatan yang dilakukan diantaranya ikut serta dalam menjadi panitia zakat, selalu menerima kritik dan saran dari masyarakat, serta selalu menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Ketika masyarakat sudah menjadi donatur maka pihak lembaga harus mempertahankan dengan cara menjalin hubungan baik secara terus menerus dan selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa *Baitul Maal* telah berusaha mengoptimalkan strategi guna meningkatkan peranan *Baitul Maal* dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donatur dana sosial.⁶

Berdasarkan wawancara di atas dapat dipahami bahwa strategi untuk mendukung peran *Baitul maal wa tamwil* (BMT) Assyafi'iyah dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donatur sosial sebagai berikut:

⁶ Wawancara Kepada Bapak Musbihin Sebagai Kepala Cabang BMT Assyafiiyah Kota Gajah Pada 26 April 2020, Pukul 10.10 WIB.

1. Strategi meningkatkan minat masyarakat menggunakan model AIDACS dapat dijelaskan
 - a. *Attention* atau tahapan perhatian yang merupakan tahapan dimana BMT akan membuat para anggota atau konsumen memiliki kesadaran dengan keberadaan ZISWAF.
 - b. *Interest* atau tahapan ketertarikan yang dalam hal ini perusahaan akan menarik perhatian yang dimiliki oleh anggota atau konsumen yang dapat menarik minat dari pembelinya atau penggunaan jasanya.
 - c. *Desire* atau tahapan berhasrat yang merupakan tahapan dalam memberikan penawaran yang tidak akan ditolak oleh anggota atau konsumen bahwa ia akan memiliki sebuah keinginan dan hasrat dalam membeli produk yang ditawarkan
 - d. *Action* atau tindakan yang dimana tahapan ini membuat anggota atau konsumen akan membeli produk yang ditawarkan oleh BMT.
 - e. *Satisfaction* atau kepuasan, tahapan ini adalah tahapan akhir yang membuat anggota atau konsumen menjadi puas dengan produk yang dimiliki dan pada akhirnya akan memilih produk tersebut.

Untuk mendapatkan hasil wawancara yang maksimal maka peneliti juga melakukan wawancara kepada Bapak Taufik Ahmad Afandi Sebagai Marketing Baitul Maal Assyafiiyah Kota Gajah sebagai berikut:

Dalam menjalankan tugasnya *Baitul Maal* sebagai pengelola dana sosial, peranan marketing sangat dibutuhkan karena secara garis besar marketing adalah ujung tombak dari suatu lembaga atau perusahaan. Dalam menarik

minat calon donatur dana sosial masyarakat marketing memberikan dorongan dengan menyampaikan betapa pentingnya dana sosial ini untuk membantu pertumbuhan perekonomian. Untuk mencari calon donatur marketing harus dapat menentukan siapa dan bagaimana profile donatur yang akan digalangnya, setelah itu marketing melakukan pendekatan dengan calon donatur dengan cara menjelaskan mengenai dana sosial ini. Untuk meyakinkan calon donatur bahwa dana sosial ini memiliki peran yang cukup penting bagi perekonomian maka marketing memberikan sedikit argumen yang mengarah kepada dana sosial ini. Untuk lebih meyakinkan kembali calon donatur pihak marketing memberikan kesempatan calon donatur untuk bertanya. Peranan marketing dalam memasarkan produk ini yaitu merencanakan strategi dan program pemasaran melalui memasarkan produk dengan cara mengenalkan pihak lembaga kepada masyarakat lalu memperkenalkan produk kepada calon donatur.⁷

Berdasarkan wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa *Baitul Maal* dikatakan sebagai pengelola dana sosial yang diberikan masyarakat atau anggota hal ini didasarkan dengan visi dan misi BMT Assyafiiyah Kota Gajah yaitu menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota dan menjadi perantara keuangan antara agnia (yang berhutang) sebagai shahibul maal dengan duafa sebagai mudharib, terutama untuk dana social seperti zakat, infaq, sedekah wakaf hibah dll namun pada kenyataannya prakteknya belum maksimal hal ini dikarenakan belum

⁷ Wawancara Kepada Taufik Ahmad Afandi Sebagai Marketing Baitul Maal Assyafiiyah Pada 08 Juni 2020, Pukul 11.32 WIB.

diterapkannya standar operasional *Baitul Maal* sehingga marketing harus mampu dan menjalankan tugasnya untuk mempromosikan produk *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah kepada masyarakat agar tertarik dan menjadi donatur zakat, infaq, sedekah wakaf hibah dll. Peran marketing sangat dibutuhkan karena marketing adalah ujung tombak dari suatu lembaga atau perusahaan dalam menarik minat calon donatur dana sosial masyarakat marketing memberikan dorongan dengan menyampaikan betapa pentingnya dana sosial ini untuk membantu pertumbuhan perekonomian.

Selain itu peneliti juga mewawancarai masyarakat berminat melakukan atau donatur zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) sebagai berikut:

Marketing melakukan pemasaran dengan cara *door to door*, sebar brosur, ikut serta membantu amil dalam mengelola zakat, dan bekerja sama dengan aparat desa setempat. Dalam hal ini marketing memberikan wawasan dan pengetahuan tentang produk dana sosial lalu mengajak masyarakat untuk menjadi donatur.⁸

Dalam implementasiannya pihak marketing melakukan pemasaran dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat dan memperbanyak sosialisasi dengan memberikan edukasi terkait cara menghimpun dana dan mengelola dana yang bertujuan agar masyarakat memahami maksud dan tujuannya. cara marketing melihat pasar yaitu melihat jenis pekerjaan atau profesi apakah sebagai pengusaha karyawan atau petani, tingkat ekonomi, lihat dari wilayah tersebut apakah memiliki tingkat

⁸ Wawancara Kepada Bapak Sutrisno Masyarakat Kota Gajah pada 9 Juni 2020, Pukul 13.25 WIB.

ekonomi yang baik atau tidak, hal itu mempengaruhi jenis produk yang ditawarkan.

Dengan melihat wilayah penduduk apakah memiliki sektor ekonomi kebawah, sektor ekonomi menengah atau sektor ekonomi keatas. Setelah mengetahui sektor ekonomi masyarakat maka marketing baru mencocokkan calon donatur yang sesuai terhadap kriteria. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan orang yang ekonominya menengah kebawah juga bisa menjadi calon donatur, dikarenakan semua kalangan masyarakat ditawarkan untuk menjadi donatur dan tidak ada ketetapan jumlah rupiah untuk menjadi donatur dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF).

Peranan marketing dalam memelihara hubungan baik dengan calon donatur yaitu menjaga komunikasi dengan baik kepada masyarakat. Dalam menarik minat calon donatur kendala yang ada ketika menarik minat calon donatur yaitu kurangnya rasa kesadaran masyarakat bahwa uluran sebagian harta mereka dapat membantu perekonomian bagi masyarakat yang tidak mampu. Maka disini marketing memiliki peran yang cukup penting, dengan pengetahuan yang dimiliki marketing *baitul maal* mengenai zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf maka marketing harus selalu memberikan wawasan serta pengetahuan tentang betapa pentingnya dana sosial ini. Dalam hal ini cara marketing untuk melayani calon donatur yaitu dengan memberikan kemudahan melalui jemput bola kepada seluruh lapisan masyarakat.

Dalam menjalin hubungan baik dengan donatur maupun calon donatur marketing memelihara hubungan baik dengan gaya bahasa disesuaikan

dengan kondisi donatur atau calon donatur. Dalam memelihara hubungan baik ini marketing juga harus melayani dengan baik dan selalu menjaga hubungan komunikasi dengan donatur maupun calon donatur.⁹

Berdasarkan hasil wawancara masyarakat dapat diketahui bahwa pihak marketing BMT selalu menjaga hubungan baik dengan anggota melalui menjaga komunikasi, memberikan pelayanan yang maksimal dengan menerapkan pelayanan jemput bola. Sehingga masyarakat akan tertarik untuk menjadi donatur dana sosial.

Salah satu cara marketing dalam menjalin hubungan yaitu dengan cara terjun secara langsung ke masyarakat untuk membantu amil zakat dalam mengelola zakat fitrah. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Subandi selaku salah satu pengurus masjid Taqwa yang berada di kota Gajah menyampaikan bahwa setiap amil zakat memulai kegiatannya untuk menghimpun dan menyalurkan zakat fitrah, selalu ada pegawai dari pihak BMT untuk membantu amil zakat. Selain itu marketing juga melakukan promosi kepada seluruh lapisan masyarakat mengenai produk dana sosial ini serta bagaimana dalam pengelolaannya. salah satu masyarakat kota gajah menyampaikan bahwa pihak marketing memberikan pengetahuan tentang produk ini, kemudian pihak marketing menawarkan kepada masyarakat untuk menjadi donatur dana sosial. Dalam pengelolaannya marketing menyampaikan bahwa dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWA) di salurkan sesuai amanah donatur, seperti halnya untuk dana infak dan shadaqah disalurkan melalui akad *qordul hasan*,

⁹ Wawancara Kepada Bapak Sutrisno Masyarakat Kota Gajah pada 9 Juni 2020, Pukul 14.18 WIB.

untuk dana zakat akan disalurkan sesuai perintah agama yaitu ke delapan asnaf, serta untuk dana wakaf akan disalurkan sesuai permintaan si pemberi wakaf (wakif).¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka pihak lembaga memiliki tanggung jawab penuh terhadap dana sosial yaituzakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF), serta memiliki peranan yang cukup penting untuk memperbaiki perekonomian. Karena peran dari dana sosial ini sangatlah penting untuk membantu perekonomian masyarakat dikalangan menengah kebawah.

C. Analisa Peranan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Melakukan Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf (ZISWAF)

Salah satu kegiatan terpenting *baitul maal* Assyafi'iyah adalah menghimpun dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) sebagaimana sesuai dengan tugas baitul maal itu sendiri yaitu menghimpun, mengelola, dan menyalurkan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) untuk kesejahteraan umat yang menitik beratkan pada aspek sosial dan menjalankan sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

Dalam rangka mewujudkan visi nya yaitu menjadi koperasi jasa keuangan syari'ah di Lampung yang sehat, kuat, bermanfaat, mandiri, dan Islami *Baitul Maal* Assyafi'iyah Kota Gajah mempunyai strategi-strategi dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donatur. Namun walaupun

¹⁰ Wawancara Kepada Bapak Sutrisno Salah Satu Masyarakat Kota Gajah Pada 9 Juni 2020, Pukul 16.16 WIB.

sudah memiliki strategi tidak menutup kemungkinan ada kendala saat berada dilapangan.

Data dilapangan yang diperoleh peneliti bahwa implemetasi strategi yang digunakan oleh *baitul maal* dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donatur dana sosial sudah sesuai dengan teori. Namun masih ada kendala seperti kurangnya kesadaran masyarakat untuk menyalurkan hartanya sebagai dana sosial. Hal ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dari lembaga-lembaga sebagai pengelola dana sosial.

Penanggulangan yang di lakukan *baitul maal* assyafi'iyah yaitu dengan melakukan pendekatan secara langsung kepada seluruh lapisan masyarakat untuk memberikan penjelasan terkait bagaimana cara penghimpunan dan pengelolaan dana sosial. Sehingga nantinya rasa kesadaran masyarakat terkait penyaluran dana sosial ini akan meningkat serta dapat meningkatkan keimanan masyarakat.

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah mempunyai fungsi sebagai berikut :

- f. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong, mengembangkan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota muamalat (POKUSMA) dan daerah kerjanya.
- g. Meningkatkan kualitas SDM anggota menjadi professional dan Islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.
- h. Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.

- i. Menjadi perantara keuangan antara *agnia* (yang berhutang) sebagai *shahibul maal* dengan *dhuafa* sebagai *mudharib*, terutama untuk dana social seperti zakat, infaq, sedekah wakaf hibah dll.
- j. Menjadi perantara keuangan antara pemilik dana baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana untuk pengembangan usaha produktif.

Selain itu *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah mempunyai tujuan dalam meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, dan berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Terciptanya sistem, lembaga dan kondisi kehidupan ekonomi rakyat banyak dilandasi oleh nilai-nilai keselamatan berintikan keadilan, kedamaian dan kesejahteraan, melandasi tumbuh dan berkembangnya tiga perempat usaha mikro dan kecil diseluruh indonesia.

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah berprinsip dalam menciptakan suasana keterbukaan agar masyarakat tetap percaya kepada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah bahwasannya Islam mengajarkan kepada umatnya bahwa masyarakat adalah satu kesatuan yang saling berhubungan antara satu dengan yang lain, Islam juga mengajarkan agar seluruh umatnya saling tolong menolong satu dengan yang lainnya. Ras dan kebersamaan ini tercermin adanya konsep sosial dari harta kekayaan yang dimiliki oleh seseorang baik yang bersifat kewajiban.

Zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) adalah salah satu ibadah yang memiliki posisi yang sangat penting, strategis dan menentukan, baik dari sisi *ubudiah* maupun dari sisi membangun kesejahteraan ekonomi umat. Selain sebagai ibadah zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) juga memiliki keterkaitan yang sangat signifikan dengan dimensi sosial keumatan karena secara substansi, pendayagunaan zakat secara material dan fungsional memiliki partisipasi aktif dalam memecahkan permasalahan keumatan seperti peningkatan kualitas hidup kaum *dhuafa*, peningkatan sumber daya manusia dan pemberdayaan ekonomi. Dalam hitungan makro, zakat dapat dimaksimalkan sebagai institusi distribusi, pendapatan didalam konsepsi ekonomi Islam.

Keberadaan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah dapat dipandang memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti zakat, infaq, shodaqoh, dan wakaf, serta mempunyai fungsi sebagai institusi yang bergerak di bidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya BMT. Pada fungsi kedua ini dapat dipahami bahwa selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah berfungsi juga sebagai lembaga ekonomi.

Dana zakat yang dihimpun oleh *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah diperoleh bukan hanya dari anggota *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah saja namun dari siapa saja, tidak harus nasabah, walaupun dari anggota dana tersebut diambil dari wakaf, dari dana

wakaf sendiri ada pembiayaan dan dana pembiayaan tersebut kita masukkan untuk dana ZISWAF, hal ini dikarenakan salah satu potensi umat Islam dalam upaya pemberdayaan ekonomi umat.

Hal ini dikarenakan pada kenyataannya terjadi peningkatan jumlah fakir miskin di setiap daerah, yang salah satunya disebabkan oleh gejolak ekonomi yang tidak stabil. Kebutuhan pangan menjadi prioritas utama mayoritas masyarakat sehingga tidak heran apabila ada fenomena kejahatan dengan alasan memenuhi kebutuhan hidup. Untuk mengatasi permasalahan ini dibutuhkan peran dari semua pihak baik dari pemerintah, lembaga-lembaga sosial, ataupun masyarakat itu sendiri, dan lainnya. Oleh karena itu *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah mengadakan perhimpunan, pengelolaan dan pendistribusian ZISWAF agar dapat menangani masyarakat yang miskin menjadi sejahtera yaitu dapat mendirikan usaha setelah ia sudah mampu untuk berkembang lagi selanjutnya kita serahkan kembali ke pada tamwil. Menyalurkan beasiswa pada fakir miskin, bantuan kesehatan dan lain-lain. Hal ini hanya diperuntukan kepada kesejahteraan masyarakat yang tidak mampu atau fakir miskin.

Pendistribusian dana ZISWAF dapat dikatakan sebagai satu aktifitas atau kegiatan untuk mengatur sesuai dengan fungsi manajemen dalam upaya menyalurkan zakat, Infak, Wakaf (ZISWAF) sesuai tepat sasaran. ZISWAF yang diberikan kepada mustahik melalui *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Assyafiiyah Kota Gajah hal ini bertujuan untuk kemaslahatan umat selain itu agar terciptanya tujuan organisasi secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Albani., Muhammad Nashiruddin, Abdul Syukur Abdul Razak, Ahmad Rifa'i Utsman, Dan Tajuddin Arief. *Shahih Sunan Abu Daud*. Jakarta: Pustaka Azzam, 2006.
- Ali, Mohammad Daud. *Sistem Ekonomi Islam: Zakat Dan Wakaf*. Cet. Ke-1. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 1988.
- American Institute Of Banking Penerjemah A. Hasyimi Ali. *Manajemen Bank*. Jakarta: Bumi Aksara, 1970.
- Ascarya. *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2017.
- Departemen Agama Ri. *Fiqih Wakaf*. Jakarta: Dikretorat Pemberdayaan Wakaf, 2007.
- . *Pradigma Baru Wakaf Di Indonesia*. Jakarta: Dikretorat Pemberdayaan Wakaf, 2008.
- Juni, Doni, Priansa. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Cet. Ke-1. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Karim, Helmi. *Fiqh Muamalah*. Cet. Ke-2. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 1991.
- Sudarso, Heri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Dan Ilustrasi*. Cet. Ke-4. Yogyakarta: Ekonisia, 2012.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Strategi Teori Dan Aplikasi*. Cet. 3. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Ismanto, Kuat. "Pengelolaan Baitul Maal Pada Baitul Maal Wa Tamwil (Bmt) Di Kota Pekalongan." *Jurnal Penelitian* 12, No. 1 (3 Mei 2015): 24–38. <https://doi.org/10.28918/Jupe.V12i1.641>.
- Pradja, Juhaya S. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Ke-1. Bandung: Cv Pustaka Setia, 2013.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2009.
- Bungin, M. Burhan. *Metodelogi Penelitian Sosial Dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Public, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Kasiran, Moh. *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: Un-Maliki Press, 2008.
- Muhammad. *Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah: Pergulatan Melawan Kemiskinan & Penetrasi Ekonomi Global*. Ed. 1, Cet. 1. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Ridwan, Muhammad. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Cet. 1. Yogyakarta: Uii Press, 2004.
- Herdiana, Nana, Abdurrahman. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Cet. Bandung: Cv Pustaka Setia, 2015.
- Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Cet. Ke-2. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Huda, Nurul., Nova Rini, Yosi Mardoni, Dan Citra Permatasari. *Zakat Perspektif Mikro-Makro*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Pandji Anaraga. *Manajemen Bisnis*. Cet. Ke-4. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Qaradawi, Yusuf., Salmah Harun, Didin Hafidhuddin, Dan Hasanuddin. *Hukum Zakat: Studi Komparatif Mengenai Status Dan Filsafat Zakat Berdasarkan Quran Dan Hadis*. Bogor, Jakarta: Litera Antar Nusa, 2007.
- Rozalinda. *Manajemen Wakaf Produktif*. Cet. 1. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Soemitra, Andri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cet. 23. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.
- Uhar Suharsaputra. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Cet. Ke-1. Bandung: Pt Refika Aditama, 2012.
- Usman, Rachmadi. *Hukum Perwakafan Di Indonesia*. Cet. 1. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Al-Islami Adilatuh, Wahabah. *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 1995.

- Widiyanto, Abdul Ghafar Ismail, Dan Kartiko A. Wibowo. *Bmt Praktik Dan Kasus*. Cet. Ke-1. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2016.
- Azahra, Rina., Dan Sofian Muhlisin. “Perbandingan Fungsi Bmt Sebagai Baitul Maal Dan Baitul Tamwil.” *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 1, No. 2 (2015). <https://Unida.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Jsei/Article/Viewfile/261/45>.
- Djayusman, Royyan Ramdhani., Mufti Afif, Andi Triyawan, Dan Faizal Abduh. “Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infak, Dan Sedekah (Studi Kasus Di Laz Ummat Sejahtera Ponorogo).” *Islamic Economics Journal* 3, No. 1 (11 Juni 2017). <https://Doi.Org/10.21111/Iej.V3i1.1383>.
- Hasibuan, Hanisyah. “Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat Infak Dan Sedekah Pada Badan Amil Zakat Nasional Sumatera Utara.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019. <http://Repository.Uinsu.Ac.Id/5864/>.
- Hidayah, Ririn Nur. “Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan Dalam Menarik Minat Donatur Untuk Menyalurkan Dana Zakat Infak Sadaqah Wakaf (Ziswaf).” *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains* 6, No. 1 (5 Juli 2017): 135–44. <https://Doi.Org/10.19109/Intelektualita.V6i1.1305>.
- Kusmanto, Arif. “Peran Lembaga Amil Zakat Nasional Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh.” *Pandecta : Jurnal Penelitian Ilmu Hukum (Research Law Journal)* 9, No. 2 (5 Desember 2014): 292–301. <https://Doi.Org/10.15294/Pandecta.V9i2.3581>.
- Mabrurin, Achmad. “Strategi Pengumpulan Dana Dan Pendistribusian Zakat, Infaq, Shodaqoh Dalam Meningkatkan Kepuasan Muzakki (Studi Kasus Badan Amil Zakat Nasional Tulungagung).” Skripsi, 19 Agustus 2018. <http://Repo.Iain-Tulungagung.Ac.Id/9433/10/Daftar%20pustaka.Pdf>.
- Saputra, Wahyu D. “Peranan Panti Asuhan Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Anak Di Panti Asuhan Mahmudah Di Desa Sumberejo Sejahtera Kecamatan Kemiling Bandar Lampung.” *Lampung: Universitas Lampung*, 2016. <http://Digilib.Unila.Ac.Id/11463/3/Bab%202.Pdf>.
- Zulaechah, Titik. “Analisis Faktor-Faktor Minat Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah (Studi Pada Nasabah Ajb Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang).” Undergraduate, Iain Walisongo, 2012. <http://Eprints.Walisongo.Ac.Id/460/>.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111.
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 2822/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

16 Oktober 2019

Kepada Yth:

1. Nety Hermawati, S.H., M.A., M.H.
 2. Fitri Kurniawati, M.E.Sy.
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Tara Aditya Pratama
NPM : 1502100223
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Peranan Baitul Maal Wa Tamwil Assyafi'iyah Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Melakukan Zakat, Infaq, Shodaqoh dan Wakaf (ZISWA)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH



**KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH
BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL**

BADAN HUKUM No. 28/BH/KDK.7.2/III/1999

Jl. Jend. Sudirman No. 09 Kotagajah Timur Kec. Kotagajah Lampung Tengah

Telp. (0725) 5100189 Fax. 0725 5100199



Nomor : 198/KSPPS/BMT-ASY/BN/KG/V/2020
Perihal : SURAT BALASAN PRASURVEY
Lampiran : 1 Berkas

Kotagajah, 12 JUNI 2020

Kepada,
Yth. Bapak/ibu Wakil Dekan I
IAIN METRO
Di tempat

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Berdasarkan surat izin riset dengan identitas

NAMA : TARA ADITYA PRATAMA

NPM : 1502100223

SEMESTER : 10 (SEPULUH)

JURUSAN : SI PERBANKAN SYARIAH

JUDUL SKRIPSI : "PERANAN BAITUL MALL WA TAMWIL (BMT) ASSYAFI'YAH TERHADAP
PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN
ZAKAT, INFAQ, SHADAQOH, DAN WAKAF (WAKAF)

Dengan ini kami memberikan izin kepada Mahasiswa/i Tersebut untuk melakukan prasurvey pada KSPPS BMT
ASSYAFI'YAH BN

Demikian surat ini kami buat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Kotagajah, 12 juni 2020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0654/In.28/D.1/TL.01/03/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : TARA ADITYA PRATAMA
NPM : 1502100223
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BMT Assyafi'iyah Kotagajah, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERANAN BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT) ASSYAFI'YAH TERHADAP PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH, DAN WAKAF (WAKAF)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro

Pada Tanggal : 09 Maret 2020

Wakil Dekan I,



Saleh MAQ.
NIP. 19650111 199303 1 001

Mengetahui,
Pejabat Setempat

A. Musgikren



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0655/In.28/D.1/TL.00/03/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Kepala Devisi BMT Assyafi'iyah
Kotagajah
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0654/In.28/D.1/TL.01/03/2020, tanggal 09 Maret 2020 atas nama saudara:

Nama : **TARA ADITYA PRATAMA**
NPM : 1502100223
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BMT Assyafi'iyah Kotagajah, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERANAN BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT) ASSYAFI'YAH TERHADAP PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH, DAN WAKAF (WAKAF)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 09 Maret 2020
Wakil Dekan I,

Drs. H. M. Saleh MA
NIP. 19650111 199303 1 001





**KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARI'AH
BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL**

BADAN HUKUM No. 28/BH/KDK.7.2/III/1999

Jl. Jend. Sudirman No. 09 Kotagajah Timur Kec. Kotagajah Lampung Tengah
Telp. (0725) 5100189 Fax. 0725 5100199



Nomor : 201/KSPPS/BMT-ASY/BN/KG/VI/2020
Perihal : SURAT BALASAN RISET
Lampiran : 1 Berkas

Kotagajah, 12 JUNI 2020

Kepada,
Yth. Bapak/ibu Wakil Dekan I
IAIN METRO
Di tempat

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Berdasarkan surat izin riset dengan identitas

NAMA : TARA ADITYA PRATAMA

NPM : 1502100223

SEMESTER : 10 (SEPULUH)

JURUSAN : S1 PERBANKAN SYARI'AH

JUDUL SKRIPSI : "PERANAN BAITUL MALL WA TAMWIL (BMT) ASSYAFI'YAH TERHADAP
PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN
ZAKAT, INFAQ, SHADAQOH, DAN WAKAF (WAKAF)

Dengan ini kami memberikan izin kepada Mahasiswa/i Tersebut untuk melakukan riset pada KSPPS BMT
ASSYAFI'YAH BN

Demikian surat ini kami buat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Kotagajah, 12 Juni 2020



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-446/ln.28/S/U.1/OT.01/06/2020**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : TARA ADITYA PRATAMA
NPM : 1502100223
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1502100223.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 12 Juni 2020
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd
NIP. 1958083119810301001



ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

PERANAN BAITUL MAAL WA TAMWIL (BMT) ASSYAFI'YAH TERHADAP PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH, DAN WAKAF (ZISWAF)

- A. Pedoman wawancara kepada kepala Devisi *baitul maal* Assyafi'iyah dan wawancara kepada kepala cabang *baitul maal wa tamwil* (BMT) Assyafi'iyah Kota Gajah
1. Apakah ada SOP dalam mendukung peranan *baitul maal wa tamwil* (BMT) terhadap peningkatan minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF)?
 2. Jika ada, bagaimana penetapan SOP dalam mendukung peranan *baitul maal wa tamwil* (BMT) terhadap peningkatan minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF)?
 3. Bagaimana pelaksanaan standar operasional sebagai pedoman *baitul maal wa tamwil* (BMT) berkaitan dengan meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan donasi dana sosialnya berjalan atau tidak?
 4. Bagaimana cara *baitul maal wa tamwil* (BMT) memotivasi marketing agar mampu menarik minat masyarakat sehingga pertumbuhan donasi dana sosial meningkat?
 5. Bagaimana kebijakan *baitul maal wa tamwil* (BMT) dalam memotivasi marketing agar mampu menarik minat masyarakat sehingga pertumbuhan donasi dana sosial meningkat?

6. Bagaimana strategi *baitul maal wa tamwil* (BMT) dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donatur dana sosial?
 - a. Bagaimana *baitul maal wa tamwil* (BMT) merencanakan strategi dan program pemasaran?
 - b. Bagaimana implementasi strategi yang dilakukan ?
7. Bagaimana *baitul maal wa tamwil* (BMT) dalam memelihara hubungan baik dengan donatur maupun calon donatur?
8. Bagaimana cara *baitul maal wa tamwil* (BMT) dalam mempertahankan donatur dana sosial yang sudah ada?
9. Bagaimana hasil penanan *baitul maal wa tamwil* (BMT) dalam menarik minat masyarakat dalam melakukan zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF)?

B. Pedoman wawancara kepada *marketing baitul maal wa tamwil* (BMT)

1. Bagaimanakah perananan *marketing baitul maal wa tamwil* (BMT) dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi donasi dana sosial?
2. Bagaimana cara *marketing* mencari donatur dana sosial?
 - a. Bagaimana cara *marketing* mengidentifikasi calon donatur?
 - b. Bagaimana cara *marketing* melakukan pendekatan terhadap masyarakat calon donator?
 - c. Bagaimana cara *marketing* memahami calon donator?
3. Bagaimana cara *marketing* melakukan pemasaran produk kepada masyarakat?
 - a. Bagaimana *marketing* mereencanakan strategi dan program pemasaran?

Metro, 24 febuari 2020

Mahasiswa Ybs.



Tara aditya Pratama

NPM. 1502100223

Mengetahui,

Pembimbing I,



Nety Hermawati, SH, MA, MH

NIP. 19740904 200003 2 002

Pembimbing II,



Fitri Kurniawati, M.E.Sy

NIDN. 2012068701



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimil (0725) 47298; website: www.syarlah.metrouniv.ac.id; E-mail: syarlah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Tara Aditya Pratama**
NPM : 1502100223

Fakultas / Jurusan: **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
Semester / TA : **IX/ 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Jum'at/ 12 Juni 2020		1. Hilangkan hal yg tidak terkait skripsi 2. Teknik penulisan ; - koreksi lagi "typo" - Hindari kalimat yg ambigu. - fokus pada pokok masalah. pada alenia. 3. Beri footnote pada motto 4. Sesuaikan tanggal dan bulan pada penulisan skripsi. 5. Bubun prsurvey, tapi survey. 6. Pertanyaan penelitian merupakan tuntutan dari judul 7. Susun ulang kalimat dalam sub "pertanyaan penelitian". 8. Paringkat teori di bab 2, fokus pada perannya. 9. Hilangkan hal yg tidak perlu di bab 2.	

Dosen Pembimbing II

Fitri Kurniawati, M.E.Sy.
NIDN. 2012068701

Mahasiswa Ybs.

Tara Aditya Pratama
NPM. 1502100223



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47298; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Tara Aditya Pratama**
NPM : 1502100223

Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : IX/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<p>10. Munculkan alasan ilmiah pemilihan lokasi penelitian</p> <p>11. Bab IV fokus pada peranan, peningkat lainnya</p> <p>12. Sub bab penulisan footnote.</p> <p>13. Sub bab IV, bag. "D". Kaitkan dengan teori di Bab II.</p> <p>14. Buat ulang kesimpulan.</p> <p>15. Saran harus terkait dengan perannya yg belum maksimal.</p> <p>16. Kelompokkan daftar pustaka menjadi 3 : buku, karya ilmiah, internet</p> <p>17.</p>	

Dosen Pembimbing II

Fitri Kurniawati, M.E.Sy.
NIDN. 2012068701

Mahasiswa Ybs.

Tara Aditya Pratama
NPM. 1502100223



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.lain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Tara Aditya Pratama**
NPM : 1502100223

Fakultas / Jurusan: **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
Semester / TA : **IX/ 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<p>6. Kesimpulan harus menjawab pertanyaan penelitian.</p> <p>7. Sinon hanya tabail pada kebucangan nya saya, tidak redh terlalu luas.</p> <p>8. spasi pada daftar pustaka diperhatikan.</p>	

Dosen Pembimbing II

Fitri Kurniawati, M.E.Sy.
NIDN. 2012068701

Mahasiswa Ybs.

Tara Aditya Pratama
NPM. 1502100223



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syahiah.metrouniv.ac.id; E-mail: syahiah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Tara Aditya Pratama**
NPM : 1502100223

Fakultas / Jurusan: **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
Semester / TA : **IX/ 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
2.	Rabu / 24 Juni 2020.		<ol style="list-style-type: none">1. Istilah asing cetak miring (kata "aghiya" di a6stab masalahnya).2. Hilangkan smat prasurey, outline di lampiran.3. Beri spasi (enter) setiap ganti bab bab (sub - bab).4. Bab IV, setiap hari interview harus dianalisis. dan ditamban dengan teori di bab II.5. Tambahkan analisis tentang "punanan" Bmt tsb di bab IV.	

Dosen Pembimbing II

Fitri Kurniawati, M.E.Sy.
NIDN. 2012068701

Mahasiswa Ybs.

Tara Aditya Pratama
NPM. 1502100223



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47298; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Tara Aditya Pratama**
NPM : 1502100223

Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : IX/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
3.	Jumat/ 26 Juni 2020		Acc, lanjutkan be (revisi) /	

Dosen Pembimbing II

Fitri Kurniawati, M.E.Sy.
NIDN. 2012068701

Mahasiswa Ybs.

Tara Aditya Pratama
NPM. 1502100223



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Tara Aditya Pratama**
NPM : 1502100223

Fakultas / Jurusan: **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
Semester / TA : **IX / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	28/06/2020		Saran sesuai dengan kesimpulan	

Dosen Pembimbing I

Nety Hermawati, S.H., M.A., M.H.
NIP. 197409042000032002

Mahasiswa Ybs.

Tara Aditya Pratama
NPM. 1502100317223



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Tara Aditya Pratama**
NPM : 1502100223

Fakultas / Jurusan: **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**
Semester / TA : **IX / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
<i>P</i>	<i>29/2020 06</i>		<i>Ace BAB W dan v</i>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Nety Hermawati, S.H., M.A., M.H.
NIP. 197409042000032002

Tara Aditya Pratama
NPM. 1502100317223

JUMLAH DONATUR

KODE	NAMER	2017	2018	2019
01	KOTAGUAH	252	268	278
02	GAYABARI	107	122	133
03	PROYEK	124	137	137
04	KALIREJO	164	169	159
05	PURBOLINGGO	198	213	213
06	UNIT 1	221	235	254
07	WAY JEPARA	225	235	245
08	PEMAKHTAMA	169	185	196
09	SUKOHARJO	190	190	201
10	SEMOANG AGUNG	186	200	211
11	SAMPANG PEMANTANG	177	195	208
12	MALYO ASRI	120	140	151
13	GADING REJO	115	143	152
14	RAMAY UTARA	101	115	152
15	JEMBAT BATU ...	103	197	209
16	ADILWIH	89	104	119
17	PONCO WARNO	150	163	179
18	SAMPANG RANDU	184	200	166
19	TRIDATU	188	207	180
20	SAMPANG SRIBAYONO	125	139	131
21	DAYA WIRNI	190	201	175
22	SUMBER AGUNG	110	152	115
23	MENGGAJA C SP B	112	166	205
24	PUGUNG PABBARU	206	212	297
25	PUMBA	180	251	116
26	TANJUNG JAYA	186	188	201
27	METRO	167	161	244

CATATAN
 JUMLAH DONATUR INI ADALAH JUMLAH DONATUR SELAMA 1 TAHUN
 BERJALAN

28	PRINGSENU	152	151	174
29	ANTER	107	106	121
30	PEKAWARALI	121	136	112
31	BANTUMAS	105	122	96
32	TANJUNG RAYA	166	171	154
33	PEKALONGAN	115	120	111
34	SEKAMPUNG	98	115	99
35	TUGUMAYO	90	104	87
36	MERPAK	120	132	116
37	MULARANTAN	118	134	115
38	GISTING	165	171	176
39	TANJUNG BINTANG	131	132	162
40	KARANG ANYAR	121	132	115
41	PALLING KENCANA	105	115	109
42	NYUKANG HARJO	90	105	99
	JUMLAH	6.133	6.858	7.064

DOKUMENTASI







RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap **Tara Aditya Pratama**, nama panggilan Tara. Penulis lahir pada tanggal 01 Oktober 1997 bertempat di Desa Sukoharjo Kec. Sekampung Kabupaten Lampung Timur. Penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-kanak di TK Pertiwi Kec.Sekampung lulus pada tahun 2003, Sekolah Dasar (SD) di SD N3 Sumbergede lulus pada tahun 2009, lalu melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP/Sederajat) MTs Ma'arif Nu 5 Sekampung, lulus pada tahun 2012, lalu melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA/Sederajat) di SMA N1 Sekampung, lulus pada tahun 2015.

Kemudian penulis melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) metro pada tahun 2015. Saat ini penulis masih menjalankan program studynya di semester sepuluh (X) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Jurusan S1 Perbankan Syari'ah.