

**MANAJEMEN STRATEGI PENINGKATAN MINAT
MASYARAKAT UNTUK MENJADI MUZAKKI
DI LAZISMU BANYUMAS**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

**MUDRIKAH
NIM: 1423104026**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
JURUSAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2018**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Definisi Oprasional	7
E. Kajian Pustaka	10
F. Sistematika Pembahasan	18
BAB II MANAJEMEN STRATEGI DAN PENINGKATAN MINAT	
A. MANAJEMEN STRATEGI	
1. Pengertian Manajemen Strategi	16

2. Tingkatan Strategi	32
3. Model Manajemen Strategi	33
4. Komponen Proses Manajemen Strategi	36
5. Tahap-tahap Manajemen Strategi	37
B. Minat	
1. Pengertian Minat	39
2. Jenis-jenis minat	40
3. Factor-faktor yang mempengaruhi minat	43
C. Manajemen Strategis Peningkatan Minat	
1. Analisis Lingkungan	46
2. Perumusan Strategi	48
3. Implementasi Strategi	49
4. Evaluasi dan Kontrol Strategi	50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	61
B. Teknik Pengumpulan Data.....	61
C. Teknik Analisis Data.....	51

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lazismu Banyumas	66
B. Penyajian Data.....	71
C. Analisis Data	84

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	93
B. Saran-Saran	94
C. Kata Penutup	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pencapaian tujuan organisasi diperlukan alat yang berperan sebagai akselerator dan dinamisator sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Sejalan dengan hal tersebut, strategi diyakini sebagai alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya konsep mengenai strategi mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Hal tersebut antara lain ditandai dengan berbagai definisi dari para ahli yang merujuk pada strategi¹

Setiap organisasi dihadapkan pada dua jenis “lingkungan”, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Makin besar suatu perusahaan atau organisasi, makin kompleks juga bentuk, jenis dan sifat interaksi yang terjadi dalam menghadapi kedua jenis “lingkungan” tersebut. Salah satu implikasi kompleksitas itu ialah suatu proses pengambilan keputusan yang semakin sulit dan rumit. Untuk itulah diperlukan manajemen strategis. Setiap menyadari bahwa mengelola beraneka ragam kegiatan dengan berbagai seginya secara internal hanyalah sebagian dari tanggung jawab yang harus dipikul pimpinan puncak organisasi betapapun pentingnya kegiatan tersebut.²

Pengelolaan zakat yang baik dan optimal dapat menjadi potensi yang cukup besar bagi umat Islam. Pengelolaan bagi bangsa Indonesia khususnya umat Islam telah lama dilaksanakan sebagai dorongan pengamalan dan

¹ Akdon, *strategic managemen* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm 1.

² Sondan P. Siagian 1998. *Manajemen Stratejik* (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), hlm 1.

penyempurnaan agamanya. Seiring dengan timbulnya kesadaran bahwa umat Islam yang mayoritas, zakat pun menjadi sumber dana yang potensial, maka dibuatlah perundang-undangan sebagai landasan hukum pengelolaan zakat agar zakat tersebut dapat berfungsi secara optimal.

Zakat pun menjadi salah satu solusi terbaik untuk menjawab persoalan kemiskinan yang ada di Indonesia. Pada umumnya respon masyarakat terhadap zakat tertuju pada zakat fitrah yang ditunaikan setelah berpuasa penuh selama bulan ramadhan. Seiring berjalannya waktu, respon umat Islam terhadap zakat mulai tumbuh. Hal ini sejurus dengan hadirnya lembaga-lembaga amil zakat yang dikelola secara profesional.

Era globalisasi yang telah menuntut perubahan besar disemua sektor, termasuk sektor lembaga zakat. Globalisasi merupakan proses keterbukaan yang membuat batasan-batasan. Negara sudah tidak dirasakan lagi pengaruhnya. Persaingan dimana-mana semakin ketat. Dibutuhkan kepribadian yang kuat dan sumber daya manusia yang berkualitas untuk menghadapinya, impilasinya masyarakat menginginkan lembaga zakat yang memiliki sumber daya dan pengelolaan yang dapat diandalkan. Tak sedikit diantara lembaga zakat yang benar-benar mau mengelola dengan profesional dan amanah demi kesejahteraan orang banyak dan orang-orang lebih memilih lembaga zakat yang dapat dipercaya dan profesional dalam mengelolaannya.³

Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola lazis. Lazis yang mengabaikan selera pasar (masyarakat) akan kehilangan pembeli

³ Sumber Data: Wawancara dengan Bapak Sabar Waluyo, Direktur Lazismu Banyumas pada tanggal 7 Maret 2018.

(muzakki) padahal muzakki merupakan, sumber pendapatan utama bagi Lazis, jumlah muzakki akan mempengaruhi keuangan Lazis, semakin banyak muzakki yang mau masuk ke sebuah Lazis, maka akan semakin banyak dana yang masuk ke Lazis tersebut. Dengan banyaknya dana yang masuk, Lazis dapat memenuhi kebutuhan untuk menyelenggarakan program secara optimal, misal mengaji karyawan yang profesional kemudian melengkapi sarana dan prasarana dan menambah kegiatan-kegiatan yang belum ada di Lazis dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pengelolaan Lazis harus mampu menarik perhatian publik atas dasar kualitasnya agar Lazis tersebut dapat diminati oleh masyarakat.

Manajemen strategi merupakan rangkaian dua perkataan terdiri dari kata “manajemen dan strategi” yang setelah dirangkaian menjadi satu terminologi yang memiliki pengertian baru.

Manajemen strategi menurut Holt adalah ilmu dan kiat tentang perumusan (*formulating*), pelaksanaan (*implementation*), dan evaluasi (*evaluating*), keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi manajemen yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan-tujuan masa depan secara efektif dan efisien.⁴

Dalam suatu Lazis sangat penting mengatur dan menentukan strategi yang tepat mencapai tujuan dari Lazis itu sendiri, melihat sangat ketatnya persaingan dengan lembaga-lembaga yang lain dari segi kualitas dan kuantitas

⁴ Akdon, *Manajemen Strategis* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm 9.

lembaga yang menjadi tujuan dalam menentukan strategi dan pengelolaan yang maksimal.

Terjadi persaingan dalam mencari dan mendapatkan calon muzakki masyarakat sudah selektif dalam memilih Lazis untuk menyalurkan harta bendanya yang dimiliki untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya (mustahik). Sehingga Lazis dituntut untuk terus memberikan pelayanan terbaik supaya masyarakat mau menjadi muzakki di Lazis tersebut.

Dewasa ini Lazis dianggap lembaga yang memiliki kualitas rendah dibandingkan BAZNAS, tetapi berbeda dengan Lazismu Banyumas yang mampu menunjukkan eksistensinya dan siap bersaing dengan lembaga-lembaga sederajat yang ada di Banyumas ini.

Berdasarkan hasil wawancara pada hari Rabu pada tanggal 20 September 2017 dengan bapak Sabar Waluyo selaku Manajer di Lazismu Banyumas, beliau mengatakan dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazis dengan melaksanakan tujuan yang telah diterapkan bersamaan dengan perumusan visi dan misi. Dengan memberikan pelayanan yang baik dan maksimal juga profesional, amanah dan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang dapat membantu para muzakki untuk menyalurkan harta bendanya untuk orang-orang yang membutuhkannya (mustahik). Hal ini di buktikan dengan terus meningkatnya jumlah dana atau uang yang bertambah

pesat dan jumlah tersebut lebih unggul dibandingkan dengan lembaga-lembaga yang lain atau lembaga se-derajat yang ada di Banyumas ini.⁵

Lazismu Banyumas memiliki keunggulan sebagai lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmad dalam pemberdayaan masyarakat melalui program pendayagunaan secara produktif dana zakat, infak, wakaf dan kedermawanan lainnya. Lazizmu Banyumas memiliki program diantaranya sebagai berikut:

1. Pemberdayaan Ekonomi Umat
2. Pemberdayaan Pertanian dan Peternakan
3. Pengembangan Pendidikan
4. Pelayanan Sosial dan Dakwah

Hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana manajemen strategi yang diterapkan di Lazismu Banyumas sehingga mampu bersaing dengan lembaga-lembaga sederajat di Banyumas. Permasalahan ini kemudian penulis tuangkan dalam judul “Manajemen Strategi Peningkatan Minat Masyarakat Untuk Menjadi Muzakki Pada Lazismu Banyumas”

Hal ini juga menjadi ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian di Lazismu Banyumas. Selain itu, Lazismu Banyumas merupakan Lazismu dengan pelaporan terbaik dan transparan se Indonesia diantara Lazis yang lain dan juga banyaknya program-program yang berjalan secara teratur dan juga pendistribusian yang tepat sasaran, hal ini dibuktikan dengan diraihnya

⁵ Hasil wawancara dengan Manajer Lazismu Banyumas (Bapak Sabar Waluyo. S, S,E) pada tanggal 20 september 2017.

penghargaan kepada Lazimu Banyumas pada acara Lazismu Award tahun 2017 kemarin.⁶

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

“ Bagaimana Manajemen Strategi yang di lakukan oleh Lazismu untuk Meningkatkan Minat Para Muzakki?”.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen strategi peningkatan minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu.

2. Manfaat Peneliti

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai pelaksanaan manajemen strategi serta memberikan informasi tentang hambatan-hambatan dalam mencapai tujuan.

b. Manfaat Praktis

⁶ Sumber Data. Wawancara dengan bagian program ibu galih pagastu pada tanggal 20 september 2017.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan, pemikiran dan bahan evaluasi bagi pengelola manajemen untuk senantiasa meningkatkan kualitas profesional.

D. Definisi Operasional

Untuk memudahkan pembahasan supaya tidak terjadi kesalahan pemahaman terhadap pengertian judul di atas, maka penulis perlu memberikan batasan istilah sebagai berikut:

1. Manajemen Strategi

Manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumberdaya lain yang ada dalam organisasi, guna mencapai tujuan organisasi.⁷

Manajemen adalah pengendalian dan pemanfaatan semua faktor sumber daya, yang menurut suatu perencanaan diperlukan untuk mencapai atau menyelesaikan suatu tujuan kerja yang tertentu.

Sedangkan strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan. Menurut Lawrence dan Willam strategi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran).⁸ Kata strategi dalam manajemen sebuah organisasi dapat diartikan sebagai kiat,

⁷ Sudjana, *Manajemen Program Pendidikan* (Bandung: Falah, 2004), hlm 17.

⁸ Lawrence R dan Jauch F, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 1988), hlm 12.

cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Yang dimaksud dengan Manajemen strategi adalah ilmu dan kiat tentang perumusan (*formulating*), pelaksanaan (*implementation*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antara fungsi-fungsi manajemen yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan-tujuan masa depan secara efektif dan efisien.⁹ Adapun yang dimaksud dengan manajemen strategis dalam penelitian ini adalah bagaimana pembuatan strategi, penerapan strategi, dan evaluasi atau kontrol terhadap strategi, sehingga tujuan dari organisasi bias tercapai dengan efektif dan efisien.

2. Peningkatan Minat Masyarakat

Minat adalah rasa lebih suka dari rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyentuh. Menurut Poerwadarminta 2006 minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu proses yang tetap untuk memperhatikan dan memfokuskan diri pada sesuatu yang diminatinya dengan perasaan senang dan rasa puasa.¹⁰

Masyarakat adalah sekumpulan orang-orang yang di suatu daerah tertentu, bekerja dan beraktifitas, baik dengan menggunakan pemikiran maupun secara fisik dengan bentuk positif dalam berbagai bidang

⁹ Akdon, *Strategi Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm 9.

¹⁰ Muntafi'ah, *Studi Tentang Minat Melanjutkan Sekolah* (Purwokerto: Stain Purwokerto, 2009), hlm 3.

kehidupan yang dimaksudkan untuk merealisasikan berbagai kebutuhan, kepentingan maupun tujuan-tujuan yang ingin dicapai bersama.¹¹

3. Zakat dalam Undang-undang No. 23 Tahun 2001

Pengelolaan zakat yang diatur dalam Undang-undang ini meliputi kegiatan perencanaan, pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan. Dalam UU No. 23 Tahun 2001 pengertian zakat terdapat pada pasal 1 Ayat (1) Zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan oleh seseorang muslim atau badan usaha diberikan kepada yang berhak menerimanya (mustahik) sesuai dengan syari'at Islam.

Di dirikannya Lazismu Banyumas oleh PP. Muhammadiyah pada tahun 2002, selanjutnya dikukuhkan oleh Republik Indonesia sebagai Lemabaga Amil Zakat Nasional melalui SK No. 457/21 November 2002, dengan berlakunya UU Zakat Nomor 23 Tahun 2011.

Zakat secara etimologis dalam arti khusus zakat berarti tumbuh atau *numuww* dan bertambah atau *ziyadah*, dan jika diucapkan *zakah al zah* artinya adalah tanaman tumbuh dan bertambah, dan jika diucapkan *zakah al nafakah*, artinya nafka bertambah dan tumbuh jika diberkati.¹² Zakat juga bisa dimaknai sebagai ibadah yang akan mensucikan jiwa orang yang mengeluarkannya, karena pada hakikatnya dalam berzakat akan membersihkan harta yang dimiliki dan mensucikan jiwa seseorang yang mengeluarkannya. Implikasinya dari pernyataan tersebut bahwa harta akan bersih karena sebagian hartanya sudah dizakati, bagi muzakki jiwanya

¹¹ Nazilli Shaleh A, *Pendidikan Dan Masyarakat* (Yogyakarta: Sabda Media 2011), hlm 13.

¹² Wahbah, az Zuhaili. *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), hlm 82.

akan bersih dan suci dari perbuatan kikir dan takabur sehingga menumbuhkan sikap kedermawanan serta peduli terhadap sesama, sedangkan bagi mustahik, maka akan terhindar dari perbuatan iri dan dengki. Dalam pemaknaan zakat terkait tumbuh dan berkembang dalam hal ini memerintahkan bahwa orang yang selalu menunaikan zakat maka hartanya akan selalu bertambah dan berkembang.

Muzakki adalah orang yang dikenai kewajiban membayar zakat atas kepemilikan harta yang telah mencapai nishab dan haul.

E. Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Jamil 2012 dengan judul, “Strategi Pemasaran, penghimpunan dana Zakat Infak dan Shadaqah, (studi kasus Badan Amil Zakat Kab. Wonosobo).¹³ Jenis penelitian lapangan *field research* yang bersifat kualitatif dengan metode deskriptif dalam penelitian tersebut membahas tentang Strategi Pemasaran, Penghimpunan Zakat ZIS. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa BAZDA Kab. Wonosobo sudah mempunyai donator Muzakki yang jelas yaitu golongan PNS sayangnya selama ini BAZDA Kab. Wonosobo belum secara maksimal dalam penerapan strategi pemasaran dan penghimpunan dana zakat infak dan shadaqah.

Perbedaan penelitian tersebut dengan yang penulis lakukan peneliti di atas meneliti atau mengkaji tentang strategi pemasaran, kemudian penghimpunan dana zakat infak dan sadaqah, lebih tertuju pada pemasaran

¹³ Jamil, “Strategi Pemasaran, Penghimpunan Dana Zakat Infak dan Shadaqah”, Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Walisongo Semarang 2012.

dan penghimpunannya sedangkan dalam penelitian ini penulis akan mengkaji tentang manajemen strategi apa yang digunakan di Lazismu sehingga Lazismu Banyumas bisa mendapat peringkat nasional.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Salam (2011) dengan judul “Strategi Pengelolaan zakat Infak dan Sadaqah dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki pada Badan Amil Zakat (BAZ) Kota Semarang”.¹⁴ Jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dalam penelitian ini membahas tentang strategi yang dilakukan oleh BAZ dalam meningkatkan kepercayaan muzakki namun pada kenyataannya strategi tersebut masih kurang tepat karena sebagian muzakki jarang menggunakan internet namun dalam pengelolaan dana BAZ/LAZ Kota Semarang masih mendapat kepercayaan dari para Muzakki, ini disebabkan karena pengelolaannya secara profesional, amanah dan transparan dan akuntabel sesuai dengan standar operasional dan prosedur (SOP) lembaga pengelola zakat.

Penelitian di atas membahas tentang strategi yang dilakukan oleh BAZ Kota Semarang melalui media internet. Sedangkan penelitian yang dilakukan membahas tentang bagaimana meyakinkan atau membuat para muzakki percaya dengan kinerja yang baik di Lazis Banyumas ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatimah (2011) dengan judul, “Peran BAZ dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat (studi kasus BAZ

¹⁴ Abdul Salam, “Strategi Pengelolaan Zakat Infak dan Sadaqah dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki pada Badan Amil Zakat (BAZ) Kota Semarang”. Prodi Manajemen Dakwah. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Walisongo Semarang 2011.

Kota Semarang)”.¹⁵ Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research* dengan metode pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara penelitian tersebut dilakukan untuk meneliti peran BAZ dalam meningkatkan jumlah wajib zakat apakah sesuai dengan hukum Islam karena meliputi potensi zakatnya yang sangat besar. Penelitian tersebut menyimpulkan pelaksanaan pengumpulan dan pengelolaan zakat di BAZ Kota Semarang, sudah sesuai dengan ketentuan hukum Islam, yaitu memungut langsung dari muzakki meminta untuk mengambil dan dana disalurkan kepada mustahik, kemudian diwujudkan dalam pendidikan sosial dan ekonomi. Sedangkan yang dilakukan BAZ Kota Semarang untuk meningkatkan jumlah wajib zakat dalam mengumpulkan zakat BAZ Kota Semarang bekerja sama dengan beberapa pihak: diantaranya lembaga atau instansi (pemerintah dan swasta), sedangkan pengelolaan BAZ Kota Semarang melakukan perencanaan aksi dan evaluasi penyaluran kepada mustahik BAZ Kota Semarang mengidentifikasi terlebih dahulu siapa yang berhak menerima zakat penyaluran zakat menggunakan 2 cara yaitu secara konsumtif dan produktif.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syaifudin Zuhri 2014 berjudul “Manajemen Zis Badan Amil Zakat, strategi pemasaran BAZDA Kabupaten Grobongan untuk meningkatkan jumlah Muzakki PNS dan petani”.¹⁶ Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara langsung ke BAZDA Kabupaten Grobongan. BAZDA

¹⁵ Siti Fatimah, “Peran BAZ dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat”, Prodi Manajemen Dakwah. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo 2011.

¹⁶ Skripsin Muhammad Syaifudin Zuhri, “Manajemen Zis Badan Amil Zakat”. Prodi Manajemen Dakwah. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang 2014.

Kabupaten Grobogan melakukan penghimpunan dari PNS, pegawai BUMN atau BUMD, jamaah haji dan masyarakat umum termasuk petani. Dalam meningkatkan jumlah wajib zakat atau muzakki BAZDA Kabupaten Grobogan melakukan pemasaran melalui gerakan sadar zakat, pembentukan UPZ di instansi atau lembaga pemerintah dan menyediakan pelayanan e-banking. Strategi pemasaran BAZDA Kabupaten Grobogan PNS sudah terbilang berhasil, namun untuk strategi pemasaran di kalangan petani masih belum tercapai dengan baik. Faktor yang membedakan dalam strategi pemasaran di kalangan PNS dan petani ada pada segmentasi, target pasar, merek yang dipakai oleh BAZDA Kabupaten Grobogan agar situasi pemasaran ZIS bias maksimal.

Terdapat perbedaan, penelitian di atas dengan yang peneliti lakukan. Penelitian di atas membahas tentang pemasarannya. Sedangkan peneliti yang dilakukan membahas tentang peningkatan minat masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Anton Warsito 2010 yang berjudul “Strategi Pemasaran Lembaga Zakat pada Lazis Suakarta”.¹⁷ Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dalam skripsi tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan analisis internal, faktor analisis IFAS yaitu kesimpulan analisis dan berbagai faktor internal yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan, dengan menggunakan analisis IFAS ini hasilnya bahwa kekuatan terbesar yang dimiliki Lazis Surakarta terletak pada pelayanan konsumen, kesetiaan pelanggan, cakupan produk atau jasa dan

¹⁷ Anton Warsito, “Strategi Pemasaran Lembaga Zakat pada Lazis”. Prodi manajemen Dakwah. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang 2010.

kualitas atau produk jasa, promosi dan pengiklanan saluran distribusi serta kemampuan dan pengalaman manajerial dengan sektor perkalian antara ranting, dan faktor yang menjadi kelemahan pada analisis IFAS terletak pada biaya kemudian mengidentifikasi bahwa efisiensi biaya harus mendapat perhatian serius dari perusahaan.

Terdapat perbedaan, penelitian di atas dengan yang penulis lakukan. Penelitian di atas membahas tentang naik turunnya suatu perusahaan menggunakan analisisnya. Sedangkan penelitian yang dilakukan membahas tentang kegiatan atau program-program yang ada di LAZSIMU Banyumas.

Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dalam skripsi ini, maka perlu dikemukakan pokok permasalahan yang disusun sistematika sebagai berikut :

Bab 1. Latar belakang masalah, definisi oprasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, dan sistematika kepenulisan.

Bab 2. Landasan teori yang berkaitan dengan tentang perpustakaan yang terdiri dari tiga bab. Bagian pertama adalah konsep bagian manajemen yang terdiri dari pengertian manajemen, unsur-unsur manajemen, fungsi manajemen, proses manajemen, dan manajemen islami dan konvesional. Bagian kedua adalah teori minat masyarakat, yang terdiri dari pengertian faktor-faktor yang mempengaruhi, dan faktor yang mempengaruhi minat. Bagian ketiga yaitu teori tentang implementasi manajemen strategis yang

berisi prosedur analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Bab 3. Berisi tentang metode penelitian : yang terdiri dari jenis penelitian yang digunakan, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data pada manajemen strategi LAZISMU Banyumas, Letak Geografis, visi dan misi, struktur organisasi.

Bab 4. Berisi tentang hasil penelitian, terbagi atas gambaran umum dimana penulis mengadakan penelitian. Pada bab ini berisi tentang gambaran umum tentang LAZISMU Banyumas : pertama, gambaran umum lokasi penelitian, kedua, penyajian data manajemen strategi yang meliputi analisis lingkungan, perumusan strategi, pelaksanaan atau implementasi strategi, dan evaluasi atau control terhadap strategi, sehingga tujuan dari organisasi bisa tercapai dengan efektif dan efisien.

Bab 5. Berisi penutup yang meliputi : kesimpulan, saran-saran dan penutup. Bagian akhir berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup dan lampiran-lampiran.

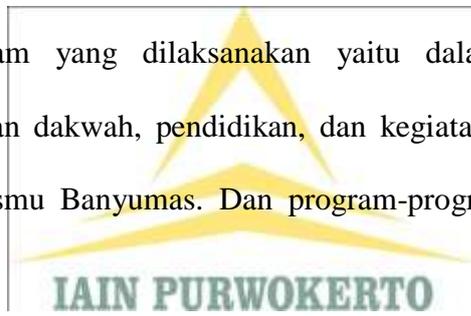
BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang manajemen strategi peningkatan minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Banyumas yang telah peneliti kemukakan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Manajemen strategi yang diterapkan di Lazismu Banyumas yaitu implementasi strategi dengan mengembangkan program yang tidak dilakukan oleh Lazis lain di Banyumas. Dimana program tersebut mengacu pada visi dan misi Lazis, program yang dilaksanakan yaitu dalam berbagai bidang kesehatan, sosial dan dakwah, pendidikan, dan kegiatan unik yang menjadi ciri khas dari Lazismu Banyumas. Dan program-program dilakukan secara terus menerus.



Untuk pelaksanaan manajemen strategis tersebut terdiri dari 4 langkah kegiatan yang meliputi analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan kontrol. Kegiatan itu merupakan tahap yang harus dikerjakan, karena merupakan penentu suksesnya kegiatan manajemen strategi.

Langkah-langkah strategi yang telah diterapkan oleh Lazismu Banyumas yang meliputi: (1) Analisis lingkungan internal dan eksternal dengan melihat peluang dan ancaman, kekuatan dan kelemahan. (2) Perumusan strategi dari hasil analisis lingkungan, maka Lazis mengambil keputusan dengan melakukan program-program yang bersifat pengembangan

program atau kegiatan, bakat minat, dan keagamaan. (3) Implementasi strategi pelaksanaan dalam kegiatan program yang telah dirumuskan yaitu dengan memanfaatkan SDM yang ada. (4) Evaluasi kegiatan ini dilakukan direktur Lazis dengan melakukan pengawasan dan evaluasi yang dilakukan pada rapat bulanan. Selain itu, Lazismu Banyumas merupakan Lazismu dengan pelaporan yang transparan diantara Lazis yang lain dan juga banyaknya program-program yang berjalan secara teratur dan terus menerus dan juga pendistribusian yang tepat sasaran.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Salam. “Strategi Pengelolaan Zakat Infak dan Shodaqoh dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki pada Badan Amil Zakat (BAZ) kota Semarang”, Prodi Manajemen Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Walisongo Semarang 2014.
- Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta 2006.
- Akdon. *Strategi Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Anshory Umar Sitanggil. *Fikih Syafi’i sistematis*. Semarang: CV. Asyifa 1887.
- Anto Warsito.”Strategi Pemasaran Lembaga Zakat pada Lazis”, Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Walisongo Semarang 2008.
- Arikunto Suharsimi. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogtakarta: 1998.
- Asmaji Muchtar. *Fatwa-Fatwa Imam Sya-Syafi’i*. Jakarta AMZAH Bumi Aksara.2014.
- Barnawi dan Moch Arifin. *Buku Pintar Mengelola sekolah*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media 2012.
- Bungin,B. *Metodologi Penelitian Kwaitatif-Aktualisasi Metodologis keArah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2003.
- David R Fred. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Indeks, 2004.
- David. *Manajemen strategi*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Deddy Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya 2002.
- Duane Ireland. *Manajemen Strategis Menyongsong Era Persaingan*. Jakarta: Erlangga 1997.
- Eva Nurhaeni. *Studi Minat Melanjutkan Belajar ke Perguruan Tinggi*. Purwokerto: 2007.
- Fathul Aminudi Aziz. *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pusaka El-Bayan 2012.
- <http://kemenang.go.id> diakses pada sabtu 12 September 2017, 12-23 WIB.

- Hunger, David dan Whelen. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi 2003.
- Iksan. *Manajemen Strategis*. Jakarta: GP Press 2009.
- Imam Muhayat. *Faktor Minat Orang Tua Menyekolahkan Anaknya*. Purwokerto: 2009.
- Imron, Abu Amar. *Fathul Qorib*. Kudus: Menara Kudus 1982.
- Irham Fahmi. *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta 2014.
- James, A. F Stoner dalam Hani Handoko. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, 2001.
- Jamil. “Strategi Pemasaran Penghimpunan Dana Zakat Infak dan Shodaqoh”, Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Walisongo Semarang 2011.
- Kementerian Agama. “UU No 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat.
- Lawrence R & Jauch F. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga 1988.
- Moleong, L.J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya 1998.
- Muhammad Syaifudin Zuhri. “Manajemen ZIS Badan Amil Zakat”, Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Walisong Semarang 2015.
- Mulyono, *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: AR-RUZZ Media, 2009.
- Mutafi’ah. *Studi Tentang Minat Melanjutkan Sekolah*. Purwokerto: Stain Pwt, 2009.
- Nazili, Shaleh A. *Pendidikan Dan Masyarakat*. Yogyakarta: Sabd Media 2011.
- Noeng Muhadjir. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin 2001.
- Onisimus Amtu. *Manajemen Pendidikan di Era Otonomi Daerah*. Bandung: Alfabeta 2011.
- Poerwandari, E. K. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) UI 1998.

- Rahman Ritonga dan Zainudin. *Fikih Ibadah*. Jakarta: Gaya Media Pratama 2002.
- Samporna. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: UGM Press 2013.
- Siti Fatimah. “Peran BAZ dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat”, Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Walisongo Semarang 2010.
- Sondang P. Siagian *Manajemen stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara 1998.
- Sudjana. *Manajmen Program Pendidikan*. Bandung: Falah 2004.
- Sukanto Rekshadiprojo. *Manajemen Strategis Busines Policy*. Jakarta: BPFE 1993.
- Sulaiman Rasyid. *Fikih Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo 2010.
- Supani, *Zakat di Indonesia Kajian Fikih dan Perundang-undangan*. Yogyakarta: Stain Pres 2010.
- Sutomo. *Manajemen Sekolah.*: UPT MKU UNNES, 2005.
- Sutrisno Hadi. *Metodologi Research Jilid 2*. Yogyakarta: Andi offset 2004.
- Suwarsono Muhammad. *Manajemen strategik konsep dan kasus*. Yogyakarta: AMP YKPN 2004.
- Suyono. *Fikih Ibadah*. Bandung: CV Pustaka Setia 1998.
- Uhar Suharsaputra . *Administrasi Pendidikan*. Bandung: PT Refisi Aditama 2010.
- Umar Husein. *Desain penetitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers 2010.
- Umrotun Khasanah. *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Malang: UIN-Maliki Press 2010.
- Wahbah Al-Zuhayiy. *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2008.
- Yosal Iriantara . *Manajemen Strategis Publik Relation*. Jakarta: Ghalia Indonesi 2004.