

STRATEGI GERAKAN SEDEKAH MAKAN RAKYAT (SEMARAK) DALAM MENINGKATKAN MINAT MUZAKI DI LAZNAS DEWAN DAKWAH PROVINSI BALI

Sahril¹, Kusjuniati², Kurniawati³

Program Studi Ekonomi Syariah,

Sekolah Tinggi Agama Islam Denpasar Bali

email: aenk73@gmail.com¹, kusyuniati60@gmail.com²,

kurniawati213006@gmail.com³

Abstrak:

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah Untuk mengetahui strategi Semarak di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali. Untuk Mengetahui minat muzaki terhadap gerakan Semarak di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali. Untuk Mengetahui dampak dari program gerakan Semarak di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini triangulasi. Informan dalam penelitian ini adalah karyawan Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali dan muzaki Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali dengan menggunakan teknik *purposive*. Serta pengumpulan data berupa: Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Hasil tersebut menunjukkan adanya minat muzaki terhadap adanya Semarak.

Kata Kunci: Strategi Semarak, Minat Muzaki

1. Pendahuluan

Kemiskinan merupakan permasalahan global yang hingga saat ini masih menjadi tugas dan tantangan setiap negara untuk mengatasinya, termasuk Indonesia. Indonesia memiliki persentase penduduk miskin sebesar 9,54% atau dengan jumlah penduduk 26,16 juta orang, terdapat penurunan 0,17% atau 0,34 juta penduduk dibandingkan pada September 2021 berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) per Maret 2022.¹ Hal ini menunjukkan bahwa angka kemiskinan di Indonesia masih cukup tinggi dan membutuhkan upaya lebih untuk mengatasinya.

Mengatasi permasalahan perekonomian ini, salah satunya dapat dilakukan melalui optimalisasi zakat, infak, dan sedekah (ZIS).

Zakat, infak, dan sedekah sama-sama memiliki peran dalam mengatasi permasalahan ekonomi

dan kesejahteraan umat. Menurut Undang-Undang Republik

Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat disebutkan bahwa Zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan meningkatkan

zakat yaitu Al Zakat sebagai zakat, seperti terdapat pada Q.S Al Baqarah ayat 110:

وَلْيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَلْيُتَّقُوا اللَّهََ الْغَنَىَ

Artinya : “Dan laksanakanlah salat dan tunaikanlah zakat...(Q.S Al Baqarah ayat 110)”³, Al Sadaqah sebagai sedekah, seperti yang ditercantum pada Q.S. At Taubah ayat 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهََ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : “Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka ...(Q.S. At Taubah ayat 103)”⁴,

Al Nafaqah sebagai infak, seperti yang ditemukan dalam Q.S. At Taubah ayat 34

وَالَّذِينَ يَخْشَوْنَ اللَّهََ عَظِيمًا وَالَّذِينَ يَزْكُونَ زَكَاةَهُمْ يُعْطُونَ أَجْرًا كَبِيرًا

وَالَّذِينَ يَتَّقُونَ اللَّهَََ عَظِيمًا وَالَّذِينَ يَزْكُونَ زَكَاةَهُمْ يُعْطُونَ أَجْرًا كَبِيرًا

keadilan dan kesejahteraan masyarakat.²

Al Quran menggunakan beberapa terminologi untuk arti

Artinya : “... Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menginfakkannya di

jalan Allah, maka berikanlah kabar gembira kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat)

¹Badan Pusat Statistik, *persentase penduduk miskin*, {<https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/07/15/1930/persentase-penduduk-miskin-maret-2022-turun-menjadi-9-54-persen.html>, di akses 14 november 2022 }

²Undang-Undang RI Nomor 23, 2011. *Pengelolaan Zakat*, h. 1

³QS : Al-Baqarah 110, *Al Qur'an dan Terjemahan*. 2008, Bandung: Departemen Agama RI

⁴QS : At-Taubah 103, *Al Qur'an dan Terjemahan*. 2008, Bandung: Departemen Agama RI

azab yang pedih.(Q.S. At Taubah ayat 34)⁵”

LAZNAS didirikan oleh Yayasan Dewan Dakwah untuk menghimpun dana Zakat, Infak, & Sedekah guna mendukung terlaksananya program-program Dakwah yakni seperti, Dakwah di Pedalaman, Pemberdayaan Umat, dan Kemanusiaan. Hari lahir LAZNAS Dewan Dakwah Bali didasarkan pada SK Menteri Agama RI Nomor 463 tanggal 20 November 2017. Visi LAZNAS Dewan Dakwah Provinsi Bali ialah Menjadi institusi pengelola zakat terdepan dengan penekanan pada upaya mendorong peningkatan mutu dan sebaran di dakwah di Indonesia.

Salah satu program sedekah yang di jalankan oleh LAZNAS Dewan Dakwah Provinsi Bali adalah Program peningkatan sosial ekonomi ialah Sedekah Makan Rakyat (Semarak). Semarak adalah program memberikan makanan siap saji kepada mereka yang membutuhkan. Terdapat beberapa jenis semarak yang dilaksanakan oleh Laznas Dewan Dakwah Bali, yaitu Semarak Jumat Berkah, Semarak Qurban, Semarak Buka Puasa, dan Semarak Pedalaman

1.1 KAJIAN TEORI

a. Pengertian Semarak

Semarak adalah Program sedekah makan untuk rakyat dengan memberikan makanan siap saji. Program ini di

inisiasikan oleh Lembaga Amil Zakat (Laznas) Dewan Dakwah. Terdapat beberapa jenis paket Semarak yang disediakan, yaitu Semarak Qurban, Semarak Jumat Berkah, Semarak Pedalaman, dan Semarak Buka Puasa

Semarak Jumat Berkah adalah program semarak yang dilakukan setiap hari Jumat dengan membagikan paket makan siap saji ke masjid-masjid, yayasan panti asuhan dan beberapa lokasi lain yang membutuhkan. Semarak qurban adalah program semarak yang diadakan saat hari raya idul Adha. Biasanya semarak qurban ini dilaksanakan bersamaan dengan hari penyembelihan hewan qurban Laznas Dewan Dakwah di lokasi tertentu. Semarak buka puasa (Iftar) adalah program semarak yang dilaksanakan di hari puasa Senin Kamis atau puasa ramadhan. Laznas Dewan Da'wah Bali membagikan takjil dan makanan siap saji di masjid-masjid yang mengadakan acara buka puasa bersama di hari-hari puasa tersebut. Semarak Pedalaman adalah program semarak yang dilaksanakan sebulan sekali di desa binaan Laznas Dewan Da'wah Bali yaitu desa Julah, tepatnya di dusun Batu Gambir Singaraja. Sedekah makan pedalaman ini biasanya dilakukan setelah acara Tabligh Akbar di masjid desa.

b. Strategi Gerakan Semarak

Merger berasal dari bahasa Yunani “*Stratageta*”
(*Stratos*=militer dan

⁵ *Ibid*, h.34.

Ag=memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.⁶ Secara terminologi, strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

c. Pengertian Muzaki

Secara bahasa bahasa Arab *shigat ismu al- fail dari wazan zaka, bizaki muzakki*, subjek zakat atau orang yang mengeluarkan zakat. Muzaki merupakan seseorang atau pihak yang melakukan pembayaran zakat. Muzaki adalah mereka yang harta kekayaannya dikenakan kewajiban zakat. Pembayaran zakat disyaratkan harus seorang muslim dan disyaratkan balig atau berakal menurut menurut pendapat mayoritas ulama yang ada

d. Pengertian Minat

Minat merupakan salah satu faktor psikis yang membantu dan mendorong individu dalam memberi stimulus suatu kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai. Ditinjau dari segi bahasa, minat adalah “kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan”.⁷

⁶ Sofyan Assuari, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.168

⁷Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), h. 957

Kerangka Berpikir

Dalam kerangka konsep menunjukkan pengaruh program gerakan Semarak terhadap minat muzaki untuk berdonasi di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali. Melalui penelitian ini, peneliti akan memaparkan tentang seberapa besar pengaruh program gerakan Semarak dalam mempengaruhi peningkatan jumlah donasi maupun jumlah muzaki di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang di gunakan menggunakan metode kualitatif. Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian deskriptif, karena peneliti ingin menggambarkan secara jelas tentang obyek penelitian. Selain itu, data yang didapatkan lebih lengkap, lebih mendalam, dan bermakna.

2.2 Penentuan Informan

Informan adalah orang yang yang bisa memberi informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive, yaitu pengambilan informan dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan tehnik purposive sesuai dengan tema penelitian karena orang tersebut dianggap memiliki informan yang diperlukan bagi peneliti.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan pada fokus penelitian. Berikut teknik yang akan digunakan penulis dalam penelitiannya:

- a. Wawancara
wawancara dipergunakan apabila seseorang untuk tujuan suatu tugas tertentu mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari seorang responden, dengan bercakap-cakap berhadapan muka dengan orang tersebut.

- b. Observasi

observasi dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik observasi terang – terangan (over observation) dengan pengamatan langsung yaitu melihat secara langsung lokasi penelitian, pelaku kegiatan, kejadian peristiwa, dan mendengarkan pendapat informan, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan penelitian.

- c. Dokumentasi

digunakan penulis untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian

2.4 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan sebelum, sesudah dan setelah pengumpulan data tersebut selesai, biasanya analisis berlangsung ketika proses pengambilan. Dalam mengarahkan data penelitian, peneliti menggunakan cara berpikir induktif, yaitu cara berpikir yang mengumpulkan fakta-fakta yang ada di lapangan secara umum dan dapat ditarik kesimpulan secara umum.

Penyusun menggunakan teknik analisis kualitatif maksudnya adalah dari data yang telah dikumpulkan dan telah diteliti keabsahannya serta dinyatakan valid, lalu diproses mengikuti langkah-langkah yang bersifat umum, yakni:

- a. reduksi data merupakan data yang diperoleh dari lapangan dikumpulkan kemudian direduksi untuk memilah data pokok yang

penting yaitu yang berkaitan dengan fokus tema penelitian. Kemudian data tersebut disusun secara sistematis agar mudah untuk difahami sehingga pemahaman ini akan membantu menjawab pertanyaan baru berkaitan dengan tema penelitian.

- b. Penyajian Data adalah untuk mempermudah dalam memahami hal yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan hal-hal yang telah difahami tersebut. Data yang didapat kemudian dijelaskan hubungannya dengan data yang lain sehingga terbentuk suatu korelasi data terkait permasalahan penelitian.

- c. Langkah ketiga dari penelitian kualitatif adalah kesimpulan yang merupakan tahap akhir dalam proses analisis data. Pada bagian ini penyusun mengutarakan kesimpulan dari data yang telah diproses dari observasi, *interview*,

dan dokumentasi. Dengan adanya kesimpulan, penelitian akan terasa sempurna karena data yang dihasilkan benar-benar valid dan maksimal. Melalui Langkah-langkah tersebut diatas diharapkan penelitian ini dapat memberi bobot tersendiri terhadap hasil penelitian yang penyusun sajikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Semarak di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali

Strategi adalah rencana tentang bagaimana organisasi akan melakukan apa pun yang harus dilakukan dalam bisnis, bagaimana organisasi tersebut akan menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para pelanggannya untuk mencapai tujuan.⁸ Selanjutnya strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi tersebut.

Dalam mengenai strategi Semarak di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali dalam meningkatkan minat muzaki dilakukan dengan memanfaatkan *digital marketing* dengan tahapan berikut:

- 1) Pengenalan Program Semarak
Pengenalan program merupakan upaya dalam menginformasikan dan menawarkan program kepada muzaki dengan tujuan agar muzaki mengetahui dan tertarik

untuk ikut andil dalam pelaksanaan program tersebut, baik secara langsung maupun tidak. Upaya pengenalan program yang dilakukan Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali adalah dengan melakukan promosi tentang program Semarak tersebut.

Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali mempromosikan program Semarak secara online dengan *campaign* sebelum pelaksanaan program dan laporan kegiatan pasca pelaksanaan program. *Campaign* dan laporan kegiatan tersebut diposting di media sosial Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali berupa Whatsapp, Facebook, Instagram dan Tiktok. Serta pengenalan program Semarak secara langsung kepada muzaki dengan melakukan kunjungan atau silaturahmi ke pengajian dan majelis taklim.

Penulis melakukan observasi di media sosial Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali dan menemukan beberapa postingan mengenai *campaign* dan dokumentasi laporan kegiatan. Dari beberapa media sosial tersebut, *platform* Whatsapp paling banyak mendapatkan tanggapan dari muzaki, baik itu berupa balasan salam atau pun konfirmasi transfer dana dari para muzaki. Hal ini menunjukkan bahwa *platform* Whatsapp memang memiliki dampak yang signifikan dalam interaksi muzaki dengan Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali.

Sedangkan untuk pengenalan program Semarak

⁸ Stephen dan Coulter, *Manajemen*, h. 231

secara langsung kepada muzaki dengan melakukan kunjungan atau silaturahmi ke pengajian dan majelis taklim, juga memberikan dampak positif. Hal ini karena kebanyakan muzaki yang terdaftar di kontak Whatsapp Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali merupakan anggota pengajian dan majelis taklim. Sehingga peningkatan muzaki juga dipengaruhi oleh keaktifan Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali dalam memperkenalkan program-programnya secara langsung dan aktif di forum-forum keagamaan.

2) Pelaksanaan Program Semarak

Pelaksanaan merupakan tindakan dalam merealisasikan perencanaan yang telah dibuat guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pelaksanaan program Semarak ini meliputi realisasi dari konsep program yang telah direncanakan, mengenai bentuk bantuan yang diberikan, tujuan lokasi serta tahapan pelaksanaan Semarak. Pembagian semarak bisa berupa nasi bungkus atau nasi kotak dengan lokasi yang dituju biasanya adalah pemukiman kaum dhuafa, Tempat Pembuangan Akhir (TPA), rumah-rumah bedeng, para pencari ikan, dan masjid-masjid.

Tahapan proses semarak yaitu melalui penggalangan dana, kemudian pengajuan pencairan dana, selanjutnya survei lokasi, pembagian nasi bungkus atau nasi kotak, dan yang terakhir baru dokumentasi laporan kepada

donatur. Laporan kepada muzaki dan masyarakat juga dengan memanfaatkan *digital marketing*, yaitu mengunggah video dokumentasi dari pelaksanaan yang dilakukan.

Dalam keikutsertaan penulis dalam semarak Jumat berkah dan semarak puasa Senin Kamis, penulis menemukan serangkaian proses pelaksanaan semarak. Sebelum membagikan paket makan semarak, para amil akan memilah data penghimpunan paket makan yang akan dibagikan agar dapat dipetakan sesuai lokasi pendistribusian. Setelah itu, amil akan mengambil paket makan di rumah para muzaki atau donatur dan warung makan, kemudian membawanya ke lokasi tujuan. Sesampainya di lokasi tujuan, amil akan mengambil dokumentasi penyerahan paket makan dengan takmir masjid saat semarak Senin Kamis. Sedangkan untuk semarak Jumat, dokumentasi diambil saat paket makan tersebut dibagikan dan diterima langsung oleh masyarakat atau mustahik. Setelah itu, bagian media Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali akan mengolah dokumentasi-dokumentasi tersebut untuk pelaporan kepada muzaki.

Berdasarkan wawancara dan observasi tersebut, diketahui bahwa strategi Semarak yang digunakan Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali adalah dengan memanfaatkan *digital marketing*, yaitu memberikan informasi mengenai program dan pelaksanaan kegiatan

menggunakan media internet dengan tujuan untuk menarik calon muzaki. Media internet yang digunakan Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali adalah Facebook, Instagram, Whatsapp, dan tiktok. Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali mengunggah *campaign* untuk pengenalan program dan konten saat pelaksanaan kegiatan semarak ini, seperti saat pembagian nasi untuk penerima manfaat.

Hal ini membuat para muzaki yakin dan percaya bahwa zakat, infak, atau sedekah yang mereka berikan telah tersalurkan. Sehingga hal tersebut meningkatkan kepercayaan muzaki dan mengarah pada meningkatnya minat muzaki di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali. Hal ini sesuai dengan teori manfaat *digital marketing* dalam hal peningkatan penjualan yaitu pemanfaatan media digital untuk beriklan bisa meningkatkan penjualan produk ataupun jasa. Jangkauan konsumen dan target pasar yang meluas akan membuat produk anda semakin dilihat. Serta pelayanan yang baik juga dapat membuat konsumen mantap membeli produk yang ditawarkan⁹. Selain penggunaan *digital marketing*, Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali juga melakukan promosi dan pelayanan langsung ke muzaki melalui forum keagamaan di majelis taklim dan masjid-masjid.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dihasilkan oleh Mega Kharisma Wati (2021) dengan judul “*Strategi Fundraising Lembaga Daarut Tauhiid Peduli (DT Peduli) Dalam Meningkatkan Minat Muzakki Cabang Lampung, Kota Bandar Lampung*” Hasil penelitian yang diperoleh yaitu Lembaga Daarut Tauhiid Peduli Cabang Lampung, Kota Bandar Lampung memiliki strategi fundraising yang cukup baik sehingga mampu meningkatkan minat muzaki.

Strategi *fundraising* yang selama ini dilakukan oleh lembaga DT Peduli yaitu dengan meningkatkan program-program fundraising agar muzaki merasakan kemudahan dalam membayarkan zakatnya, seperti muzaki dapat mengantar langsung ke lembaga, jemput zakat, transfer, bahkan dapat dilakukan melalui aplikasi. Kesamaan yang penulis temukan adalah Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali dan Lembaga Daarut Tauhiid Peduli menggunakan media digital dan pelayanan secara langsung sebagai strategi *fundraising* dalam meningkatkan minat muzaki.

Dari penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan pada objek penelitian yakni Lembaga Daarut Tauhiid Peduli Cabang Lampung, Kota Bandar Lampung. Dalam strategi *fundraising* lembaga Daarut Tauhiid Peduli (DT Peduli) dalam meningkatkan minat muzaki.

b. Minat Muzaki Terhadap Gerakan Semarak Di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali.

Minat merupakan salah satu faktor psikis yang membantu

⁹ Wati andy prasetyo, martha jefry aulia dan indrawati aniek, *Digital Marketing*, (Kab. Malang, 2020) h 13

dan mendorong individu dalam memberi stimulus suatu kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai. Ditinjau dari segi bahasa, minat adalah “kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan”.¹⁰ Menurut Ferdinand, terdapat beberapa minat, minat explorative, minat transaksional, minat referensial, dan minat preferensial.¹¹ Adapun indikator yang menjadi acuan mengenai minat dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1) Minat Eksploratif

Minat eksploratif adalah menunjukkan perilaku seorang yang selalu mencari informasi mengenai produk atau program yang diminati dan mencari informasi lain yang mendukung sifat-sifat positif dari produk atau program tersebut. Dari penelitian ini didapatkan bahwa informan mengetahui program semarak ini melalui amil dan social media Laznas Dewan Dakwah, dan program semarak yang diketahui adalah tentang program berbagi kepada kaum dhuafa dan berbuka puasa berupa nasi kotak maupun nasi bungkus.

Keikutsertaan beberapa amil di majelis taklim memang memberikan dampak yang positif, yakni para amil dapat

memberikan informasi mengenai program-program yang dimiliki Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali, khususnya Semarak. Selain itu, pengenalan melalui media sosial juga berpengaruh besar, mengingat jangkauan media sosial yang cukup luas sehingga dapat menyebarkan informasi ke masyarakat yang secara lokasi berada di tempat yang jauh dan juga tidak dikenal. Beberapa muzaki dan donatur Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali bahkan ada yang dari luar negeri.

2) Minat Transaksional

Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang membeli produk atau berpartisipasi dalam program. Dalam hal ini untuk mengetahui kecenderungan muzaki untuk berpartisipasi memberikan donasi berupa dana ataupun barang dalam program Semarak. Bagi muzaki program semarak ini memiliki nilai keberkahan terutama pada hari jumat dan memiliki hal yang positif yaitu dapat berbagi kepada sesama manusia sehingga muzaki tertarik untuk berpartisipasi atau ikut andil.

3) Minat Referensial

Minat referensial adalah kecenderungan seseorang mereferensikan atau merekomendasikan produk kepada orang lain. Berkaitan dengan program Semarak, untuk mengetahui apakah muzaki mau merekomendasikan kepada orang lain untuk ikut andil dalam program Semarak ini. Muzaki merasa bahwa program

¹⁰Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), h. 957

¹¹Ferdinand, 2006. “*Minat Beli*”. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, hlm.

ini sangat penting karena melalui program ini muzaki dapat membantu saudara-saudara muslim dan yang kekurangan dalam hal memenuhi kebutuhan primer yaitu makanan serta menjadi ladang pahala bagi muzaki itu sendiri sehingga mereka dengan senang hati dan suka rela membagikan informasi tentang program ini kepada koleganya agar semakin banyak yang dapat

berpartisipasi.

Dari hasil temuan penulis, beberapa muzaki Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali turut membagikan *campaign* dan laporan pelaksanaan program Semarak di story Whatsapp pribadi mereka.

4) Minat preferensial

Minat Preferensial adalah menunjukkan perilaku seseorang yang menjadikan produk yang telah digunakan sebagai pilihan utama. Dalam hal ini, untuk mengetahui kecenderungan muzaki dalam menjadikan program Semarak sebagai prioritas untuk terus berpartisipasi atau ikut andil dalam penyelenggaraan program. Hasil observasi yang penulis temukan adalah beberapa muzaki ada yang rutin setiap pekan ikut berdonasi dalam program semarak ini. Mereka senantiasa menyisihkan sebagian rezekinya untuk turut andil dalam program semarak ini.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat ditarik

kesimpulan bahwa dari kedua muzaki mengkonfirmasi kalau program Semarak ini menarik dan meningkatkan minat mereka. Dalam hal ini, hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang ditulis oleh Muhammad Zainul Ilyas (2019) dengan judul “*Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Nasional (Laznas) Daarut Tauhiid Peduli (DT Peduli)*”.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa membuat program yang menarik dan memaksimalkan pemanfaatan pelayanan *online* maupun *offline* mendapatkan perhatian lebih dari para donatur atau muzaki. Sehingga dapat meningkatkan minat muzaki untuk ikut andil dan berpartisipasi, baik secara langsung atau tidak.

Dari penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan pada objek penelitian yakni Lembaga Daarut Tauhiid Peduli Cabang Lampung, Kota Bandar Lampung. Dalam strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah muzakki pada Lembaga Amil Zakat Nasional (Laznas) Daarut Tauhiid Peduli (DT Peduli).

3) Dampak Program Gerakan Semarak Terhadap Muzaki dan Masyarakat

Dampak adalah pengaruh yang mendatangkan akibat, baik akibat yang positif maupun akibat yang negatif.¹² Adapun pengertian

¹²Irwan, 2018. *Dinamika dan Perubahan Sosial Pada Komunitas Lokal*,

dampak positif dan dampak negative, yaitu dampak positif

Dampak positif merupakan pengaruh yang ditimbulkan dari suatu perbuatan yang berakibat baik bagi seseorang atau lingkungan.

Jadi dapat disimpulkan dampak adalah segala sesuatu yang timbul akibat adanya suatu kejadian atau pembangunan yang ada didalam masyarakat dan menghasilkan perubahan yang berpengaruh positif atau negatif terhadap kelangsungan hidup. pengaruh positif berarti menunjukkan perubahan kearah yang lebih baik, sedangkan pengaruh negatif menunjukkan perubahan kearah yang lebih buruk dari adanya pembangunan yang dilakukan.

Dalam kaitannya dengan program Semarak, untuk mengetahui akibat yang muncul dari adanya program ini. Dampak ini dapat dilihat berdasarkan evaluasi program yang dilakukan. Dalam mengenai Dampak Program Gerakan Semarak Terhadap Muzaki dan Masyarakat, penjelasannya melalui evaluasi pelaksanaan program Semarak.

Evaluasi merupakan proses penilaian atau pengukuran capaian tujuan yang direncanakan sebelumnya dan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan pelaksanaan guna memperbaiki pelaksanaan yang akan dilakukan kedepannya. Cakupan evaluasi yang dilakukan

mengenai peningkatan jumlah muzaki sebagai dampak adanya program Semarak, peningkatan donasi yang dihimpun dari adanya program, dan respon muzaki dan masyarakat dari adanya program Semarak ini bagi mereka.

Terdapat peningkatan jumlah, baik itu muzaki maupun donasi dari adanya kegiatan program semarak ini, muzaki sangat terbantu dengan adanya program semarak ini karena dapat menitipkan hartanya dan bisa berbagi, serta dengan sukarela ikut terjun dalam kegiatan semarak. Selain muzaki, masyarakat juga memberikan respon yang baik dari adanya program ini karena ,mendapatkan makanan gratis dan dapat menjalin silaturahmi saat diadakannya program Semarak Dapur Umum ketika pelaksanaan kegiatan Semarak Qurban ataupun Semarak Pedalaman.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lazismu dalam penelitian Mudrikah (2018) yang berjudul “*Manajemen Strategi Peningkatan Minat Masyarakat Untuk Menjadi Muzaki Di Lazismu*”. Lazismu melakukan evaluasi untuk mengawasi dan mengetahui bagaimana kegiatan yang telah dilakukan. Hanya saja perbedaannya dengan Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali adalah evaluasi kegiatan yang Lazismu lakukan setiap rapat bulanan, sedangkan Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali dilakukan perpelaksanaan kegiatan. Dari penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan

pada objek penelitian yakni Lazismu. Dalam manajemen strategi peningkatan minat masyarakat untuk menjadi muzaki di Lazismu.

4. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- A. Strategi Semarak di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali menggunakan strategi pengenalan program melalui *digital marketing* dengan pembuatan *campaign* dan pelaporan dokumentasi kegiatan di sosial media, serta pengenalan program secara langsung ke forum keagamaan seperti Majelis Taklim.
- B. Minat Muzaki Terhadap Gerakan Semarak Di Laznas Dewan Dakwah Provinsi Bali ditinjau berdasarkan minat eksploratif, minat transaksional, minat referensial, dan minat preferensial, dapat disimpulkan bahwa minat muzaki semakin meningkat hal itu ditunjukkan dengan pertanyaan yang meningkat di media sosial, meningkatnya nilai jumlah material yang diberikan, memberikan informasi kepada keluarga maupun kerabat, dan terus berpartisipasi dalam program semarak.
- C. Dampak Program Gerakan Semarak Terhadap Muzaki dan Masyarakat menunjukkan adanya dampak positif yaitu dapat menipiskan hartanya

dan antusias untuk ikut terjun langsung ke lapangan, meningkatkan pemenuhan gizi bagi masyarakat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ilyas Zainu,(2021). *“Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzaki Pada Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Daarut Tauhiid Peduli (DT Peduli)”* program studi manajemen dakwah.
- Mudrikah,(2008). *“Manajemen Strategi Peningkatan Minat Masyarakat Untuk Menjadi Muzaki Di Lazismu”* program studi fakultas dakwah.
- Salam Abdul.(2014). *“Strategi Pengelolaan Zakat Infak dan Shodaqoh dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzaki pada Badan Amil Zakat (BAZ) kota Semarang”*, Prodi Manajemen Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Walisongo Semarang.
- Sabri Alisuf,(2007). *Psikologi Pendidikan*,Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Sedarmayanti,(2014) *Manajemen Strategi*, Bandung, Refika Aditama.
- Shafa Ahmad Zacky el,(2011). *Membuka 10 Pintu Rizki; Kiat Sukses Menjadi Kaya Secara Islami*, Surabaya, Delta Prima Press, Cet IV

- Shaleh Abdul Rahman dan Wahab Muhibb Abdul,(2004). *Psikologi: Suatu Pengantar*, Jakarta: Prenada Media.
- Sofyan Assuari,(2014). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Sudiman “*Strategi Pendekatan Pada Muzakki*”, Wawancara, 20 September 2021
- Sugiyono,(2020) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suhadi, (2012). *Dahsyatnya Sedekah*, Surakarta.
- Stephen dan Coulter,(2010) *Manajemen*, Jakarta: Media Grafik
- Syah Muhibbin,(2001). *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, Bandung:PT. Remaja Rosdakarya.
- QS : Al-Baqarah 110, *Al Qur'an dan Terjemahan*. 2008, Bandung: Departemen Agama RI