



## Strategi Syiar Lazismu Kota Denpasar dalam Pengelolaan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS)

### *The Syiar Strategy of Lazismu Denpasar City in Managing Zakat, Infaq, and Sadaqah (ZIS) Funds*

I Komang Wahyu Widiantera<sup>1</sup>, Tajudin<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email : [komangwahyu08b@gmail.com](mailto:komangwahyu08b@gmail.com)<sup>1</sup>, [drstajudin@gmail.com](mailto:drstajudin@gmail.com)<sup>2</sup>

#### Article Info

##### Article history :

Received : 19-10-2026

Revised : 21-10-2026

Accepted : 23-10-2026

Published : 25-10-2026

#### Abstract

*This study aims to analyze the syiar (da'wah outreach) strategy of LAZISMU Denpasar City in managing zakat, infaq, and sadaqah (ZIS) funds and to identify the factors that support and hinder its implementation. The study was motivated by the large potential of ZIS in Indonesia that has not been optimally realized because of low zakat literacy, limited awareness of channeling ZIS through official institutions, and limited public trust in zakat management institutions. This research used a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews with three LAZISMU Denpasar City administrators, namely the chairman, the fundraising and distribution team, and the media team, and one mustahik as a source-triangulation informant, supported by observation and documentation. Data were analyzed using the Miles and Huberman interactive model and validated through triangulation, member checks, and peer debriefing. The results show that the syiar strategy combines a "jemput bola" (proactive outreach) approach through social and humanitarian programs as a form of da'wah bil hal with digital communication through Instagram, Facebook, TikTok, and the institution's website. The supporting factors include institutional backing from the Muhammadiyah Regional Leadership, volunteer involvement, partnerships with mosques and schools, social media use, and services that the mustahik perceived as well-targeted, easy to access, and non-discriminatory. The inhibiting factors include limited operational human resources, low public recognition of LAZISMU, and the demand to keep up with social media trends. These findings indicate that the syiar strategy functions not only as a fundraising tool but also as a means of building public trust, so its effectiveness depends on combining real service, transparency, and adaptive communication.*

**Keywords:** Syiar Strategy, LAZISMU, Zakat Management

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi syiar LAZISMU Kota Denpasar dalam pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) serta mengidentifikasi faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaannya. Penelitian dilatarbelakangi oleh besarnya potensi ZIS di Indonesia yang belum terhimpun secara optimal akibat rendahnya literasi zakat, kurangnya kesadaran menyalurkan ZIS melalui lembaga resmi, dan terbatasnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tiga pengurus LAZISMU Kota Denpasar, yaitu ketua, tim penghimpun dan pendistribusian, serta tim media, dan satu mustahik sebagai informan triangulasi sumber, didukung observasi dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman serta diuji keabsahannya melalui triangulasi, *member check*, dan *peer debriefing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi syiar LAZISMU Kota Denpasar memadukan pendekatan "jemput bola" melalui program sosial dan kemanusiaan sebagai wujud *dakwah bil*



*hal* dengan komunikasi digital melalui Instagram, Facebook, TikTok, dan situs web lembaga. Faktor pendukungnya meliputi dukungan kelembagaan Pimpinan Daerah Muhammadiyah, keterlibatan relawan, kerja sama dengan masjid dan sekolah, pemanfaatan media sosial, serta pelayanan yang dinilai mustahik tepat sasaran, mudah diakses, dan tidak membedakan golongan. Faktor penghambatnya meliputi keterbatasan sumber daya manusia di tim operasional, masih rendahnya pengenalan masyarakat terhadap LAZISMU, dan tuntutan untuk terus mengikuti tren media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi syiar tidak hanya berfungsi sebagai alat penghimpunan dana, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan publik, sehingga efektivitasnya bergantung pada perpaduan antara pelayanan nyata, transparansi, dan komunikasi yang adaptif.

**Kata Kunci: Strategi Syiar, LAZISMU, Pengelolaan Zakat**

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia (Pew Research Center, 2024). Kondisi ini menjadikan nilai-nilai keislaman berperan penting dalam membentuk kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat. Salah satu ajaran fundamental dalam Islam adalah kewajiban menunaikan zakat, yang tidak hanya berdimensi ibadah, tetapi juga memiliki fungsi sosial dan ekonomi dalam mewujudkan kesejahteraan umat (Hafidhuddin, 2002). Bersama infak dan sedekah, zakat membentuk instrumen yang dikenal sebagai ZIS, yaitu sarana distribusi kekayaan, pengentasan kemiskinan, dan pemberdayaan masyarakat.

Namun, potensi ZIS di Indonesia belum terhimpun secara optimal. Rendahnya literasi masyarakat tentang zakat, kurangnya kesadaran untuk menyalurkan ZIS melalui lembaga resmi, serta terbatasnya kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat menjadi kendala yang terus berulang (Kasri & Putri, 2018). Persoalan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan zakat tidak cukup ditopang oleh kemampuan administratif, tetapi juga membutuhkan pendekatan komunikasi yang informatif, edukatif, dan persuasif. Dalam perspektif Komunikasi dan Penyiaran Islam, pendekatan tersebut dikenal sebagai syiar, yaitu upaya menampakkan dan menyebarluaskan ajaran Islam agar diketahui, dipahami, dan diamalkan oleh masyarakat.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat memberi ruang bagi Lembaga Amil Zakat (LAZ) bentukan masyarakat untuk membantu penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat (Republik Indonesia, 2011). Salah satu LAZ yang berperan aktif adalah LAZISMU (Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Sedekah Muhammadiyah), lembaga filantropi Islam di bawah naungan Muhammadiyah yang tidak hanya mengelola dana, tetapi juga menjalankan dakwah sosial melalui program pendidikan, ekonomi, dan kemanusiaan (LAZISMU Pusat, 2024). Dalam praktiknya, lembaga amil zakat memanfaatkan pendekatan konvensional sekaligus media digital, kampanye kemanusiaan, dan publikasi program untuk menggalang partisipasi masyarakat (Kasri & Putri, 2018).

LAZISMU Kota Denpasar merupakan salah satu kantor LAZISMU di tingkat daerah yang berada di bawah Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kota Denpasar. Sebagai lembaga yang beroperasi di kawasan perkotaan dengan masyarakat yang majemuk, LAZISMU Kota Denpasar menjalankan beragam program, antara lain santunan anak yatim, layanan ambulans gratis untuk dhuafa, bantuan pangan, dan program kemakmuran masjid. Di sisi lain, lembaga ini masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan sumber daya manusia dan belum dikenalnya LAZISMU



oleh sebagian masyarakat. Kondisi tersebut menjadikan strategi syiar sebagai faktor penentu bagi lembaga dalam membangun kepercayaan dan menggerakkan partisipasi muzaki.

Penelitian terdahulu telah mengkaji LAZISMU dari sisi sosialisasi zakat maal (Alfawa, 2021) dan manajemen strategi pengelolaan dana zakat yang meliputi tahap formulasi, implementasi, dan evaluasi (Safitri dkk., 2021), sementara kajian lain menelaah strategi penghimpunan dana zakat di Indonesia secara umum (Kasri & Putri, 2018). Namun, kajian-kajian tersebut umumnya berfokus pada satu aspek, yaitu sosialisasi, manajemen, atau penghimpunan, dan belum menelusuri bagaimana syiar dijalankan secara utuh dengan memadukan dakwah lisan, aksi sosial, dan media digital, beserta faktor yang mendukung dan menghambatnya. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengambil kasus LAZISMU Kota Denpasar. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis strategi syiar LAZISMU Kota Denpasar dalam pengelolaan dana ZIS, serta (2) mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi syiar tersebut.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Strategi**

Secara etimologis, strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang semula bermakna seni memimpin pasukan untuk memenangkan peperangan. Dalam perkembangannya, istilah ini digunakan secara luas dalam manajemen, komunikasi, dan organisasi sosial. Chandler (1962) mendefinisikan strategi sebagai penetapan tujuan jangka panjang organisasi beserta tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya. Siagian (2012) menekankan bahwa strategi disusun oleh pimpinan, tetapi dilaksanakan oleh seluruh unsur organisasi, sehingga keberhasilannya memerlukan keterlibatan semua anggota.

David (2017) memandang keberhasilan organisasi sebagai hasil kemampuan merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi sesuai dengan perubahan lingkungan. Sejalan dengan itu, Assauri (2013) menyatakan bahwa strategi berfungsi mengomunikasikan visi organisasi, mengaitkan kekuatan organisasi dengan peluang lingkungan, mengoordinasikan aktivitas, serta menanggapi keadaan baru yang dihadapi. Dalam penelitian ini, strategi dipahami sebagai rangkaian keputusan dan tindakan terencana yang ditempuh lembaga amal zakat untuk mencapai tujuan penghimpunan dan pendayagunaan dana ZIS.

### **Syiar dan Strategi Syiar**

Syiar berasal dari bahasa Arab *syi'ar* yang berakar dari kata *syi'ara*, yang berarti mengetahui atau menyadari. Secara bahasa, syiar dimaknai sebagai tanda atau simbol yang tampak dan dapat dikenali. QS. Al-Hajj ayat 32 menegaskan bahwa mengagungkan syiar-syiar Allah merupakan tanda ketakwaan hati. Shihab (2007) memaknai syiar sebagai segala sesuatu yang menjadi identitas dan tanda kebesaran Islam, yang diwujudkan tidak hanya dalam ibadah ritual, tetapi juga dalam aktivitas sosial seperti kepedulian, keadilan, dan tolong-menolong. Al-Qaradawi (1999) menambahkan bahwa pengelolaan zakat yang amanah dan profesional merupakan bentuk nyata syiar karena memperlihatkan nilai keadilan Islam kepada masyarakat.

Tujuan syiar sejalan dengan tujuan dakwah, yaitu mengajak manusia kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran (Aziz, 2017). Ilaihi (2010) menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi



dakwah ditandai oleh perubahan pada diri mad'u yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan konatif. Untuk mencapai perubahan tersebut, diperlukan strategi, yaitu perencanaan yang mencakup penentuan sasaran, penyusunan materi, pemilihan media, dan metode penyampaian yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat (Ilaihi, 2010). Munir dan Ilaihi (2006) menempatkan strategi dakwah sebagai bagian dari manajemen dakwah yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Dari sudut pandang ilmu komunikasi, Effendy (2003) menegaskan bahwa strategi komunikasi yang efektif menuntut komunikator mengenali khalayak, menyusun pesan yang sesuai, memilih media yang tepat, dan menentukan metode penyampaian.

Berdasarkan pandangan tersebut, strategi syiar dalam penelitian ini dipahami melalui empat unsur, yaitu pesan dakwah (*maddah*), media dakwah (*wasilah*), sasaran dakwah (*mad'u*), dan metode dakwah (*thariqah*). Metode dakwah dapat ditempuh melalui *dakwah bil lisan*, yaitu penyampaian pesan secara lisan maupun tulisan, dan *dakwah bil hal*, yaitu dakwah melalui tindakan nyata yang memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. Keempat unsur dan dua metode ini digunakan sebagai kerangka untuk membaca strategi syiar LAZISMU Kota Denpasar.

### **Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS)**

Secara bahasa, zakat bermakna keberkahan (*al-barakah*) dan pertumbuhan (*an-nama'*). Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 mendefinisikan zakat sebagai harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang Muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai syariat Islam (Republik Indonesia, 2011). Kewajiban ini ditegaskan dalam QS. At-Taubah ayat 103, yang menyebut zakat sebagai sarana membersihkan dan menyucikan harta serta jiwa pemberinya, sedangkan QS. At-Taubah ayat 60 menetapkan delapan golongan (*asnaf*) yang berhak menerimanya. Menurut Al-Qaradawi (1999), zakat memiliki dimensi *hablum minallah* sekaligus *hablum minannas* karena bertujuan mewujudkan keadilan dan pemerataan kesejahteraan.

Infak mencakup seluruh pengeluaran harta di jalan Allah, baik yang wajib maupun sukarela, tanpa ketentuan nisab dan haul seketat zakat (Az-Zuhaili, 2008; Arifin, 2011). Adapun sedekah memiliki cakupan paling luas karena meliputi setiap kebaikan yang dilakukan secara ikhlas, baik berupa materi maupun nonmateri. Hasan (2006) menekankan bahwa ZIS merupakan mekanisme distribusi kekayaan yang mengurangi kesenjangan antara kelompok mampu dan kurang mampu, sehingga pengelolaannya memerlukan sistem yang terorganisasi.

### **Lembaga Amil Zakat**

Pengelolaan zakat didefinisikan sebagai kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam penghimpunan, pendistribusian, serta pendayagunaan zakat (Republik Indonesia, 2011). Di Indonesia, kegiatan ini dijalankan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai lembaga pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk masyarakat dan memperoleh izin pemerintah. Amil tidak hanya bertugas menghimpun dan menyalurkan dana, tetapi juga mendata muzaki dan mustahik, menyosialisasikan kewajiban zakat, serta menyusun laporan pertanggungjawaban kepada publik (Sabiq, 2013). Hafidhuddin (2002) menegaskan bahwa keberhasilan pengelolaan zakat sangat ditentukan oleh kemampuan lembaga membangun kepercayaan masyarakat melalui pelayanan yang profesional, transparan, dan akuntabel, yang didukung oleh komunikasi yang efektif. Pada titik inilah strategi syiar menjadi jembatan antara kinerja lembaga dan kepercayaan publik.



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan memahami secara mendalam praktik dan makna suatu fenomena dalam konteks alamiahnya dan menyajikannya dalam bentuk kata-kata. Pendekatan ini dipilih karena dinilai paling sesuai untuk menggali strategi komunikasi dan praktik syiar di lembaga filantropi Islam. Penelitian dilaksanakan di kantor LAZISMU Kota Denpasar, Jl. Pulau Selayar, Sanglah, Kelurahan Dauh Puri Klod, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali, pada bulan Mei 2026. Lokasi ini dipilih karena LAZISMU Kota Denpasar merupakan lembaga amal zakat yang aktif menjalankan program sosial dan komunikasi publik secara terstruktur di tingkat kota.

Informan penelitian terdiri atas tiga informan utama, yaitu Ketua LAZISMU Kota Denpasar, tim penghimpun dan pendistribusian, serta tim media, yang dipilih berdasarkan peran langsung mereka dalam pelaksanaan strategi syiar dan pengelolaan dana ZIS. Selain itu, satu orang mustahik penerima manfaat dilibatkan sebagai informan triangulasi sumber untuk mengonfirmasi keterangan pengurus dari sudut pandang penerima program. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi terhadap aktivitas komunikasi lembaga di media sosial dan kegiatan sosial, serta dokumentasi berupa arsip kegiatan, konten kampanye digital, dan dokumen kelembagaan. Data sekunder diperoleh dari buku, artikel jurnal, dan peraturan perundang-undangan. Fokus kajian beserta pertanyaan pokok wawancara disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Fokus Kajian dan Pertanyaan Pokok Wawancara**

| Fokus Kajian         | Aspek yang Diamati                                          | Pertanyaan Pokok                                                                                      |
|----------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Strategi syiar       | Pendekatan dan bentuk implementasi strategi                 | Bagaimana strategi syiar LAZISMU Kota Denpasar secara umum dan bagaimana pengimplementasiannya?       |
| Saluran penghimpunan | Kemudahan masyarakat menyalurkan ZIS dan respons masyarakat | Metode apa saja yang digunakan untuk memudahkan masyarakat berzakat, berinfaq, dan bersedekah?        |
| Publikasi digital    | Platform, jenis konten, dan efektivitas media               | Platform apa saja yang digunakan, konten apa yang disampaikan, dan platform mana yang paling efektif? |
| Faktor pendukung     | Sumber daya, dukungan organisasi, dan kerja sama            | Apa saja faktor yang mendukung keberhasilan strategi syiar dan penghimpunan dana ZIS?                 |
| Faktor penghambat    | Kendala internal dan eksternal                              | Apa saja tantangan utama dalam pelaksanaan strategi syiar?                                            |
| Penerimaan mustahik  | Bentuk bantuan, ketepatan sasaran, dan kualitas pelayanan   | Apakah bantuan sudah tepat sasaran dan apa kelebihan program bantuan LAZISMU Kota Denpasar?           |

*Sumber: Pedoman wawancara penelitian (2026)*

Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (1994) yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Pada tahap reduksi, data wawancara, observasi, dan dokumentasi dipilah dan dikelompokkan berdasarkan fokus penelitian.



Data kemudian disajikan dalam bentuk narasi, kutipan wawancara, dan tabel ringkasan, lalu disimpulkan dengan membandingkan pola antarinforman. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan keterangan pengurus dengan keterangan mustahik serta hasil wawancara dengan observasi dan dokumen, *member check* untuk mengonfirmasi tafsiran peneliti kepada informan, dan *peer debriefing* melalui diskusi dengan teman sejawat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum LAZISMU Kota Denpasar

LAZISMU Kota Denpasar merupakan lembaga pengelola zakat, infak, dan sedekah di bawah naungan PDM Kota Denpasar dengan dasar legalitas Surat Keputusan Nomor 966/KEP/I.0/B/2020. Lembaga ini memiliki visi “Menjadi Lembaga Amil Zakat Terpercaya” dengan misi meningkatkan pengelolaan ZIS yang amanah, profesional, dan transparan; meningkatkan kualitas pengelolaan ZIS yang kreatif, inovatif, dan produktif untuk pemberdayaan masyarakat; serta menjadikan ZIS sebagai solusi permasalahan sosial dan ekonomi umat. Struktur organisasinya terdiri atas Dewan Pengurus Syariah dan Badan Pengurus yang dipimpin seorang ketua dengan empat wakil ketua, masing-masing membidangi penghimpunan dan kerja sama, audit kepatuhan, pendayagunaan, serta transformasi digital. Keberadaan bidang transformasi digital menunjukkan bahwa komunikasi digital telah menjadi bagian dari struktur kelembagaan, bukan sekadar kegiatan tambahan.

### Karakteristik Informan

**Tabel 2. Karakteristik Informan Penelitian**

| Kode | Nama Informan | Jabatan/Peran                      | Tanggal Wawancara | Kedudukan            |
|------|---------------|------------------------------------|-------------------|----------------------|
| I-1  | Eko Purwanto  | Ketua LAZISMU Kota Denpasar        | 8 Mei 2026        | Informan utama       |
| I-2  | Riana         | Tim Penghimpun dan Pendistribusian | 8 Mei 2026        | Informan utama       |
| I-3  | Silvia        | Tim Media                          | 8 Mei 2026        | Informan utama       |
| I-4  | Sakinah       | Mustahik penerima manfaat          | 22 Mei 2026       | Informan triangulasi |

*Sumber: Data primer penelitian (2026)*

Ketiga informan utama mewakili alur kerja syiar dari hulu ke hilir, yaitu perumusan arah lembaga, penghimpunan dan penyaluran dana, serta publikasi kepada masyarakat. Adapun mustahik memberikan sudut pandang penerima manfaat sehingga klaim pengurus mengenai pelayanan dan ketepatan sasaran dapat dikonfirmasi dari pihak yang merasakan langsung program tersebut.



### Strategi Syiar melalui Pendekatan Langsung kepada Masyarakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi syiar LAZISMU Kota Denpasar bertumpu pada kehadiran langsung di tengah masyarakat. Ketua LAZISMU Kota Denpasar menggambarkan strategi tersebut dengan istilah “jemput bola”:

*“Strategi yang kami lakukan lebih kepada pendekatan analogi “jemput bola”, yakni hadir langsung di tengah masyarakat melalui kegiatan sosial dan kemanusiaan... Ketika ada bencana atau masyarakat membutuhkan bantuan, kami berusaha hadir tanpa membedakan golongan tertentu”* (Eko Purwanto, wawancara, 8 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa syiar tidak hanya disampaikan melalui ajakan, tetapi diwujudkan melalui program yang dirasakan langsung oleh masyarakat. Hasil dokumentasi memperlihatkan bahwa program LAZISMU Kota Denpasar terbagi ke dalam dua bidang utama sebagaimana disajikan pada Tabel 3. Salah satu program yang menonjol adalah *Back to Masjid*, yang tidak hanya bertujuan memakmurkan masjid, tetapi juga mempererat hubungan lembaga dengan jamaah melalui kegiatan keagamaan dan sosial. Lembaga juga melakukan penggalangan donasi untuk korban banjir di Denpasar dan penyaluran sembako bagi lansia dan dhuafa.

**Tabel 3. Program Syiar LAZISMU Kota Denpasar**

| Bidang                 | Program                                                                              | Bentuk Syiar                                                                                       |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sosial dan kemanusiaan | Santunan Anak Yatim, Sayangi Lansia, RendangMu, Layanan Ambulans Gratis untuk Dhuafa | <i>Dakwah bil hal</i> melalui bantuan langsung yang memenuhi kebutuhan dasar dan layanan kesehatan |
| Dakwah dan keagamaan   | Back to Masjid, Sedekah Subuh, Tebar Takjil, Tabungan Qurban, Lebaran Yatim          | Pembiasaan berbagi, pemakmuran masjid, dan pemanfaatan momentum ibadah                             |

*Sumber: Dokumentasi LAZISMU Kota Denpasar, data diolah (2026)*

Keterangan pengurus dikonfirmasi oleh mustahik penerima manfaat. Bantuan yang diterima ternyata tidak seragam, tetapi disesuaikan dengan kondisi keluarga penerima:

*“Bantuan yang diberikan berupa sembako dan terkadang dalam bentuk uang tunai. Selain itu saya juga diberikan perlengkapan sholat seperti mukenah dan sarung serta clodi (pempers bayi)”* (Sakinah, wawancara, 22 Mei 2026)

Sakinah menilai sembako sebagai bantuan yang paling bermanfaat karena memenuhi kebutuhan dapur sehari-hari. Temuan ini memperlihatkan bahwa bantuan disalurkan secara fleksibel, mencakup kebutuhan pokok, kebutuhan ibadah, dan kebutuhan khusus keluarga. Fleksibilitas tersebut menjadikan program bantuan sebagai pesan syiar yang konkret: masyarakat tidak hanya mendengar tentang manfaat zakat, tetapi juga melihat dan merasakannya.

### Strategi Syiar melalui Media Digital

Selain pendekatan langsung, LAZISMU Kota Denpasar memanfaatkan media digital sebagai sarana syiar dan penghimpunan dana. Tim penghimpun menjelaskan bahwa media sosial



digunakan untuk memperkenalkan program sekaligus mempermudah masyarakat menyalurkan dana:

*“Melalui postingan media sosial, masyarakat jadi lebih mudah mengetahui program dan menyalurkan zakat melalui rekening resmi yang dicantumkan”* (Riana, wawancara, 8 Mei 2026)

Riana juga menyampaikan bahwa setelah media sosial mulai aktif dikelola, terdapat peningkatan dana yang masuk melalui transfer, dan masyarakat merespons program dengan baik karena program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan mereka. Tim media mengelola Instagram, Facebook, TikTok, dan situs web untuk mempublikasikan kegiatan serta mengajak masyarakat membayar zakat. Strategi konten disesuaikan dengan karakter khalayak muda:

*“Konten yang kami buat biasanya mengikuti trend yang sedang berkembang supaya lebih menarik perhatian masyarakat, terutama anak-anak muda”* (Silvia, wawancara, 8 Mei 2026)

Menurut Silvia, Instagram merupakan platform yang paling efektif karena jumlah penontonnya paling banyak dibandingkan platform lain. Temuan ini menunjukkan bahwa media digital berfungsi ganda, yaitu sebagai saluran *dakwah bil lisan* yang menyampaikan ajakan berzakat dan sebagai etalase *dakwah bil hal* yang mendokumentasikan penyaluran bantuan kepada publik.

### **Faktor Pendukung Strategi Syiar**

Faktor pendukung pertama adalah dukungan organisasi induk. Ketua LAZISMU Kota Denpasar menyatakan bahwa dukungan PDM sangat membantu, baik dalam pelaksanaan program maupun sosialisasi kepada masyarakat, dan lembaga juga dibantu oleh relawan serta tim operasional. Sinergi ini terlihat pada program Tebar Takjil yang melibatkan pengurus, relawan, Amal Usaha Muhammadiyah, dan masyarakat. Faktor kedua adalah kerja sama dengan lembaga yang dekat dengan masyarakat:

*“Kami bekerja sama dengan kantor layanan di sekolah dan masjid untuk membantu penghimpunan zakat, terutama saat bulan Ramadhan”* (Riana, wawancara, 8 Mei 2026)

Faktor ketiga adalah media sosial yang, menurut tim media, membantu masyarakat lebih cepat mengetahui program LAZISMU. Faktor keempat datang dari sisi penerima manfaat, yaitu kualitas pelayanan. Sakinah mengaku dipermudah dalam menerima bantuan tanpa persyaratan yang memberatkan dan menilai bantuan telah tepat sasaran. Ia merangkum kelebihan program LAZISMU sebagai berikut:

*“Kelebihannya itu yang pertama tepat sasaran, kedua pelayanannya baik, ketiga bantuannya mudah diterima dan yang terakhir tidak memandang golongan”* (Sakinah, wawancara, 22 Mei 2026)

Pernyataan mustahik tentang bantuan yang “tidak memandang golongan” selaras dengan prinsip ketua lembaga untuk hadir “tanpa membedakan golongan tertentu”. Kesesuaian keterangan antara pengurus dan penerima manfaat ini memperkuat kredibilitas temuan melalui triangulasi sumber.



## Faktor Penghambat Strategi Syiar

Hambatan utama yang diidentifikasi pengurus bersifat internal, yaitu keterbatasan sumber daya manusia:

*“Kendala utama kami adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam tim operasional... kalau tim operasional tidak lengkap, pelaksanaan program dan penghimpunan dana jadi kurang maksimal”* (Eko Purwanto, wawancara, 8 Mei 2026)

Hambatan kedua bersifat eksternal. Tim penghimpun menyampaikan bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengenal LAZISMU, sehingga lembaga harus lebih aktif melakukan sosialisasi. Hambatan ketiga berkaitan dengan dinamika media digital, yaitu tuntutan untuk terus mengikuti perkembangan tren media sosial agar konten tetap menarik dan tidak tertinggal. Untuk mengatasi hambatan tersebut, LAZISMU Kota Denpasar membuka lapak pada kegiatan *Car Free Day* (CFD) Renon, meningkatkan intensitas publikasi media sosial, dan melibatkan generasi muda dalam kegiatan syiar. Di CFD, lembaga memadukan sosialisasi ZIS secara lisan dengan pengenalan program RendangMu sehingga masyarakat dapat melihat langsung bentuk pendayagunaan dana. Ringkasan faktor pendukung dan penghambat disajikan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Ringkasan Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Syiar**

| Kategori   | Temuan Utama                                                                       | Informan      |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Pendukung  | Dukungan PDM Kota Denpasar serta keterlibatan relawan dan Amal Usaha Muhammadiyah  | Eko Purwanto  |
| Pendukung  | Kerja sama kantor layanan zakat di sekolah dan masjid, terutama pada bulan Ramadan | Riana         |
| Pendukung  | Media sosial mempercepat penyebaran informasi program                              | Silvia, Riana |
| Pendukung  | Pelayanan yang mudah, tepat sasaran, dan tidak membedakan golongan                 | Sakinah       |
| Penghambat | Keterbatasan sumber daya manusia di tim operasional                                | Eko Purwanto  |
| Penghambat | Sebagian masyarakat belum mengenal LAZISMU                                         | Riana         |
| Penghambat | Tuntutan mengikuti tren media sosial secara terus-menerus                          | Silvia        |

*Sumber: Data primer diolah (2026)*

## Pembahasan

Temuan penelitian ini dapat dibaca melalui empat unsur strategi syiar. Pada unsur pesan, LAZISMU Kota Denpasar tidak hanya menyampaikan kewajiban berzakat, tetapi juga menyertakan bukti pendayagunaan dana melalui program yang nyata. Pada unsur media, lembaga memadukan saluran tatap muka, seperti masjid, sekolah, dan CFD, dengan saluran digital, terutama Instagram. Pada unsur sasaran, lembaga menjangkau masyarakat luas tanpa membedakan golongan sekaligus menyesuaikan konten dengan selera anak muda. Pada unsur metode, *dakwah bil lisan* dan *dakwah bil hal* dijalankan bersamaan dan saling menguatkan. Pola ini sejalan dengan pandangan Effendy



(2003) dan Ilaihi (2010) bahwa strategi komunikasi yang efektif menuntut kesesuaian antara pesan, media, khalayak, dan metode.

Temuan ini juga memperkuat pandangan Shihab (2007) dan Al-Qaradawi (1999) bahwa syiar tidak terbatas pada mimbar, tetapi terwujud dalam aktivitas sosial yang memperlihatkan nilai keadilan dan kepedulian Islam. Penyaluran sembako, perlengkapan salat, dan kebutuhan bayi kepada mustahik merupakan pesan syiar yang lebih meyakinkan daripada ajakan lisan semata, karena masyarakat dapat menyaksikan langsung manfaat ZIS. Hal ini sejalan dengan Hafidhuddin (2002) yang menempatkan kepercayaan publik sebagai kunci keberhasilan lembaga zakat. Dalam kasus ini, kepercayaan dibangun bukan terutama melalui klaim lembaga, tetapi melalui pengalaman penerima manfaat, sebagaimana tercermin dalam penilaian mustahik bahwa bantuan tepat sasaran dan mudah diterima.

Dari sisi teori strategi, keberhasilan syiar LAZISMU Kota Denpasar ditopang oleh kemampuan lembaga mengaitkan kekuatan internal dengan peluang lingkungan (Assauri, 2013). Jaringan Muhammadiyah, masjid, dan sekolah merupakan kekuatan yang dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan, sementara media sosial merupakan peluang yang dimanfaatkan untuk menjangkau khalayak yang tidak hadir secara fisik. Namun, pandangan Siagian (2012) bahwa strategi memerlukan keterlibatan seluruh unsur organisasi juga menjelaskan hambatan utama lembaga. Keterbatasan personel membuat satu orang merangkap beberapa fungsi, sebagaimana tim penghimpun yang juga menangani pendistribusian. Kondisi ini berpotensi melemahkan konsistensi publikasi digital, padahal tim media menyadari bahwa konten harus terus mengikuti tren. Dengan kata lain, hambatan sumber daya manusia dan tuntutan media digital saling berkaitan dan tidak dapat diatasi secara terpisah.

Hasil penelitian ini menguatkan temuan Kasri dan Putri (2018) mengenai pentingnya kepercayaan dan pemanfaatan berbagai saluran dalam penghimpunan zakat, serta temuan Safitri dkk. (2021) bahwa strategi lembaga zakat dijalankan melalui koordinasi antarbidang. Penelitian ini memperluas kajian Alfawa (2021) yang berfokus pada sosialisasi zakat maal dengan memperlihatkan bahwa syiar mencakup pula pelayanan dan penyaluran bantuan. Meskipun demikian, pengaruh media sosial terhadap peningkatan penghimpunan dana dalam penelitian ini masih bersumber dari keterangan informan dan belum diverifikasi dengan data laporan keuangan lembaga. Selain itu, kegiatan di CFD memperlihatkan peluang praktis bagi lembaga, yaitu menghadirkan ruang tempat ajakan lisan dan bukti nyata disajikan sekaligus kepada masyarakat yang belum mengenal LAZISMU.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi syiar LAZISMU Kota Denpasar dalam pengelolaan dana ZIS dijalankan melalui perpaduan pendekatan langsung dan media digital. Pendekatan langsung diwujudkan melalui strategi “jemput bola” berupa program sosial, kemanusiaan, dan keagamaan sebagai bentuk *dakwah bil hal*, sedangkan media digital, terutama Instagram, Facebook, TikTok, dan situs web, digunakan untuk menyampaikan ajakan berzakat, mempublikasikan penyaluran bantuan, dan mempermudah masyarakat menyalurkan dana melalui rekening resmi. Strategi ini tidak hanya



berfungsi menghimpun dana, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga.

2. Faktor pendukung strategi syiar meliputi dukungan PDM Kota Denpasar, keterlibatan relawan dan Amal Usaha Muhammadiyah, kerja sama dengan masjid dan sekolah, pemanfaatan media sosial, serta pelayanan yang dinilai mustahik tepat sasaran, mudah diakses, dan tidak membedakan golongan. Adapun faktor penghambatnya meliputi keterbatasan sumber daya manusia di tim operasional, belum dikenalnya LAZISMU oleh sebagian masyarakat, dan tuntutan untuk terus mengikuti tren media sosial.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, LAZISMU Kota Denpasar disarankan memperkuat kapasitas sumber daya manusia melalui rekrutmen dan pelatihan relawan, terutama di bidang media, agar publikasi digital dapat berjalan konsisten. Lembaga juga disarankan mempublikasikan laporan penghimpunan dan penyaluran dana secara berkala di media sosial untuk memperkuat transparansi, serta memperluas kegiatan seperti lapak CFD yang memadukan sosialisasi dan aksi nyata. Masyarakat diharapkan semakin terdorong menyalurkan ZIS melalui lembaga resmi agar dana dapat dikelola secara terarah dan tepat sasaran. Penelitian ini terbatas pada satu lembaga dengan tiga pengurus sebagai informan utama dan satu mustahik sebagai informan triangulasi, sehingga penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak muzaki dan mustahik, membandingkan strategi syiar beberapa lembaga amal zakat di daerah berbeda, serta mengukur pengaruh media digital terhadap penghimpunan dana dengan data kuantitatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qaradawi, Y. (1999). *Fiqh az-zakah*. Muassasah ar-Risalah.
- Alfawa, M. (2021). *Strategi LAZISMU Pekanbaru dalam mensosialisasikan zakat maal* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Arifin, G. (2011). *Zakat, infak, sedekah*. PT Elex Media Komputindo.
- Assauri, S. (2013). *Strategic management: Sustainable competitive advantages*. Rajawali Pers.
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu dakwah* (Edisi revisi). Kencana.
- Az-Zuhaili, W. (2008). *Tafsir al-Munir fi al-'aqidah wa al-syari'ah wa al-manhaj*. Dar al-Fikr.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial enterprise*. MIT Press.
- David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti.
- Hafidhuddin, D. (2002). *Zakat dalam perekonomian modern*. Gema Insani Press.
- Hasan, M. A. (2006). *Zakat dan infak: Salah satu solusi mengatasi problema sosial di Indonesia*. Kencana.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. PT Remaja Rosdakarya.
- Kasri, R. A., & Putri, N. S. (2018). Fundraising strategies to optimize zakat potential in Indonesia: An exploratory qualitative study. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10(1), 1–24.
- LAZISMU Pusat. (2024). *Tentang Lazismu*. LAZISMU Pusat.



- 
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2006). *Manajemen dakwah*. Kencana.
- Pew Research Center. (2024). *5 facts about Muslims and Christians in Indonesia*. Pew Research Center.
- Republik Indonesia. (2011). *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat*.
- Sabiq, S. (2013). *Fiqh sunnah*. Dar al-Fath.
- Safitri, D., Sarbini, A., & Yuliani, Y. (2021). Manajemen strategi LAZISMU Jawa Barat dalam mengelola dana zakat. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 6(1), 57–76. <https://doi.org/10.15575/tadbir.v6i1.33816>
- Shihab, M. Q. (2007). *Membedakan Al-Qur'an: Fungsi dan peran wahyu dalam kehidupan masyarakat*. Mizan.
- Siagian, S. P. (2012). *Manajemen strategik*. Bumi Aksara.