

STRATEGI PENGELOLAAN ZISWAF UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI KABUPATEN RUPAT RIAU

(Studi kasus BAZNAS kabupaten Rupert Riau)

Ramlan Indra Jaya

Universitas Riau

ramlanindrajaya@gmail.com

Abstract

Indonesia is a country with the largest Muslim population in the world, it can be seen from 85.1% of the Indonesian population who are Muslim. This research was designed with a qualitative approach. To obtain facts from the existing symptoms and seek factual information. A qualitative approach is used to describe complex realities in the field and to obtain the accuracy of facts in the field with the right interpretation. This research was carried out in the Islamic Economics Festival (FESyar) (7/10) entitled Empowerment of Zakat in the Era of Society 5.0. In a publication published by BAZNAS, zakat is a tool to control the increase in GDP and reduce economic inequality. The 2019 data shows a slowdown in economic growth with a decline in the level of public consumption. This continues in 2020 with the addition of the pandemic and recession. This is evidenced by the significant increase in Indonesian society carried out by BAZNAZ in the withdrawal of Zakat, Infaq and Alms funds in 2020. During the pandemic, the community's economic income was reduced. Due to the impact of the COVID-19 pandemic. But in reality the funds went up. One of the factors that make this increase happen is because there are. A persuasive da'wah approach or da'wah that directly presents a phenomenon. Poverty or the impact of a pandemic that makes the poor poorer. With this fact makes the community mutual help each other. In micro and macro economic policies, it has fulfilled the elements that there is inflation from the impact of the pandemic and there is a significant increase in the ZISWAF funds.

Keywords: ZISWAF, Zakat Management, Community Economy.

Abstrak

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah populasi umat Muslim terbesar di dunia, itu semua terlihat dari 85,1% penduduk Indonesia yang beragama Islam. Penelitian ini didesain dengan pendekatan kualitatif. Untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggambarkan realitas di lapangan yang kompleks dan untuk memperoleh akurasi fakta di lapangan dengan interpretasi yang tepat. Penelitian ini dilaksanakan Dalam Festival Ekonomi Syariah (FESyar) (7/10) yang bertajuk Pendaayagunaan Zakat di Era Society 5.0. Dalam publikasi yang diterbitkan BAZNAS, Maka zakat sebagai

alat untuk mengontrol peningkatan PDB serta mengurangi kesenjangan ekonomi. Pada data tahun 2019 terlihat perlambatan pertumbuhan ekonomi dengan menurunnya tingkat konsumsi masyarakat. Hal tersebut berlanjut di tahun 2020 dengan ditambahkan pandemi dan resesi. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan yang signifikan kepada masyarakat Indonesia yang di jalankan oleh BAZNAZ dalam penarikan dana Zakat, Infak dan Sedekah pada tahun 2020. Di masa pandemi yang notabene pendapatan ekonomi masyarakat berkurang. Karena dampak pandemi covid-19. Tetapi pada kenyataannya dana tersebut naik. Salah satu faktor yang membuat peningkatan ini terjadi karena adanya Pendekatan dakwah persuasif atau dakwah yang secara langsung menghadirkan fenomena. Kemiskinan atau dampak pandemi yang membuat masyarakat miskin semakin miskin. Dengan fakta tersebut membuat masyarakat gotong royong saling membantu. Dalam kebijakan ekonomi mikro dan makro sudah memenuhi unsur-unsur bahwa adanya inflasi dari dampak pandemi dan adanya kenaikan signifikan dari dana ZISWAF tersebut

Kata Kunci: ZISWAF, Pengelolaan Zakat, Perekonomian Masyarakat

PENDAHULUAN

Fenomena kemiskinan selalu menjadi penyakit perekonomian yang ada pada setiap negara. Permasalahan kemiskinan merupakan masalah yang kompleks dan multi dimensional, kemiskinan juga menyebabkan kesengsaraan, menurunkan martabat manusia, membebani negara, kualitas sumber daya manusia (SDM) yang rendah, serta mempengaruhi kesehatan dan pendidikan pada suatu negara menjadi buruk. Karena itu usaha penanggulangan dan pengentasan kemiskinan harus dilaksanakan secara terpadu dan benar.¹

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah populasi umat Muslim terbesar di dunia, itu semua terlihat dari 85,1% penduduk Indonesia yang beragama Islam. Menurut Islam, cara untuk mengentaskan kemiskinan adalah dengan Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF). Selain itu zakat merupakan salah satu rukun Islam yang diwajibkan bagi setiap muslim yang hartanya sudah memenuhi syarat. Syarat harta yang wajib dikeluarkan antara lain adalah cukup *niṣāb* (batas minimum sesuatu harta wajib dizakatkan atau tidak) dan *ḥaul* (genap setahun yaitu selama 354 hari mengikut tahun Hijrah atau 365 hari mengikut tahun Masehi).²

¹ Dr M. Hadi Purnomo M.Pd, *Pendidikan Islam: Integrasi Nilai-Nilai Humanis, Liberasi dan Transendensi Sebuah Gagasan Paradigma Baru Pendidikan Islam* (Absolute Media, 2020), 95.

² Yusuf Wibisono, *Mengelola Zakat Indonesia* (Kencana, 2015), 77.

Di era reformasi pasca UU No. 38/1999, zakat nasional mengalami transformasi signifikan yang ditandai 3 fenomena. Revitalisasi, inovasi dan diversifikasi program pendayagunaan zakat untuk kesejahteraan umat. Karena program pendayagunaan tradisional yang semata bersifat amal dan “bagi-bagi uang”, tidak lagi memadai untuk membebaskan umat dari kemiskinan. Maka dari itu lembaga amal zakat berinovasi dalam setiap programnya melihat dari sudut kebutuhan terbaik bagi masyarakat. Dengan adanya lembaga amal zakat permasalahan di lapangan terlihat jelas. Dimulai bagaimana masyarakat Indonesia sebagian besar lebih suka dan lebih nyaman menjadi *mustahik* dari pada menjadi *muzakki* maka program setiap lembaga amal zakat menyesuaikan faktor psikologis masyarakatnya dalam program pemberdayaan ini.³

Dengan program pembangunan dan pemberdayaan, maka umat akan memiliki modal manusia, fisik, dan finansial yang mereka butuhkan untuk meraih peluang dan pendapatan yang lebih baik. Dengan demikian, umat akan memiliki kemampuan untuk menolong diri mereka sendiri, terlepas dari ketergantungan terhadap struktur sosial atau ekonomi-politik yang tidak berpihak kepada mereka.⁴

METODE PENELITIAN

Penelitian ini didesain dengan pendekatan kualitatif.⁵ Untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggambarkan realitas di lapangan yang kompleks dan untuk memperoleh akurasi fakta di lapangan dengan interpretasi yang tepat. Penelitian ini dilaksanakan Dalam Festival Ekonomi Syariah (FESyar) (7/10) yang bertajuk Pendayagunaan Zakat di Era Society 5.0. dengan metode purposive (sengaja) Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2020.

Tahapan dalam proses penelitian yang paling penting adalah pengumpulan data penelitian. Hal ini karena jawaban dari perumusan masalah yang sudah ditetapkan hanya apabila peneliti mendapatkan data-data yang tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data yang dilaksanakan di dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan metode observasi partisipasi. Sebagai anggota pelatihan

³ “Beranda | Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan,” diakses 6 Desember 2021, <https://www.kemendikbud.go.id/index.php>.

⁴ Dr H. Amiruddin Idris M.Si S. E., *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia* (Deepublish, 2016), 4.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 38.

Dalam Festival Ekonomi Syariah (FESyar) (7/10) yang bertajuk Pendayagunaan Zakat di Era Society 5.0

DEFINISI

1. Zakat, Infak, dan Sedekah

Zakat secara bahasa artinya adalah berkah, tumbuh, suci, baik, dan bersihnya sesuatu. Sedangkan zakat secara syara' adalah hitungan tertentu dari harta dan sejenisnya di mana syara' mewajibkan untuk mengeluarkannya kepada orang-orang fakir dan yang lainnya dengan syarat-syarat khusus. (Al—Mu'jam Al-Wasith -396).⁶

Infak adalah segala macam bentuk pengeluaran (pembelanjaan) baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, ataupun yang lain. Infak berasal dari kata anfaqa (أنفق) atau do spend: mengeluarkan, membelanjakan (harta/uang). Dalam kita at-ta'rifat (التعريفات), syaikh al jurjani mendefinisikan infak.

الإنفاق هو صرف المال إلى الحاجة

Penggunaan harta untuk sesuatu hajat (kebutuhan).⁷

Sedekah merupakan kata yang sangat familiar di kalangan umat Islam. Sedekah diambil dari kata bahasa Arab yaitu "shadaqah", berasal dari kata sidq (Sidiq) yang berarti "kebenaran". Menurut peraturan BAZNAS No.2 tahun 2016, sedekah adalah harta atau non harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.⁸

2. Undang-Undang Zakat

Arus baru pendayagunaan zakat ini mendapatkan dukungan dari reformasi fikih zakat kontemporer, yang di tingkat internasional dipelopori salah satunya oleh Dr. Yūsuf al-Qardāwī dengan karya klasiknya, *fiqh al-zakāh* (1973). Dari 17 negara OKI dapat dipetakan menjadi 3: *Mandatory Zakat System*, *Voluntary Zakat System*, dan *Partial Voluntary Zakat System*. Negara-negara yang menerapkan *Mandatory Zakat System* (memberikan hukuman bagi yang tidak membayar zakat) hanya Malaysia, Arab Saudi, Pakista, Sudan, Libya, dan Yaman. Sedangkan Indonesia termasuk dalam *Voluntary Zakat System* bersama Brunei Darussala, UEA, Qatar, Bahrain, Bangladesh, Yordania, Iran, dan Maladewa.⁹

⁶ Gus Arifin, *Zakat, Infak, Sedekah* (Elex Media Komputindo, 2011), 4.

⁷ Gus Arifin, *Keutamaan Zakat, Infak, Sedekah* (Elex Media Komputindo, 2016), 169.

⁸ root, "BAZNAS - BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL," diakses 8 Desember 2021, <https://baznas.go.id/sedekah>.

⁹ Yusuf al-Qaradawi, *The Lawful and the Prohibited in Islam: الحلال والحرام في الإسلام* (The Other Press, 2013), 37.

Yang lebih mengejutkan Singapore, negara dengan jumlah muslim yang sedikit, mewajibkan penduduk muslim untuk membayar zakat. Dijelaskan dalam *Administration Muslim Law Act* bahwa Mereka yang sudah terkena kewajiban zakat namun enggan menunaikannya, diancam dengan hukuman denda sebesar SGD 500 (sekitar Rp 5,4 juta) atau penjara selama 6 bulan atau kedua-duanya, denda dan penjara. Ini untuk zakat harta (maal). Jika tidak membayar zakat fitrah, maka dapat didenda sebesar SGD 50 (Rp 540 ribu) atau penjara selama satu bulan, atau kedua-duanya.¹⁰

3. Komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif atau dapat dikatakan sebagai psikodinamika yang lebih menekankan pada pendekatan emosional dan faktor kognitif, strategi sosiokultural mengenai faktor luar diri seseorang yakni faktor lingkungan dalam memengaruhi perilaku, dan strategi meaning construction mengenai pemahaman mengenai sesuatu. Terdapat beberapa teknik komunikasi persuasif dalam proses komunikasi, yaitu: *Asosiasi, Integrasi, Icing, Pay off and Fear Arousing*, dan *Red Herring*.¹¹

Tujuan komunikasi persuasif adalah menurut Myers dan Myers tujuan komunikasi persuasif adalah mempengaruhi manusia lain. Sedangkan secara keseluruhan menurut Suryana komunikasi persuasif bertujuan untuk merubah: (1) pengetahuan; (2) sikap; (3) opini; (4) keterampilan; dan (5) perilaku.¹²

Dari paparan ahli tentang tujuan komunikasi persuasif tersebut bisa diketahui alasan penggunaan komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi dan merubah orang lain baik dalam hal pengetahuan, sikap, opini, keterampilan, dan perilaku. Namun kalau didalam lebih dalam lagi, untuk bisa berhasil merubah sikap, keterampilan, dan perilaku seseorang, perangkatnya tidak hanya ilmu tentang komunikasi persuasif, perlu dituang dengan ilmu seperti ilmu tentang psikologi komunikasi, ilmu komunikasi lintas budaya, ilmu etika komunikasi, dan ilmu penunjang lain yang cukup bergantung pada konteks situasi yang dihadapi ketika hendak merubah sikap, keterampilan, dan perilaku seseorang. Namun dalam buku ini tentu tidak dibahas semua ilmu terkait

¹⁰ "Motivasi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan | IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita," 189, diakses 7 Desember 2021, <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/88>.

¹¹ Nisfun Laily Zain, "STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA," *Jurnal Nomosleca* 3, no. 2 (18 Oktober 2017): 133, <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v3i2.2034>.

¹² Lina Masruroh, *KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM DAKWAH KONTEKS INDONESIA* (Scopindo Media Pustaka, t.t.), 37.

tersebut, dalam buku ini kita fokuskan pada pembahasan komunikasi persuasif.

4. Festival Ekonomi Syariah (FESyar) Regional Jawa

Dalam Festival Ekonomi Syariah (FESyar) (7/10) yang bertajuk Pendayagunaan Zakat di Era Society 5.0, Wakil Ketua Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Indonesia, Dr. Halim Alamsyah mengawali dengan kondisi dunia saat ini yang mengalami pandemi sekaligus Resesi. Kejadian yang sangat langka sekaligus berpengaruh terhadap ekonomi di dunia. Ia mengharapkan pada saat ini peran zakat, infaq, sedekah dan wakaf mampu memberi kontribusi yang produktif dan efektif dalam rangka menggerakkan roda perekonomian. Hal tersebut akan mendukung upaya pemulihan ekonomi nasional, mengurangi kesenjangan, sekaligus mengentaskan kemiskinan. Potensi zakat di Indonesia ini luar biasa 230 triliun lebih, tetapi yang baru terealisasi di tahun 2018 hanya sekitar 3,5 persen dengan jumlah sekitar 8 triliun Rupiah. Yang disayangkan antara potensi dan Realisasi angka yang sangat jauh. Pemanfaatan teknologi digital sangat penting dalam membangun ekosistem ZISWAF yang cepat, tepat, akurat dan tepat sasaran.¹³

Direktur pendistribusian dan pendayagunaan BAZNAS, Dr. Irfan Syauqi Beik menyambut pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan zakat yang disampaikan Dr. Halim Alamsyah. BAZNAS sendiri telah mengembangkan *Multi-Platform Digital Fundraising*, yang terdiri dari: BAZNAS Platform, Commercial Platform, Non-Commercial Platform, Innovative Platform, Artificial Intelligence (AI) Platform, dan Social media Platform.

Dalam inovasi layanan digital *New payment channel & user interface* pada website, pembayaran dengan paypal untuk warga Indonesia di luar negeri, filter dan icon GIF instagram, *sticker* BAZNAS di Whatsapp, Chatbot ZAFIRA, Zakat Augmented Reality (AR), menambah 41 mitra baru, serta mengakuisisi 24 persen *digital fundraising*.

Dengan segala inovasi yang ada, terbukti memberikan impact pada penghimpunan dana zakat BAZNAS. Tahun 2016 tercatat 1%, 2017 menjadi 3%, 2018 meningkat 6%, 2019 bertambah 14%, dan pada tahun 2020 menjadi 24%.¹⁴

¹³ "Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF) 2017," diakses 8 Desember 2021, [https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/moneter/pengembangan-ekonomi/event-eksyar/Pages/Indonesia-Sharia-Economic-Festival-\(ISEF\)-2017.aspx](https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/moneter/pengembangan-ekonomi/event-eksyar/Pages/Indonesia-Sharia-Economic-Festival-(ISEF)-2017.aspx).

¹⁴ "BAZNAS," diakses 8 Desember 2021, https://baznas.go.id/Press_Release/baca/Masa_Pandemi_2020,_Penghimpunan_BAZNAS_Naik_30_Persen/689.

5. Ekonomi makro dan mikro

Ekonomi mikro adalah adanya Konsep yang akan mengulas tentang kelangkaan, putusan pilihan, biaya peluang (*opportunity cost*), pada sistem ekonomi, hak kepemilikan, permintaan dan penawaran, pilihan konsumen, perilaku suatu perusahaan dan struktur pasar, pasar tenaga kerja, kebijakan publik, dan distribusi pendapatan. Konsep-konsep tersebut akan membantu dalam menyelesaikan permasalahan untuk mencapai penyelesaian dengan mengaitkan variabel-variabel yang ada dan menggabungkannya pada tahapan pengambilan keputusan. Ada tiga dasar untuk mempelajari ekonomi mikro, yaitu:¹⁵

1. Kurva Kemungkinan Produksi (KKP/ PPC, Production Possibilities Frontier Curve) menunjukkan berbagai macam barang yang dapat dimiliki masyarakat yang ditentukan dari keadaan sumber daya, teknologi, dan perdagangan.	2. Keuntungan komparatif merupakan prinsip yang terpusat pada biaya produksi sebagai unggulan absolut untuk dapat menghasilkan lebih banyak barang dengan menggunakan sumber daya yang lebih sedikit daripada produsen lain.	3. Analisis marjinal yang merupakan dasar analisis secara teknik untuk dapat menentukan arah perubahan dari variabel penentu.
--	--	---

Sedangkan ekonomi Makro adalah Konsep utama yang menyeluruh dalam menganalisis output, inflasi, dan laju pertumbuhan, serta peran kebijakan adalah permintaan agregat dan penawaran agregat. Permintaan agregat sangat ditentukan oleh kebijakan moneter, terutama melalui suku bunga, ekspektasi masyarakat, dan oleh kebijakan fiskal. Penawaran agregat sangat ditentukan oleh kebijakan fiskal dan juga oleh berbagai gangguan eksternal seperti perubahan penawaran minyak.¹⁶ Contoh sederhana dari Ekonomi Makro adalah sebagai berikut.

¹⁵ Paulus Kurniawan dan Made Kembar Sri Budhi, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro* (Penerbit Andi, t.t.), 4.

¹⁶ Ibid., 17.



Data dari BPS bahwa jumlah penduduk hasil SP2020 mencatat penduduk Indonesia pada September 2020 sebanyak 270,20 juta jiwa. Sejak Indonesia menyelenggarakan Sensus Penduduk yang pertama pada tahun 1961, jumlah penduduk terus mengalami peningkatan. Hasil SP2020 dibandingkan dengan SP2010 memperlihatkan penambahan jumlah penduduk sebanyak 32,56 juta jiwa atau rata-rata sebanyak 3,26 juta setiap tahun (Gambar 2). Dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir (2010—2020), laju pertumbuhan penduduk Indonesia sebesar 1,25 persen per tahun. Terdapat perlambatan laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,24 persen poin jika dibandingkan dengan laju pertumbuhan penduduk pada periode 2000-2010 yang sebesar 1,49 persen. Dapat dilihat pada gambar di bawah ini.¹⁷

¹⁷ “Badan Pusat Statistik,” diakses 5 September 2021, <https://www.bps.go.id/publication/2020/11/27/5a798b6b8a86079696540452/statistik-lingkungan-hidup-indonesia-2020.html>.



Pengaruh Zakat Terhadap Ekonomi Mikro dan Makro Nasional

Berkenaan dengan masalah zakat, tidak hanya tentang ekonomi mikro, sebaliknya akan memberi dampak besar terhadap ekonomi makro. Peningkatan jumlah zakat, infak dan sedekah yang dihimpun akan meningkatkan konsumsi masyarakat miskin, sehingga akan meningkatkan konsumsi agregat dan pada akhirnya akan meningkatkan PDB nasional.

Dalam publikasi yang diterbitkan BAZNAS, zakat memiliki peran strategis dalam peningkatan ekonomi nasional. Dalam konsep ekonomi makro Islam kekayaan harus dibagi secara merata, sehingga peningkatan PDB tidak hanya terpusat satu kelompok saja. Idealnya kenaikan PDB selaras dengan pengurangan jumlah kemiskinan. Maka zakat sebagai alat untuk mengontrol peningkatan PDB serta mengurangi kesenjangan ekonomi. Pada data tahun 2019 terlihat perlambatan pertumbuhan ekonomi dengan menurunnya tingkat konsumsi masyarakat. Hal tersebut berlanjut di tahun 2020 dengan ditambahnya pandemi dan resesi. Oleh karena itu zakat berperan sebagai instrumen kontrol dan penyeimbang perekonomian Indonesia, serta menurunkan angka kemiskinan dan memperkecil ketimpangan sosial. Dan juga Inflasi, pertumbuhan, dan pengangguran saling berinteraksi melalui siklus ekonomi. Siklus ekonomi adalah pola ekspansi (pemulihan) dan kontraksi (resesi) yang kurang lebih teratur dalam kegiatan ekonomi di sekitar alur tren laju pertumbuhan.

Pada titik puncak, kegiatan ekonomi relatif tinggi terhadap tren, dan pada titik lesu (titik rendah) aktivitas ekonomi pun telah dicapai.¹⁸

Komunikasi dalam kegiatan dakwah untuk meningkatkan ZISWAF dengan istilah Komunikasi secara persuasif. Bahwasanya komunikasi ini berarti menempatkan komunikasi sebagai bagian integral dari keilmuan dakwah atau ajakan. Kesuksesan komunikasi dalam kegiatan meningkatkan peminat ZISWAF berarti kesuksesan dakwah itu sendiri dan sebaliknya kegagalan komunikasi persuasif ini dalam dakwah peningkatan ZISWAF berarti kegagalan dakwah itu sendiri. Dakwah sendiri memiliki arti secara etimologis adalah seruan, ajakan dan panggilan. Dakwah adalah seruan, ajakan dan panggilan. Dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu berupa ajakan atau seruan dengan tujuan orang lain memenuhi ajakan tersebut dengan cara pil hikmah. Pengertian hikmah seringkali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana artinya pendekatan yang dilakukan kepada komunikan, sehingga komunikan melakukan sesuatu atas dasar keinginannya sendiri, merasa tidak ada paksaan, konflik apalagi merasa tertekan. Realitas yang keempat ini termasuk dalam komunikasi persuasif karena ada diksi ajakan untuk memesan, walaupun itu memesannya kepada pihak lain, pesanlah kepada Mcdonald's di judul. Tapi kalau diamati lebih mendalam lagi pada kalimat yang tertera di bawah judul tersebut terdapat banyak pesan-pesan ajakan untuk berempati pada penjual makanan cepat saji lainnya dengan sekaligus implisit menawarkan membeli produk dari Burgerking juga.

dalam komunikasi dakwah di Indonesia. Pendekatan komunikasi persuasif dapat menjadi pemecahan untuk itu, sehingga sangat penting untuk dikaji aplikasinya. Karakteristik Indonesia yang multikultural menjadi landasan pengembangan komunikasi persuasif dakwah di Indonesia. Dengan demikian studi dalam buku ini memiliki posisi yang jelas berbeda dengan studi sebelumnya dan akan melengkapi khazanah kajian komunikasi persuasif di lapangan dakwah.

Dalam bahasa komunikasi komunikasi *public relation*, komunikasi politik, dan sebagainya. Dalam bisnis, komunikasi persuasif telah dikembangkan sedemikian rupa dalam sistem pemasaran, sehingga tidak ada pemasar yang sukses tanpa menggunakan komunikasi persuasif yang baik dalam pemasarannya. Komunikasi persuasif dalam pemasaran telah dikembangkan menjadi sistem promosi. Dalam dunia politik, komunikasi persuasif kerap kali digunakan para politisi untuk mendapatkan dukungan

¹⁸ Khodijah Ishak, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengangguran Dan Inflikasi Terhadap Indeks Pembangunan Di Indonesia," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 7, no. 1 (29 Juni 2018): 24.

publik atau kelompok tertentu. Politisi yang berhasil mendapatkan dukungan, salah satunya ditunjang dengan kemampuan komunikasi persuasi yang baik.¹⁹

KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan ziswaf melalui komunikasi persuasif terhadap perkembangan ekonomi makro dan mikro indonesia

Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan yang signifikan kepada masyarakat Indonesia yang di jalankan oleh BAZNAZ dalam penarikan dana Zakat, Infak dan Sedekah pada tahun 2020.²⁰

Di masa pandemi yang notabene pendapatan ekonomi masyarakat berkurang. Karena dampak pandemi covid-19. Tetapi pada kenyataannya dana tersebut naik. Salah satu faktor yang membuat peningkatan ini terjadi karena adanya Pendekatan dakwah persuasif atau dakwah yang secara langsung menghadirkan fenomena. Kemiskinan atau dampak pandemi yang membuat masyarakat miskin semakin miskin. Dengan fakta tersebut membuat masyarakat gotong royong saling membantu.

Dalam kebijakan ekonomi mikro dan makro sudah memenuhi unsur-unsur bahwa adanya inflasi dari dampak pandemi dan adanya kenaikan signifikan dari dana ZISWAF tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Gus. *Keutamaan Zakat, Infak, Sedekah*. Elex Media Komputindo, 2016.
- . *Zakat, Infak, Sedekah*. Elex Media Komputindo, 2011.
- “Badan Pusat Statistik.” Diakses 5 September 2021.
<https://www.bps.go.id/publication/2020/11/27/5a798b6b8a86079696540452/statistik-lingkungan-hidup-indonesia-2020.html>.
- “BAZNAS.” Diakses 8 Desember 2021.
https://baznas.go.id/Press_Release/baca/Masa_Pandemi_2020,_Penghimpunan_BAZNAS_Naik_30_Persen/689.
- “Beranda | Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan.” Diakses 6 Desember 2021.
<https://www.kemendikbud.go.id/index.php>.
- “Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF) 2017.” Diakses 8 Desember 2021.
[https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/moneter/pengembangan-ekonomi/event-eksyar/Pages/Indonesia-Sharia-Economic-Festival-\(ISEF\)-2017.aspx](https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/moneter/pengembangan-ekonomi/event-eksyar/Pages/Indonesia-Sharia-Economic-Festival-(ISEF)-2017.aspx).

¹⁹ Masruroh, *KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM DAKWAH KONTEKS INDONESIA*, 19.

²⁰ “BAZNAS.”

- Ishak, Khodijah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengangguran Dan Inflikasi Terhadap Indeks Pembangunan Di Indonesia." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 7, no. 1 (29 Juni 2018): 22–38.
- Kurniawan, Paulus, dan Made Kembar Sri Budhi. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Penerbit Andi, t.t.
- Masruuroh, Lina. *KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM DAKWAH KONTEKS INDONESIA*. Scopindo Media Pustaka, t.t.
- "Motivasi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan | IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita." Diakses 7 Desember 2021. <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/88>.
- M.Pd, Dr M. Hadi Purnomo. *Pendidikan Islam: Integrasi Nilai-Nilai Humanis, Liberasi dan Transendensi Sebuah Gagasan Paradigma Baru Pendidikan Islam*. Absolute Media, 2020.
- M.Si, Dr H. Amiruddin Idris, S. E. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Deepublish, 2016.
- Qaradawi, Yusuf al-. *The Lawful and the Prohibited in Islam: الحلال والحرام في الإسلام*. The Other Press, 2013.
- root. "BAZNAS - BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL." Diakses 8 Desember 2021. <https://baznas.go.id/sedekah>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Wibisono, Yusuf. *Mengelola Zakat Indonesia*. Kencana, 2015.
- Zain, Nisfun Laily. "STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA." *Jurnal Nomosleca* 3, no. 2 (18 Oktober 2017). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v3i2.2034>.