

**PERILAKU DAN POTENSI FILANTROPI WARGA MUHAMMADIYAH**  
**(Survei di 11 Kota Besar di Indonesia)**

**Penelitian dilakukan oleh**

**Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Muhammadiyah (Lazismu)**

**Program Studi Muamalah-Ekonomi dan Perbankan Islam (EPI), Fakultas Agama Islam UMY**

**Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengembangan Pendidikan (LP3M) UMY**

2015

**TIM PENELITIAN**

**Ketua**

Hilman Latief, M.A., Ph.D.

**Anggota:**

Muhammad Rudi Nugroho, S.E., M.Sc

Isnaini Mallidin, SIP, M.A.P

David Effendi, S.I.P, M.A.

Syarif As'ad, S.E.I, M.S.I

Mukhlis Rahmanto, Lc., M.A.

**Koordinator Tim Lapangan**

Sulistiono, S.E.I.

## Kata Pengantar

Gagasan untuk menyelenggarakan penelitian survei ini muncul sejak beberapa tahun silam seiring dengan semakin berkembangnya Lazismu sebagai amil zakat di pentas nasional. Sebagai sebuah lembaga amil zakat nasional yang sudah berdiri lebih dari satu dasawarsa, yaitu sejak tahun 2002, Lazismu telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, setidaknya bila ditinjau dari dua aspek, yaitu aspek jejaring kelembagaan dan aspek model manajemen pengelolaan.

Saat ini jejaring kelembagaan Muhammadiyah sudah mulai meluas. Lazismu yang awalnya didirikan oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah untuk menggali potensi filantropi di tingkat nasional, kini memiliki jejaring yang luas di berbagai daerah. Pengurus Lazismu di tingkat pusat secara bertahap mampu meyakinkan kader-kader Muhammadiyah di pelbagai daerah bahwa memiliki jejaring yang kuat adalah penting. Oleh karena itu, dalam satu 10 tahun terakhir ini berdiri jejaring Lazismu di tingkat daerah maupun cabang. Lembaga-lembaga pengelola dana zakat, infak dan sedekah di Muhammadiyah yang sebelumnya menggunakan pelbagai macam nama lembaga, kini mulai mengkonversi nama lembaga tersebut menjadi Lazismu. Tentu saja, itu butuh waktu dan proses yang tidak singkat dan butuh waktu, apalagi tidak semua pimpinan di wilayah/daerah/cabang punya persepsi yang sama tentang pentingnya kesamaan nomenklatur yang digunakan oleh lembaga. Bahkan, bila dilihat dari jejariang yang dimiliki Lazismu saat ini, nampak bahwa belum semua pimpinan Muhammadiyah di tingkat daerah atau cabang daerah memiliki lembaga khusus bernama Lazismu ataupun lembaga amil zakat yang dapat bersinergi langsung dengan Lazismu.

Model manajemen pengelolaan zakat, infak dan sedekah Muhammadiyah yang dipelopori Lazismu juga telah mewarnai jakat raya filantropi dalam tubuh Muhammadiyah. Lazismu menjadi lembaga 'alternatif' bagi warga Muhammadiyah dalam menyalurkan dana sosial mereka berupa zakat, infak dan sedekah. Saya menyebutnya sebagai lembaga 'alternatif' karena memang belum semua warga Muhammadiyah menyalurkan dana zakat, infak dan sedekah mereka kepada Lazismu. Model penggalangan dana yang dilakukan oleh Lazismu juga saat ini sudah berkembang dengan memanfaatkan media massa, jejaring media sosial, media elektronika dan lain-lain. Karena itu, pertumbuhan Lazismu dari segi kelembagaan maupun dari penggalangan dananya semakin meningkat dari tahun ketahun. Lazismu juga tampil sebagai organisasi yang mampu membangun sinergi dengan lembaga-lembaga lainnya dalam Muhammadiyah yang memiliki program-program khusus yang terkait dengan pemberdayaan masyarakat, pendampingan kelompok miskin, dan bantuan korban bencana.

Meski demikian, evaluasi terhadap kinerja Lazismu terus dilakukan secara berkala melalui mekanisme forum yang telah ada saat ini, baik melalui kordinasi di tingkat nasional maupun regional. Tentu ada banyak catatan yang dimunculkan yang disampaikan oleh para pegiat Lazismu maupun *stakeholders*-nya, yang terkait beberapa hal, seperti akuntabilitas, profesionalisme, sosialisasi, penggunaan media, fasilitas kantor, kebijakan pendukung dari pimpinan

Muhammadiyah, dukungan warga dan sebagainya. Oleh karena itu, survei ini dilakukan sebagai upaya untuk memperkuat kinerja Lazismu, secara khusus, dan gerakan filantropi Muhammadiyah secara umum. Harapannya adalah, hasil survei ini dapat dijadikan sebagai landasan bagi pimpinan Muhammadiyah dan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) dalam mendesign dan memproyeksikan kebijakan filantropi Muhammadiyah, sebagai bahan bagi warga Muhammadiyah untuk memformulasikan bentuk dukungan terhadap Lazismu, dan sebagai cermin bagi pegiat Lazismu serta jejaring yang dimilikinya untuk meningkatkan kinerja mereka di masa yang akan datang.

Kami dari tim peneliti berterimakasih atas kepercayaan dan dukungan dari pembagai pihak, khususnya Lazismu Pusat, Program Studi Muamalah-Ekonomi dan Perbankan Islam (EPI) Fakultas Agama Islam UMY dan Lembaga penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) UMY atas dukungan material dan non materialnya. Survei ini tidak bisa terwujud tanpa ada dukungan penuh dari ketiga lembaga di atas dan dari tim peneliti Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Untuk itu Saya mengucapkan terimakasih untuk anggota tim yang dibentuk untuk penelitian ini yaitu saudara Isnaini Muallidin, David Effendi, Muhammad Rudi Nugroho, Syarif As'ad, dan Mukhlis Rahmanto. Peran dari para surveyor di 11 kota tentunya menjadi sangat penting untuk keberhasilan penelitian ini. Karena ini Saya mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya atas dedikasi dan kerja keras mereka. Begitu pula kepada sleuruh responden yang terdiri dari warga, pimpinan Muhammadiyah, pimpinan lembaga dan pimpinan AUM atas kesediaan mereka meluangkan waktu untuk menerima tim surveyor. Tak lupa, saya ucapkan terimakasih kepada saudara Listiono yang secara telaten membantu *day to day* dan *step by step* mengkordinasikan penelitian ini. Mudah-mudah hal itu semua menjadi amal jariyah dan mendapatkan ganjaran yang baik di sisi-Nya serta memberikan manfaat bagi Muhammadiyah sebagai organisasi maupun masyarakat umum.

Tentu masih terdapat banyak kekurangan dari penelitian survei ini. Untuk itu kritik dan saran yang membangun akan selalu terbuka bagi para pembaca untuk perbaikan survei ini, dan Saya sebagai ketua tim maupun sebagai kepala LP3M yang bertanggung jawab terhadap keseluruhan hasil penelitin ini.

Los Angeles, CA & Bantul , YK

Juli 2015

Hilman Latief

## **Daftar isi**

Kata Pengantar

Daftar isi

Bab 1 Pendahuluan

Bab 2 Persepsi Umum Warga Muhammadiyah tentang Praktik Filantropi

Bab 3 Perilaku dan Potensi Filantropi Warga Muhammadiyah

Bab 4 Perilaku dan Potensi Filantropi Amal usaha Muhammadiyah

Bab 5 Lazismu dan Kebijakan Filantropi Pimpinan Muhammadiyah

Bab 6 Persepsi dan Pengalaman Pengurus Lazismu

Bab 7 Penutup: Proyeksi Pemanfaatan Potensi ke Depan

# **Bab 1**

## **Pendahuluan**

Muhammadiyah adalah salah satu organisasi masyarakat sipil Islam tertua dan terbesar di Indonesia yang telah melewati usia satu abad. Sejak awal berdirinya, organisasi ini tampil sebagai sebuah gerakan sosial yang menerjemahkan ajaran-ajaran Islam dalam pelbagai bentuk kegiatan dakwah sosial kemasyarakatan. Tidak hanya itu, perhatian para pendiri organisasi ini terhadap persoalan-persoalan sosial dan ekonomi masyarakat, telah mendorong tumbuhnya kegiatan-kegiatan pelayanan masyarakat yang didukung oleh pendayagunaan dana-dana filantropi yang diperoleh dari zakat, sedekah maupun wakaf para simpatisannya. Sebagai salah satu organisasi Islam modern pioneer di Indonesia, Muhammadiyah tumbuh sebagai gerakan Islam yang memiliki sejumlah amal usaha dalam ukuran kapasitas yang berbeda-beda, seperti rumah sakit dan perguruan tinggi, lembaga keuangan serta amal usaha lainnya yaitu sekolah dan panti asuhan. Dilihat dari jumlah amal usaha yang dimilikinya, tak bisa dipungkiri bahwa organisasi yang didirikan oleh Kyai Ahmad Dahlan di Yogyakarta yang terbesar di Indonesia.

Saat ini, di tengah modernisasi kelembagaan pengelola organisasi filantropi di Indonesia, yang setidaknya telah berlangsung lebih dari satu dasawarsa, Muhammadiyah telah mengambil inisiatif dengan mendirikan Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah yang disingkat Lazismu. Lembaga ini telah berperan penting dalam membangun kesadaran kolektif warga Muhammadiyah untuk memproyeksikan dana-dana yang berasal dari zakat dan sedekah. Lazismu yang berdiri di Jakarta, secara aktif melakukan kampanye, menawarkan gagasan-gagasan baru model pengelolaan dana filantropi di Muhammadiyah serta telah membangun jaringan di berbagai daerah. Tidak hanya itu jaringan-jaringan baru telah terbentuk dengan lembaga pemerintah, perusahaan-perusahaan, dan organisasi masyarakat sipil lainnya. Di tengah keghairahan Lazismu menjalankan aktivitasnya yang disinergikan dengan Majelis-majelis yang berada di lingkungan di Muhammadiyah, bentuk dukungan dari warga Muhammadiyah terhadap warga Muhammadiyah masih banyak dipertanyakan, begitu pula dengan kebijakan-kebijakan strategis organisasi Muhammadiyah di pelbagai daerah dipandang belum sepenuhnya memberikan ruang bagi Lazismu untuk berperan secara lebih efektif.

Salah satu persoalan yang sering dihadapi oleh organisasi besar seperti Muhammadiyah, termasuk juga di dalamnya Lazismu, adalah lemahnya penjelasan tentang realitas organisasi ini dalam bentuk angka-angka atau kuantitatif. Untuk pengambilan sebuah kebijakan, kajian kuantitatif, disamping kualitatif, sangat diperlukan agar landasan yang digunakan untuk pengambilan sebuah kebijakan lebih valid dan memiliki justifikasi yang lebih kuat. Untuk itulah penelitian ini diharapkan menjadi awal dari proses penguatan gerakan filantropi Muhammadiyah yang berbasis studi empirik. Sudah saatnya organisasi besar seperti Muhammadiyah memiliki basis riset yang kuat sebelum merumuskan kebijakan strategis dalam rangka memperkuat fungsinya dalam melayani dan memberdayakan umat.

## **Tujuan**

Survei ini dilakukan dalam rangka memetakan potensi filantropi Muhammadiyah dan perilaku berderma warga Muhammadiyah. Data-data yang terhimpun di lapangan diharapkan dapat dijadikan landasan bagi Lazismu, pimpinan organisasi Muhammadiyah di pelbagai tingkatan, serta warga dan simpatisan Muhammadiyah dalam memproyeksikan kegiatan filantropi Muhammadiyah demi terwujudnya masyarakat Islam yang adil dan makmur. Survei ini memiliki beberapa tujuan khusus, yaitu:

1. Memahami perilaku berderma warga Muhammadiyah  
Lazismu hanyalah salah satu dari sekian lembaga-lembaga filantropi Islam yang beroperasi di Indonesia yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia, secara umum, dan warga Muhammadiyah, secara khusus, dalam menyalurkan dana zakat, infak dan sedekah. Penelitian ini bertujuan melihat persepsi warga Muhammadiyah dalam memandang konsep harta, prinsip dalam berzakat/bersedekah, serta tentang lembaga zakat, infak dan sedekah di Indonesia secara umum.
2. Mendapatkan angka-angka riil tentang potensi dana filantropi Muhammadiyah  
Masalah zakat, infak dan sedekah sangat tergantung kepada tingkat pendapatan atau penghasilan warga, keperluan harian mereka, serta tabungan yang mereka miliki. Selain itu, potensi filantropi Muhammadiyah dapat dilihat dari sejauh mana amal usaha Muhammadiyah mengalokasikan dana-dana sosial dalam membiayai kegiatan-kegiatan yang terkait dengan misi Muhammadiyah sebagai organisasi kemanusiaan.
3. Memproyeksikan model manajemen dan tata kelola filantropi Muhammadiyah  
Keberhasilan sebuah gerakan filantropi juga ditentukan oleh manajemen dan tata kelola kelembagaan serta kebijakan yang mendukungnya. Bagi sebuah lembaga filantropi berbasis ormas seperti Lazismu, kebijakan kelembagaan dari pimpinan Muhammadiyah, baik dari segi landasan hukum keberadaan Lazismu, sosialisasi dan mobilisasi kelembagaan, memiliki pengaruh dalam menentukan arah kinerja Lazismu ke depan.
4. Membangun kesadaran di kalangan pimpinan, warga dan simpatisan Muhammadiyah dalam meningkatkan gerakan filantropi untuk perubahan kolektif.  
Masa depan Lazismu berada pada dukungan warga dan simpatisan Muhammadiyah sebab mereka yang diharapkan menjadi pendukung utama program-program yang rancang dan dijalankan oleh Lazismu. Untuk itu, membaca persepsi warga yang ada saat ini penting untuk membangun kesadaran yang lebih kuat dalam meningkatkan kinerja Lazismu sekaligus mendorong perubahan kolektif.

## **Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan oleh Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) UMY, Lazismu Pimpinan Pusat Muhammadiyah, dan Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam

(EPI), Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian dilaksanakan dalam kurun waktu 4 bulan, yaitu bulan April-Juli 2015, dengan tahapan sebagai berikut:

Tahap Pertama, persiapan, meliputi brainstorming diskusi intensif beberapa kali yang dilakukan antara tim peneliti bersama pengurus Lazismu. Kemudian dilanjutkan dengan diskusi khusus yang digelar oleh tim peneliti.

Tahap Kedua, penerjemahan gagasan, meliputi penyusunan proposal penelitian, instrument penelitian dan workshop instrumen penelitian.

Tahap Ketiga, pelaksanaan survey di 11 kota oleh surveyor dengan pemantauan koordinator surveyor.

Tahap keempat, input data dan analisis data oleh tim peneliti dan dilanjutkan dengan perumusan hasil temuan dari penelitian survey ini.

### **Catatan tentang Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan purposive random sampling, yaitu pengambilan sample secara acak namun disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan khusus dari penelitian. Dalam konteks ini, penentuan sample dilakukan didasarkan pada beberapa ciri khusus, baik untuk lokasi penelitian maupun dengan karakteristik responden-nya.

### **Lokasi Penelitian**

Fenomena tumbuhnya lembaga filantropi dan gerakan filantropi yang dikelola secara profesional adalah fenomena perkotaan. Munculnya lembaga-lembaga filantropi Islam saat ini dimulai di beberapa kota besar di Indonesia, dan menjadikan kelas menengah maupun lembaga-lembaga swasta sebagai mitra lembaga filantropi. Artinya sumber-sumber dana filantropi lebih banyak di terkonsentrasi di daerah perkotaan, meskipun kegiatan-kegiatan sosial-kemanusiaan dari lembaga filantropi banyak dilakukan di pedesaan. Untuk itu, penelitian ini dilakukan di 11 kota besar di Indonesia, yaitu: Padang, Pekanbaru, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surakarta, Surabaya, Mataram, Makassar, Pontianak, dan Balikpapan.

Terdapat setidaknya dua alasan yang melatarbelakangi pemilihan kota-kota tersebut di atas dijadikan sebagai sample penelitian. Alasan pertama adalah kota-kota tersebut merupakan tempat dimana jaringan Muhammadiyah berkembang cukup baik dan mengakar baik dilihat dari segi keberadaan struktur pimpinan Muhammadiyah (Pimpinan Daerah/Wilayah Muhammadiyah) maupun keberadaan amal usaha Muhammadiyah. Amal Usaha Muhammadiyah yang dimaksud adalah lembaga-lembaga yang didirikan oleh Muhammadiyah dan menjadi ruang untuk menerjemahkan visi sosial dan ekonomi Muhammadiyah secara lebih kongkret, seperti lembaga pendidikan, lembaga kesehatan dan lembaga sosial.

Sementara alasan yang lebih bersifat pragmatis adalah bahwa di kota-kota tersebut telah terdapat jejaring Lazismu, baik yang masuk dalam kategori sangat aktif, aktif maupun aktif. Dengan demikian, sebagai bagian dari upaya untuk merumuskan kebijakan dan memproyeksikan



gerakan filantropi Muhammadiyah ke depan, tempat-tempat tersebut dapat dikatakan cukup mewakili.

### ***Karakteristik Umum Responden***

Sebagai penelitian tentang perilaku filantropi warga Muhammadiyah serta potensi filantropi Muhammadiyah secara umum, penelitian ini, mencoba membaca seobjektif mungkin dengan memberikan kategorisasi terhadap warga Muhammadiyah yang menjadi responden, yaitu:

1. Warga Muhammadiyah Muhammadiyah yang memiliki NBM (Nomor Baku Muhammadiyah)
2. Warga Muhammadiyah dengan latar belakang pekerjaan sebagai:
  - Birokrat yaitu warga yang bekerja pada pemerintahan (PNS, Anggota DPR, dll);
  - Swasta/Pengusaha, yaitu warga yang bekerja pada sektor swasta ataupun yang berwirausaha;
  - Swasta AUM, yaitu warga yang bekerja pada Amal Usaha Muhammadiyah (Sekolah, RS, PTM, dll);
  - Pensiunan, yaitu warga yang sudah pensiun dari perkerjaannya (Pensiunan TNI/Polri/, Guru, PNS, dll.).
3. Pimpinan Muhammadiyah (PDM/PWM): pimpinan/ketua/sekretaris/pengurus harian majelis/lembaga.
4. Pimpinan Amal Usaha Muhammadiyah, yaitu pengurus Badan Pelaksana Harian (BPH)/direktur/rektor/ketua PTM, klinik, rumah sakit, panti asuhan, dan sekolah.
5. Pengurus harian Lazismu

Dengan demikian, data-data yang diperoleh dapat merepresentasikan karakteristik warga Muhammadiyah secara umum maupun lembaga-lembaga Muhammadiyah yang menjadi sample penelitian ini.

## Bab 2

### Persepsi Umum Warga Muhammadiyah tentang Praktik Filantropi

#### A. Deskripsi Umum

Bagian ini menggambarkan persepsi umum warga Muhammadiyah tentang praktik filantropi (kedermawanan) Islam. Yang dimaksud dengan persepsi di sini mencakup pandangan, sikap dan pilihan-pilihan yang diambil oleh warga Muhammadiyah terkait dengan cara mereka mendefinisikan konsep berderma, motif berderma, pilihan lembaga yang menjadi tempat berderma, serta kemampuan berderma warga Muhammadiyah secara umum. Data yang digunakan merupakan gabungan dari keseluruhan responden penelitian ini, baik yang termasuk dalam kategori warga Muhammadiyah (yang memiliki NBM), pimpinan Muhammadiyah di tingkat PDM/PWM, pimpinan dari pelbagai jenis Amal Usaha Muhammadiyah, serta pengurus Lazismu.

#### B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil sampel di 11 kota di Indonesia, dengan jumlah reponden yang berbeda-beda satu sama lain bergantung kepada ketersediaan jumlah Amal usaha Muhammadiyah yang berada di kota tersebut. Meski demikian, prosentase jumlah responden di masing-masing kota tidak terlalu berbeda antara satu kota dengan kota yang lain.

Table 1.1

No	Kota	Valid Percent (%)
1	Pekanbaru	9,3
2	Padang	10,8
3	Jakarta	7,2
4	Bandung	9,0
5	Surakarta (Solo)	9,3
6	Yogyakarta	10,2
7	Surabaya	8,7
8	Mataram	8,1
9	Makasar	8,4
10	Balikpapan	9,3
11	Pontianak	9,9
Total		100

### C. Profil Umum Responden

Table 1.2a

KATEGORI	%
<b>Gender</b>	
Laki-laki	79
Perempuan	21
<b>Usia</b>	
Dibawah 21 Tahun	0,6
21 – 25 tahun	2,4
26 – 35 tahun	13,2
36 – 45 tahun	22,8
45 – 55 tahun	30,2
Di atas 55 tahun	30,8
<b>Pendidikan</b>	
SMP/Sederajat	0,3
SMA/Sederajat	11,4
Diploma	7,2
Sarjana	44,6
Magister	32,9
Doktor	3,6
<b>Status/Jenis Pekerjaan</b>	
Mahasiswa	1,5
Wirausaha	11,7
Pensiunan	19,5
Pegawai Swasta	36,5
Ibu Rumah Tangga	0,3
Professional	5,7
PNS	24,6
Lainnya	0,3

#### ***Jenis Kelamin***

Responden dalam penelitian ini mayoritas laki-laki (79 %), sementara sisanya adalah perempuan (21 %). Meskipun penelitian ini tidak membedakan gender secara khusus dari responden, namun karena Muhammadiyah memiliki organisasi otonom bagi perempuan, yaitu Aisyiyah dan Nasyiatul Aisyiyah, maka dapat dipahami apabila jumlah perempuan yang menjadi responden lebih sedikit, khususnya untuk kategori warga Muhammadiyah dan pimpinan AUM. Sementara untuk responden dari unsur pengurus PDM secara keseluruhan adalah laki-laki.

#### ***Usia***

Penyebaran secara usia merata meskipun mayoritas responden berusia di atas 46 tahun, yang terdiri dari 30,2 %, sementara yang berusia 46 – 55 tahun dan diatas 55 tahun terdapat 30,8 %.

Hal ini menunjukkan bahwa responden memahami dan mengetahui organisasi Muhammadiyah sejak lama, dan dilihat dari usianya mereka termasuk kedalam kategori orang-orang yang secara ekonomi sudah 'mapan' dan memiliki pekerjaan atau penghasilan secara konstan dalam waktu yang lama.

### ***Pendidikan***

Profil Responden berpendidikan tinggi mencapai 94 %, yang terdiri dari sarjana 41 %, magister 41 % dan doktor 12 %. Dengan latar belakang pendidikan tinggi tersebut mencerminkan kualitas jawaban responden dan kemampuan responden dalam memahami Muhammadiyah sebagai organisasi Islam serta sudah memahami konsep zakat, infak dan sedekah secara umum.

### ***Pekerjaan***

Jenis pekerjaan responden bermacam-macam, namun yang cukup dominan dalam penelitian ini adalah pegawai swasta, diikuti oleh pegawai negeri sipil dan pensiunan. Pegawai swasta yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagian diantaranya bekerja di dalam amal usaha Muhammadiyah, baik sebagai guru maupun dosen. Jenis pekerjaan ini juga akan merefleksikan jumlah penghasilan dan kemampuan menabung dari warga Muhammadiyah.

### ***Penghasilan dan Kemampuan menabung***

Muhammadiyah sering dilihat sebagai organisasinya kelas menengah Muslim di Indonesia, yaitu mereka yang memiliki penghasilan di atas UMK dan termasuk dalam kategori sejahtera dan karena itu termasuk dalam kategori orang yang terkena kewajiban berzakat (muzakki). Profil pendapatan warga Muhammadiyah sebagai kelas menengah Muslim memang sangat beragam, namun mayoritas atau sekitar 52,1 % responden berpenghasilan antara 3-6 juta rupiah dan hal ini jauh diatas rata rata UMK di Indonesia. Hal ini merefleksikan jenis pekerjaan warga Muhammadiyah yang pada umumnya adalah pegawai, termasuk PNS, Guru dan Dosen. Hanya 3 % dari responden yang mengaku berpenghasilan di atas 10 juta perbulan yang diwakili para wiraswastawan dan birokrat serta professional. Meski demikian, masih terdapat 30 % warga yang berpenghasilan kurang dari 3 juta perbulan.

Kemampuan menabung sebetulnya merefleksikan tingkat ekonomi seseorang dan kemampuan dalam menyisihkan penghasilan baik untuk keperluan masa depan maupun untuk keperluan darurat oleh satu keluarga. Prosentasi responden yang bisa menyisihkan dana untuk menabung dalam jumlah di bawah 10 % dari penghasilan mereka mencapai 55,6 %. Artinya mayoritas warga menyisihkan kurang dari 10% penghasilannya perbulan. Sebagian lain bisa menyisihkan sekitar 11-25 %, bahkan ada yang mendapai sekitar 71 % dari penghasilan. Hal ini cukup konsisten dilihat dari profil penghasilan warga Muhammadiyah serta ukuran pengeluaran harian per keluarga di kalangan kelas menengah (lihat table 1.2b)

**Tabel 1.2b**

<b>Penghasilan Perbulan (Rp)</b>	
Kurang dari 3 juta	30,8
3. – 6 juta	52,1
6 – 12 juta	14,1
12 – 15 juta	1,2
Di atas 15 juta	1,8
<b>Prosentase Tabungan dari Penghasilan/Bulan</b>	
Kurang dari 10 %	56,6
11-25 %	27,8
26-40 %	11,4
41-55%	3,0
56-70%	0,6
71-85%	0,6

***Kepemilikan Rekening Bank***

Kepemilikan rekening bank menjadi salah satu indikator yang menunjukkan adanya penghasilan dari seseorang, khususnya di kalangan kelas menengah. Kepemilikan rekening juga menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang cukup tentang lembaga keuangan, khususnya terkait dengan kehadiran lembaga-lembaga keuangan syariah. Profile kepemilikan rekening bank dari warga Muhammadiyah menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan warga Muhammadiyah untuk menggunakan dua bank sekaligus, yaitu bank konvensional dan bank syariah, dan jumlah warga Muhammadiyah yang hanya menggunakan bank konvensional saja tanpa memiliki rekening bank syariah cukup tinggi, yaitu 34,1 % (lihat Table 1.2c)

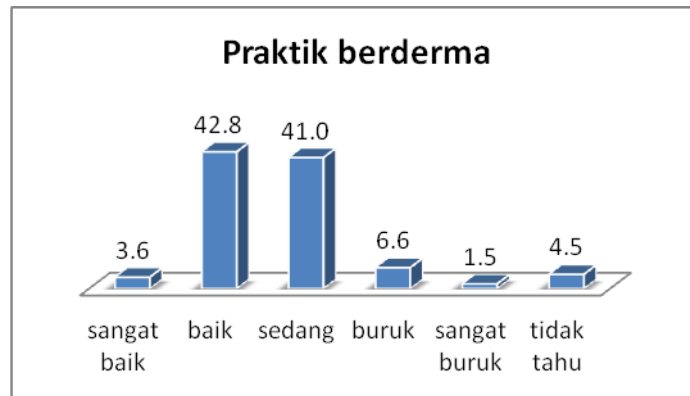
**Table 1.2c**

<b>Kepemilikan Bank Rekening</b>	
Bank Konvensional	34,1
Bank Syariah	26,6
Koperasi/BMT	0,9
Tidak punya Rekening	5,4
Bank Konvensional dan Bank Syariah	27,5
Bank Konvensional dan Koperasi/BMT	2,1
Bank Syariah dan Koperasi/BMT	0,9
Bank Konvensional, Bank Syariah dan Koperasi	2,4

**D. Persepsi Tentang Berderma dan Kedermawanan*****Praktik berderma***

Mayoritas responden menganggap praktik berderma di Indonesia sudah baik, yaitu sebanyak sekitar 42,8 %, dan bahkan terdapat yang menganggap tradisi filantropi di Indonesia sangat baik 3,6 %. Meskipun demikian, terdapat responden yang masih menganggap praktik berderma masih buruk atau sangat buruk sebesar 8,1 % (lihat Table 1.3).

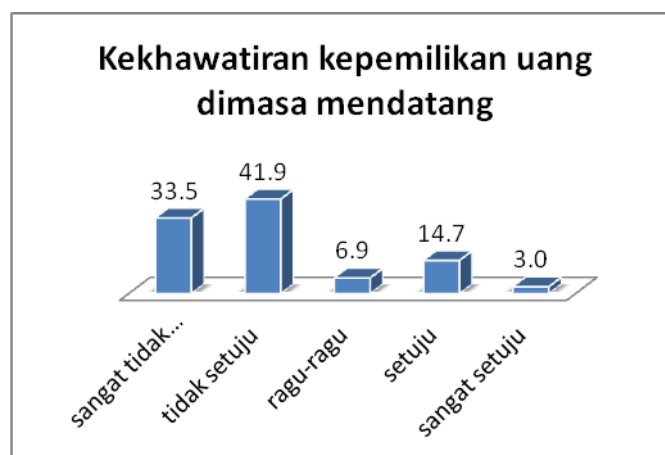
**Table 1.3**



### ***Kepemilikan Harta***

Mayoritas responden adalah orang yang sangat optimis dan yakin bahwa hari esok pasti lebih baik. Mereka yakin bahwa rezeki itu berada di tangan Allah Swt. Oleh karena itu, mayoritas responden tidak khawatir masa depan yang tidak baik. Pandangan tentang harta atau rezeki ini merupakan aspek intrinsik dari kepribadian seseorang dalam membangun dan mengembangkan tradisi filantropi (lihat Table 1.4)

**Table 1.4**

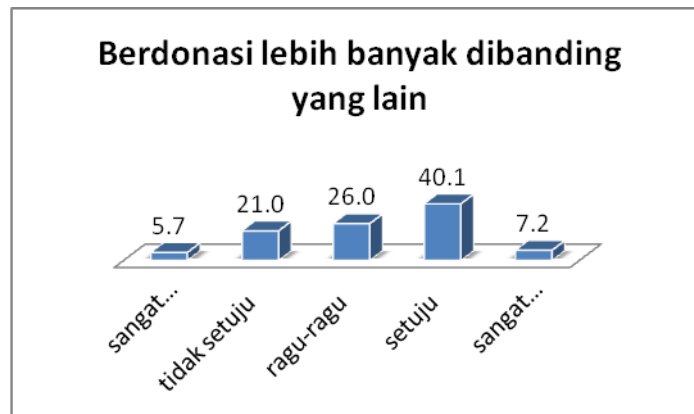


### ***Faktor yang Mempengaruhi Semangat Berderma***

Rata rata responden berkeinginan untuk berlomba-lomba dalam kebajikan (*fastabiqul khoirot*), khususnya dalam meningkatkan jumlah donasi agar lebih banyak di banding yang lain (meskipun

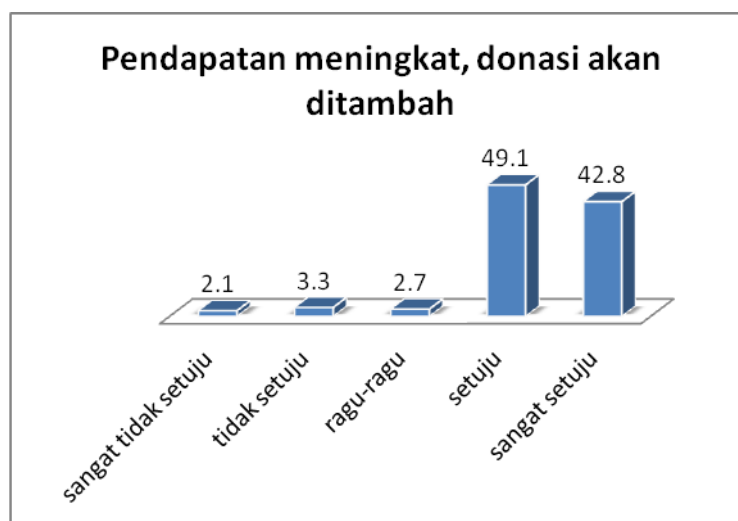
ada yang menjawab ragu ragu sebesar 26 % (lihat Table 1.5a). Hal ini menunjukkan bahwa warga Muhammadiyah memiliki semangat untuk berkontribusi dalam kegiatan sosial. Hal ini bisa dilihat dari semangat pengurus Muhammadiyah dalam membangun amal-amal usaha dibidang pendidikan, kesehatan dan sosial yang kian terus berkembang. Dalam praktiknya, proses pengembangan amal usaha Muhammadiyah membutuhkan kontribusi financial, kontribusi waktu dan ilmu dari warga.

**Table 1.5a**



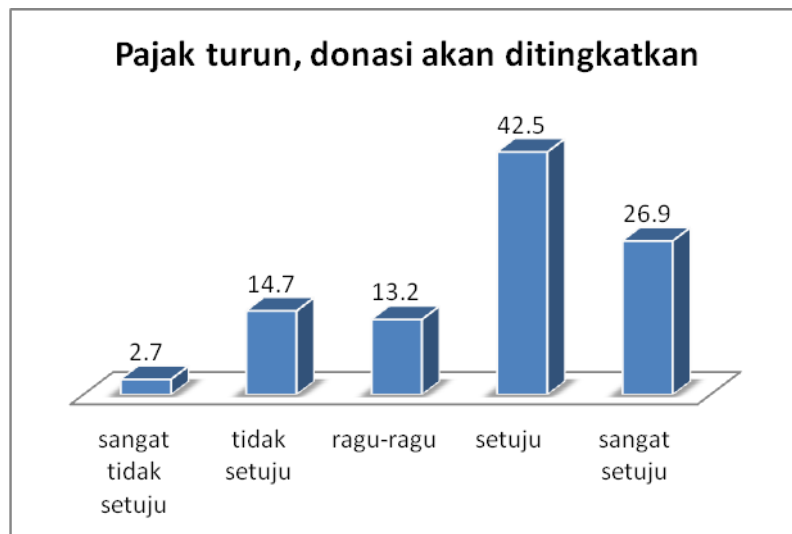
Jumlah pendapatan mayoritas responden cukup merata, yaitu berkisar antara 3-6 juta. Terdapat hubungan yang positif jika pendapatan meningkat maka akan meningkatkan donasi. Artinya ketika gaji/pendapatan responden naik akan meningkatkan donasi mereka. Bila dilihat dari tabel dibawah ini (Table 1.5b), maka fokus utama yang menjadi agenda ke depan dalam meningkatkan gerakan filantropi sebenarnya adalah bagaimana meningkatkan pendapatan dan tarap kehidupan ekonomi masyarakat secara umum, dan warga Muhammadiyah, secara khusus.

**Table 1.5b**



Perilaku berderma atau membayar zakat juga terkait dengan dengan permasalahan pajak. Di Indonesia, pembayaran pajak dan zakat adalah persoalan yang terus menjadi bahan diskusi dari tahun ketahun, apakah orang yang sudah membayar pajak tidak berlu lagi berzakat ataukah kedua-duanya harus dibayarkan. Selain itu, di kalangan publik atau masyarakat umum, gagasan tentang zakat dapat mengurangi pajak masih dikampanyekan sebagian kalangan Muslim di Indonesia dalam beberapa tahun terkahir ini. Mayoritas responden mengatakan setuju jika pemerintah menurunkan pajak, dan mereka akan dapat meningkatkan donasi. Hal ini juga berlaku sebaliknya (lihat Table 1.6).

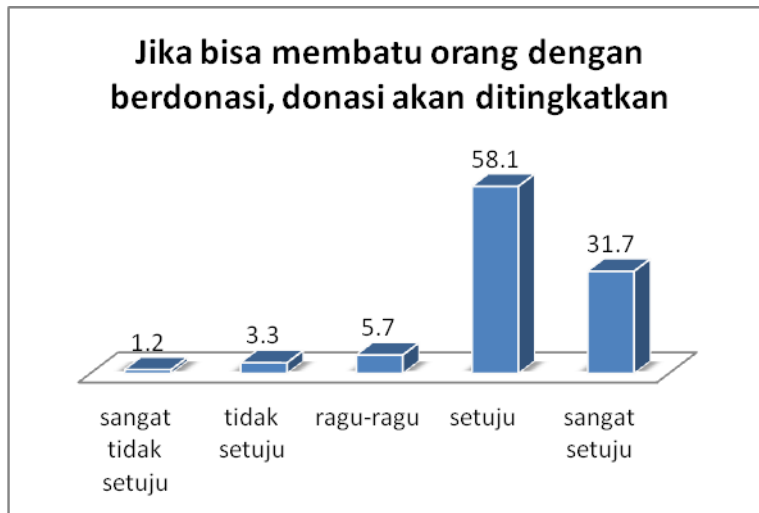
**Table 1.6**



Mayoritas responden berpendapat bahwa bila zakat dapat membantu orang lain (lingkungan sekitar), maka donasinya akan ditingkatkan. Dalam konteks ini, keseriusan lembaga amil zakat dalam menyalurkan dana-dana sosial untuk kepentingan masyarakat menjadi salah satu ukuran bagi warga untuk berdonasi ke lembaga tersebut. Hal ini juga mengandung arti bahwa pengelolaan ZIS harus transparansi baik dari sisi pengelolaan, distribusi dan pelaporannya (lihat Table 1.7)

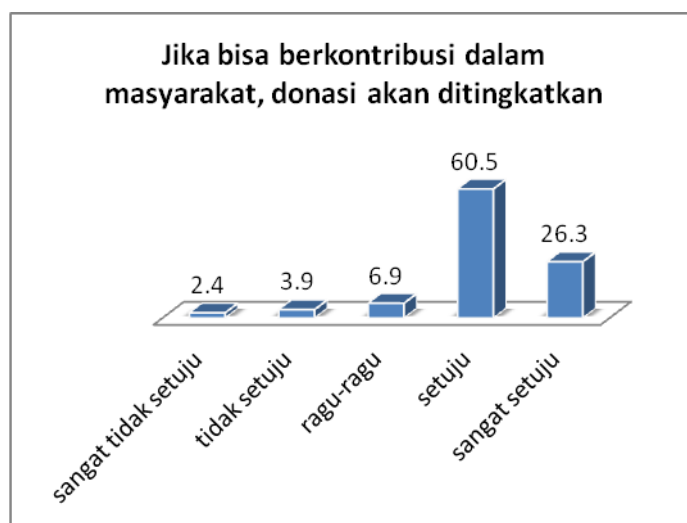


**Table 1.7**



Mayoritas responden berpendapat bahwa jika zakat, infak dan sedekah betul betul dapat dimanfaatkan untuk membangun masyarakat, maka mereka akan meningkatkan donasinya. Sekali lagi, ini menunjukkan pentingnya transparansi dan akuntabel dalam pengelolaan ZIS, baik yang terkait tentang tranparansi data siapa yang membayar (muzaki), jenis-jenis program apa saja yang sudah dan akan dilaksanakan, dan siapa yang penerima manfaatnya untuk diketahui publik (lihat Table 1.8)

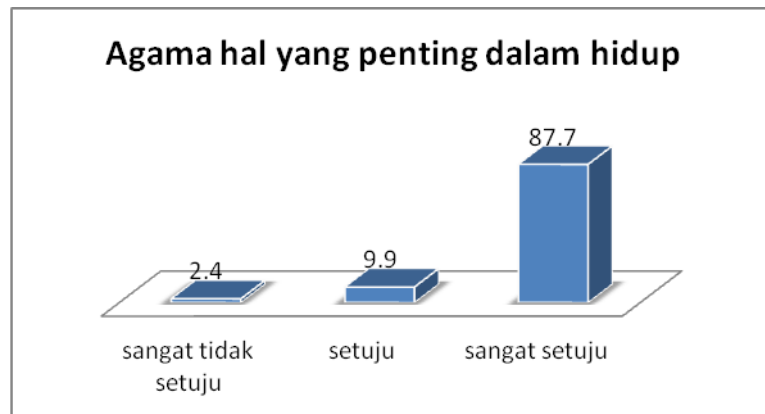
**Table 1.8**



**Faktor Agama dan Kepuasan Batin**

Mayoritas responden menganggap bahwa agama adalah sangat penting dalam kehidupan. Dalam kehidupan sehari-hari, warga Muhammadiyah selalu mempertimbangkan aspek keagamaan. Namun sekitar 2,4 % responden berpendapat bahwa agama bukan faktor yang sangat penting dalam berkehidupan di dunia ini karena mereka lebih melihat aspek lain dari kehidupan di luar agama yang mempengaruhi sikap mereka dalam berderma (lihat Table 1.9)

**Table 1.9**



Mereka yakin bahwa dengan melakukan program berderma akan mendapatkan kepuasan batin. Bila kepuasan batin sudah terpenuhi maka mereka akan meningkatkan jumlah donasinya. Dengan demikian, hal ini mengisyaratkan bahwa tradisi berderma umumnya masih terbentuk oleh subjektivitas psikologis dari para dermawan, khususnya terkait dengan kepuasan batin.

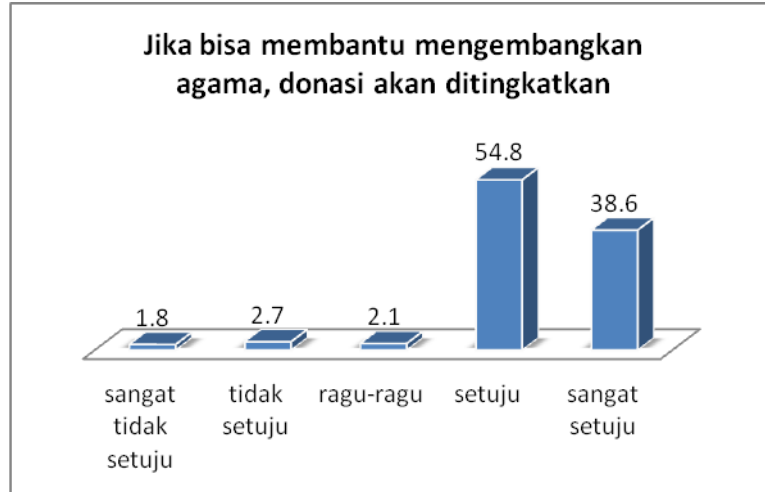
**Table 1.10**



Mayoritas responden melihat bahwa kedermawanan merupakan bagian penting dari agama dan mereka setuju bahwa donasi yang mereka berikan digunakan untuk kepentingan keagamaan.

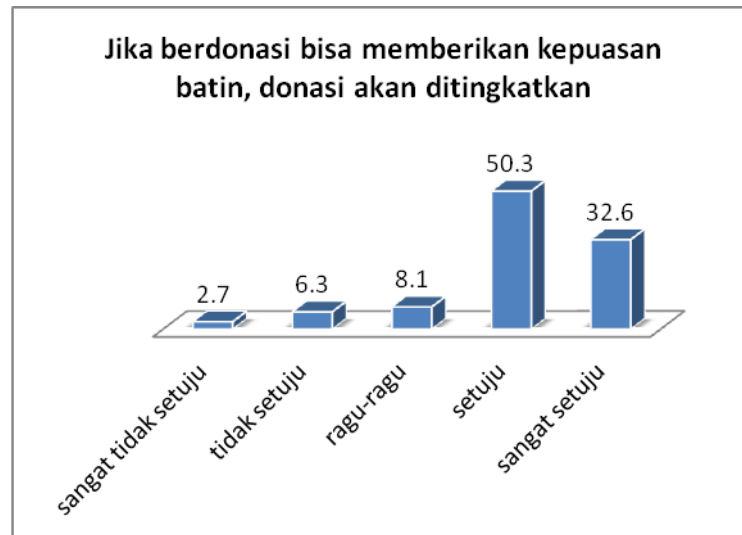
Apabila donasinya digunakan untuk meningkatkan kegiatan agama, maka donasinya akan ditingkatkan. Meski demikian terdapat juga yang tidak setuju dengan pandangan ini (lihat Table 1.11)

**Table 1.11**



Mayoritas responden masih mengukur kepuasan individu dalam berderma, hal ini terkait dengan tingkat kepercayaan pengelolaan lembaga filantropi (lihat Table 1.12). Hal ini mengkonfirmasi data sebelumnya tentang kepuasan batin yang bisa meningkatkan jumlah donasi mereka.

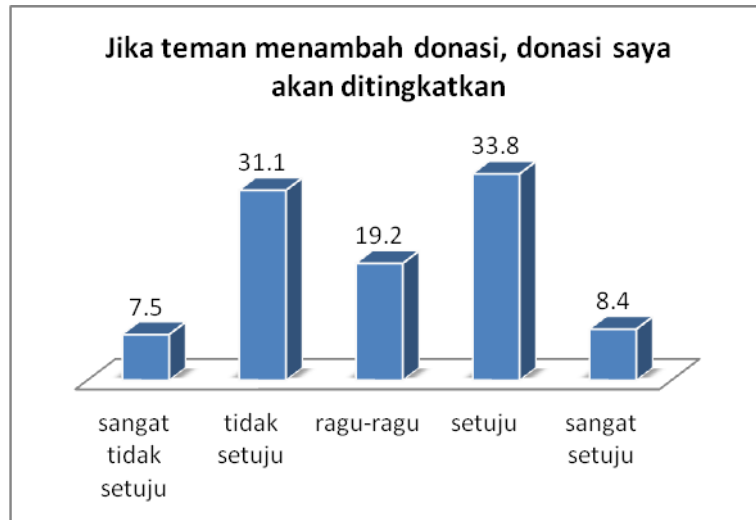
**Table 1.12**



Mayoritas responden menyatakan bahwa keputusan berzakat mereka adalah keputusan pribadi /individu tidak terpengaruh orang lain/teman. Hal ini menunjukkan kualitas pemahaman warga Muhammadiyah tentang zakat cukup baik. Hal ini terlihat dari jumlah yang tidak setuju cukup

banyak. Artinya, banyak responden yang dalam melaksanakan zakat, tidak melihat dipengaruhi oleh orang lain. (lihat Table 1.13)

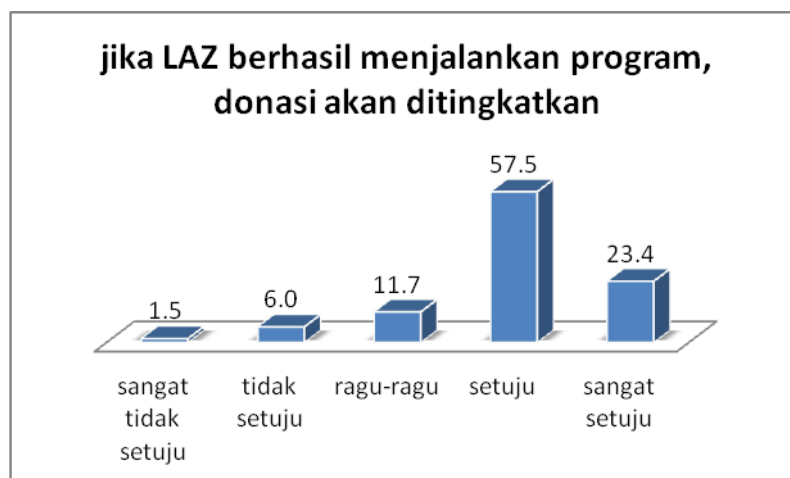
**Table 1.13**



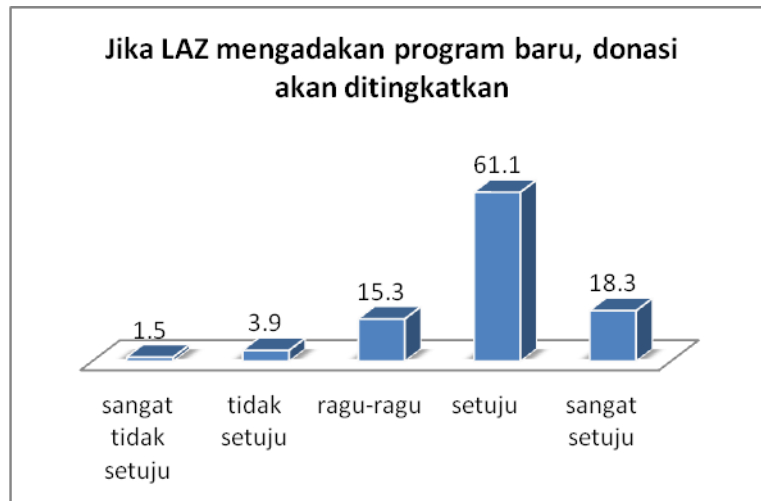
***Inovasi LAZ***

Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh lembaga amil zakat, infak dan sedekah mempengaruhi persepsi dan perilaku para dermawan dalam mengambil tindakan untuk berdonasi. Oleh karena itu, komunikasi publik oleh lembaga amil dengan publik perlu dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan (lihat Table 1.14a). Selain itu inovasi program sangat penting dilakukan oleh lembaga filantropi Islam, terutama dalam pembuatan program baru yang memberikan solusi pada masalah-masalah yang dihadapi masyarakat (lihat Table 1.14b)

**Table 1.14a**



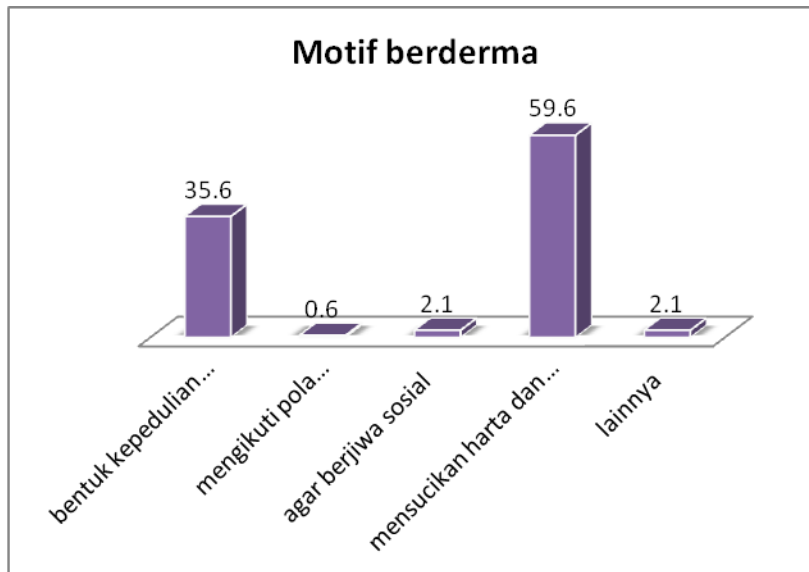
**Table 1.14b**



**E. Motif Berderma: Individualistik atau Sosial**

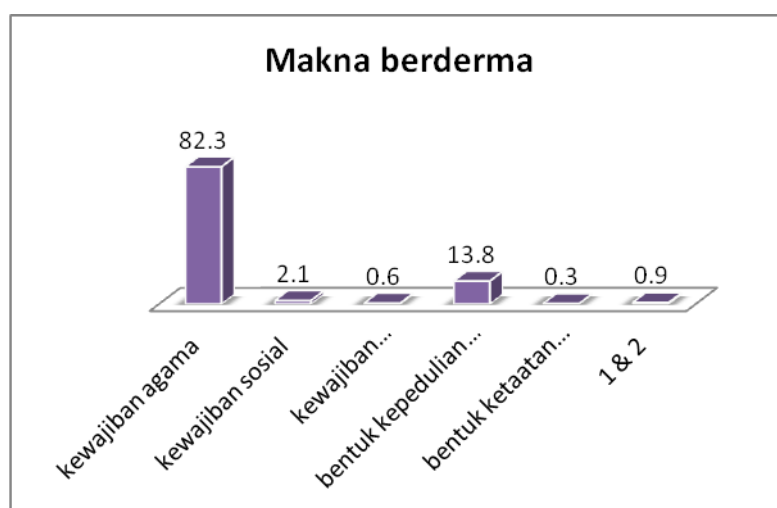
Motivasi masyarakat dalam menentukan keputusan berderma juga sangat beragam. Ada yang dilatarbelakangi oleh kepedulian sosial, rasa solidaritas, dan spiritualitas atau keagamaan. Mayoritas responden yang menyatakan bahwa berderma karena alasan agama, hal ini bisa dilihat dari pemahaman mereka bahwa (sekitar 60 %) yang menjawab bahwa motif berderma adalah untuk “mensucikan jiwa”. Hal ini juga menunjukkan bahwa pandangan agama yang masih dominan, dan artinya sikap yang lebih “individualistik” lebih dominan dalam persepsi responden, dan bukan karena persoalan kepedulian masyarakat (lihat Table 1.15)

**Table 1.15**



Sikap di atas selaras dengan pernyataan mayoritas responden (82,3 %) yang menganggap bahwa berderma adalah adalah kewajiban/perintah dari Tuhan/Agama, daripada kepedulian sosial (lihat Table 1.16). Artinya berderma sebagai sebuah sikap kepedulian atau solidaritas sosial masih sangat kental di kalangan warga Muhammadiyah. Sikap seperti ini akan menentukan keputusan mereka saat menyumbangkan hartanya untuk kepentingan proyek-proyek sosial yang terkait dengan kepentingan umum yang non keagamaan. Prediksinya, jumlah sumbangan mereka untuk kepentingan umum/sosial non keagamaan akan sangat kecil dibanding kegiatan keagamaan.

**Tabel 1.16**

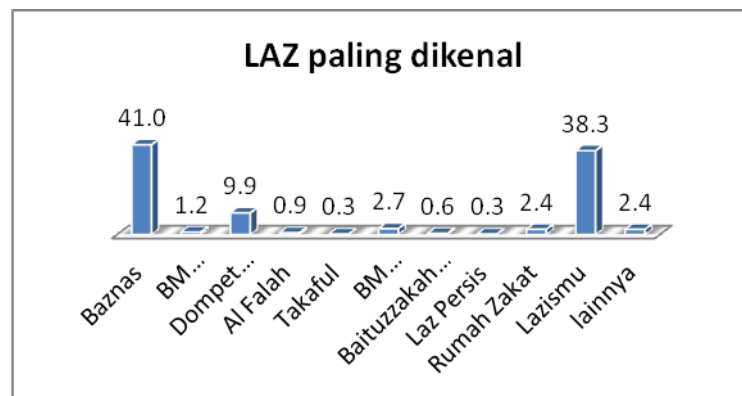


#### **F. Pandangan Warga tentang Lembaga Amil Zakat**

***Laz yang dikenal Warga Muhammadiyah***

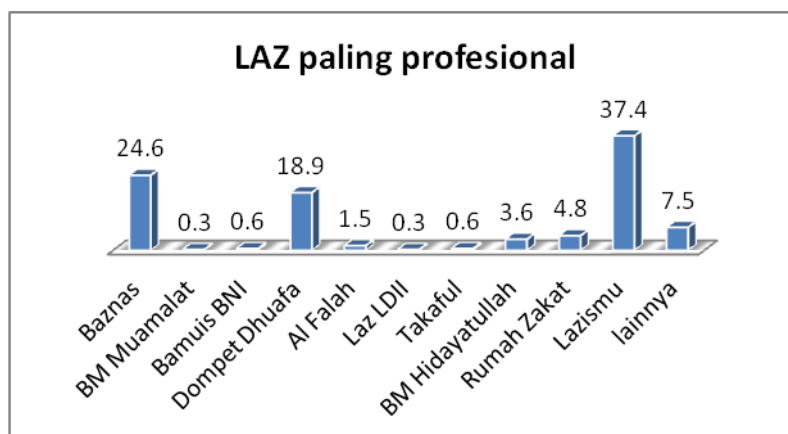
Temuan yang menarik dari penelitian ini adalah bahwa cukup banyak responden yang menyatakan bahwa mereka tidak mengenal Lazismu dengan baik. Hal ini bisa dilihat bahwa sekitar 38,3 % responden sudah mengenal lazismu dan sebagian besar sisanya tidak mengenal dan lebih mengenal dari lembaga lain. Lembaga yang paling banyak dikenal responden adalah Baznas (lihat Table 1.20)

**Table 1.17a**



Pengakuan responden dan sikap subjektifnya terhadap Lazismu sesuai dengan table di atas, bahwa terdapat 38,3 persen yang mengenal lazismu dan mengatakan bahwa lembaga ini lebih profesional (37,4 %). Artinya kepercayaan respondendn terhadap Lazismu lebih besar daripada terhadap LAZ lainnya (lihat Table 1.17b)

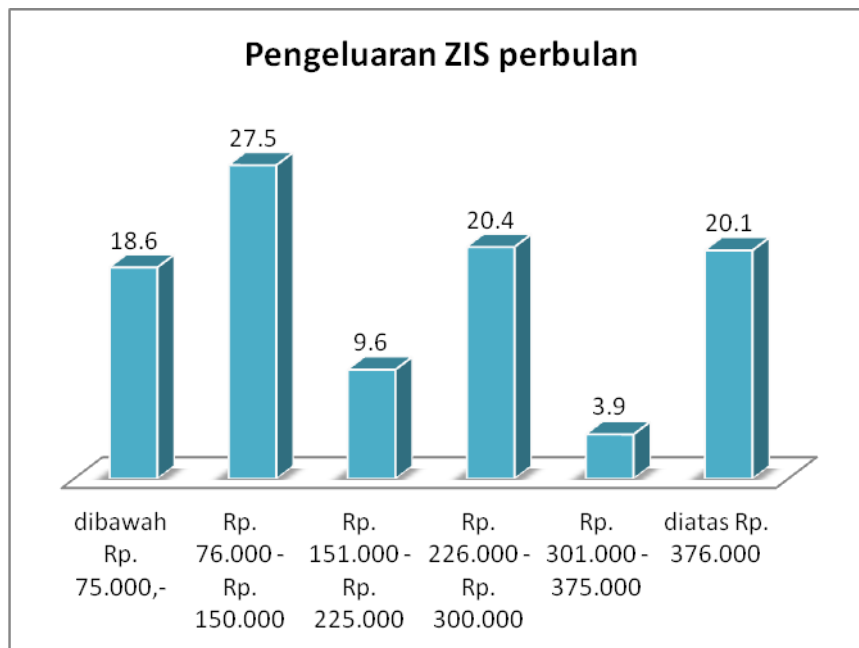
**Table 1.17b**



***Pengeluaran ZIS dalam Sebulan***

Perilaku umum berderma dari warga Muhammadiyah ini menunjukkan bahwa mayoritas pengeluaran zakat, infak dan sedekah sebanding dengan tingkat pendapatan mereka dan berada pada di kisaran 2,5 % dari pendapatan (lihat Table 1.18)

**Table 1.18**



Penelitian ini juga menemukan bahwa pendapatan yang tinggi ternyata juga tidak menjamin berdermanya juga tinggi dan begitu juga sebaliknya bahwa yang berpendapatan rendah nominal berdermanya ada yang diatas 10 % dari total pendapatannya.





## **Bab 3**

### **Perilaku dan Potensi Filantropi Warga Muhammadiyah**

#### **Deskripsi Umum**

Bagian ini memberikan gambaran yang lebih spesifik tentang perilaku berderma warga Muhammadiyah, khususnya mereka yang tidak berada dalam posisi struktural atau setidaknya tidak sedang mewakili posisi struktural di dalam Muhammadiyah ketika diwawancarai. Bagian ini tidak lagi secara umum mendeskripsikan tentang profil warga, karena hal itu sudah tergambarkan di dalam bagian sebelumnya, terkecuali ada hal-hal spesifik yang perlu diungkapkan. Bagian ini melihat pada persepsi dan perilaku berderma warga Muhammadiyah dalam kaitannya dengan lembaga amil zakat yang dimiliki oleh Muhammadiyah, yaitu Lazismu. Pertanyaan besar yang ingin dijawab dengan bada bagian ini adalah seberapa besar kontribusi langsung warga Muhammadiyah terhadap perkembangan Lazismu, dan aspek-aspek apa saja yang mempengaruhi mereka dalam menentukan pilihan penyaluran donasi mereka.

#### **Pengetahuan warga tentang Zakat, Infak Sedekah**

Warga Muhammadiyah yang menjadi reponden dalam penelian ini memiliki pengetahuan yang baik tentang makna zakat, infak dan sedekah serta pelaksanaannya. Profil warga mayoritas adalah sarjana dan memiliki aktivitas dalam organisasi Muhammadiyah. Keputusan mereka untuk berderma atau dalam menyalurkan donasi sudah tidak ditentukan oleh orang lain, melainkan karena kesadaran diri sendiri (77,3 %). Mereka tidak lagi merasa perlu diajak lagi oleh orang lain untuk berderma.

#### **Penyaluran Donasi Warga Muhammadiyah**

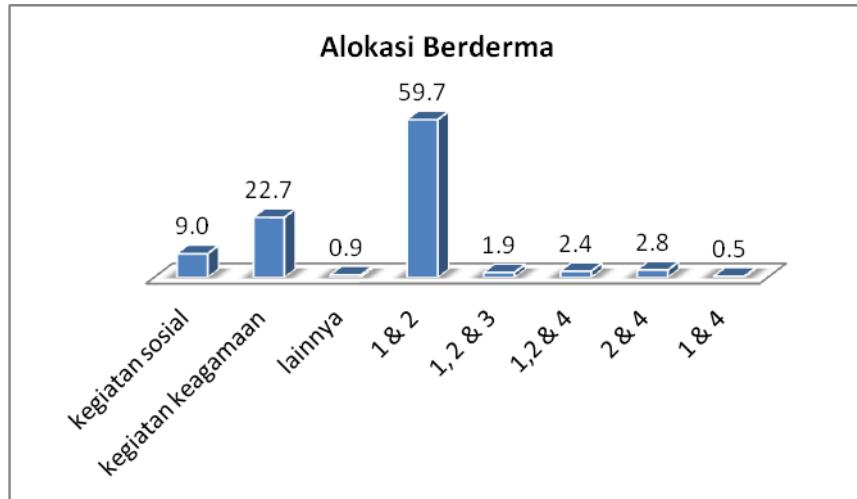
Dibangun dalam tradisi organisasi Muhammadiyah, sekitar 50% warga menyatakan bahwa penyaluran donasi mereka dilakukan secara bersamaan untuk kegiatan sosial dan kegiatan keagamaan. Mereka tidak menyalurkan dana untuk kepentingan keagamaan saja atau untuk kepentingan sosial semata, tetapi sekaligus sosial-keagamaan. Dalam konteks ini, terdapat dua makna yang bisa diinterpretasikan, yaitu:

Pertama, bagi warga Muhamamdiyah kegiatan sosial adalah bagian dari kegiatan keagamaan, dan begitu juga sebaliknya. Sehingga kepedulian sosial mereka diekspresikan dengan melalui bantuan ke organisasi keagamaan. Sebaliknya, ekspresi keagamaan mereka diwujudkan dalam pelbagai bentuk kegaitan-kegatain sosial.

Kedua, warga Muhammadiyah bisa jadi terlibat atau berkontribusi dalam dua kegiatan yang berbeda, yaitu kegiatan sosial murni dan juga kegiatan keagamaan murni. Artinya, kegiatan sosial

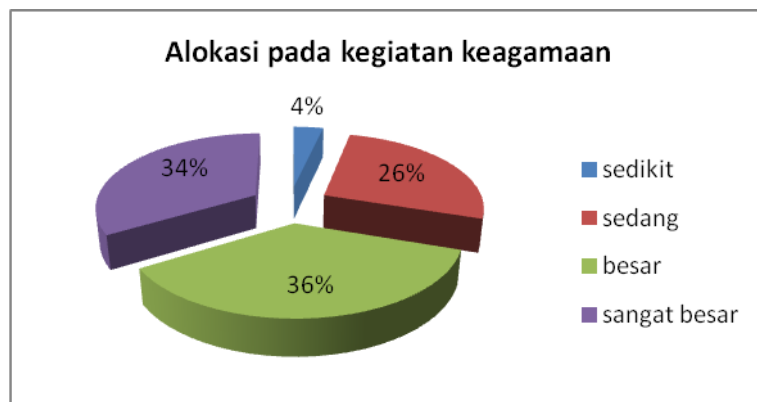
dan kegiatan keagamaan berada dalam posisi yang terpisah, namun dilakukan warga Muhammadiyah, dan karena itu mereka dapat berkontribusi pada dua bentuk kegiatan ini (lihat table 2.1).

**Tabel 2.1**



Untuk kegiatan sosial, warga muhammadiyah mengalokasikan dana yang cukup banyak yaitu dengan presentase 51 %, sementara mereka yang mengalokasikan besar sebanyak 32 % dan 11 % untuk sangat besar. Sementara itu, untuk kegiatan keagamaan, alokasi dana dari warga lebih besar dibanding dengan alokasi untuk kegiatan sosial (lihat table 2.2). Hal ini tercermin dari sekitar 70% warga mengalokasikan dana yang besar dan sangat besar untuk kegiatan keagamaan.

**Tabel 2.2**



Satu yang menarik dari kalangan kontribusi atau donasi warga Muhammadiyah terhadap partai politik jumlahnya hanya sedikit, yaitu hanya mencapai 4 % saja. Hal ini menunjukkan dua kemungkinan: Pertama, partisipasi warga Muhammadiyah dalam politik praktis atau memberikan dukungan secara langsung terhadap partai politik sangat rendah. Hal ini terlihat dari keterlibatan

warga Muhammadiyah dalam partai politik secara langsung yang tidak terlalu besar. Kedua, mayoritas warga Muhammadiyah memiliki kesamaan sikap dalam menjaga jarak dan menjaga kedekatan dengan partai politik karena Muhammadiyah tidak memiliki afiliasi langsung terhadap salah satu partai politik yang ada di Indonesia.

### Jumlah Donasi

Mayoritas warga mengeluarkan sedekah sebesar 76 – 150 ribu perbulan yaitu sebanyak 28,4%. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat mengeluarkan donasi sebesar 2,5% dari penghasilan mereka, namun masih cukup banyak juga warga yang mengeluarkan sedekah kurang dari 2,5% dari penghasilan mereka perbulan (lihat table 2.3). Untuk itu, perlu edukasi dan proses mobilisasi yang dilakukan oleh lembaga pengelola dana filantropi Muhammadiyah maupun oleh pimpinan Muhammadiyah.

**Table 2.3**

<b>Pengeluaran Sedekah Per Bulan (Rp_</b>	<b>%</b>
Dibawah 75.000	25.1
75.000 – 150.000	28.4
151.000 -225.000	8.5
226.000 – 300.000	18.0
301.000 – 375.000	3.3
Di atas 376.000	16.6

### Warga Muhammadiyah dan Lembaga Amil Zakat

Dalam menyalurkan donasinya, warga muhammadiyah cenderung menyalurkan terhadap lembaga zakat, infak dan sedekah yang bernaung pada organisasi/yayasan dengan presentase sebesar 39,8%. Sementara itu 27,5 % warga menyalurkan pada sebuah lembaga yang mereka menjadi anggota di dalamnya. Dengan demikian, kesadaran warga Muhammadiyah tentang keberadaan dan fungsi organisasi filantropi Islam masih kuat, meskipun mereka tidak secara spesifik selalu merujuk kepada Lazismu ketika berbicara tentang lembaga atau yayasan tempat mereka menyalurkan dananya.

**Tabel 2.4**

<b>Lembaga untuk menyalurkan ZIS</b>	<b>%</b>
Lembaga yang saya menjadi anggota	27.5
Lembaga pendidikan dimana anak terdaftar sebagai siswa	3.8
Lembaga yang proaktif mendatangi kami	11.4
Lembaga yang bernaung di bawah negara	6.6
Lembaga zakat yang bernaung di bawah organisasi/yayasan	38.8
Lainnya	10.9

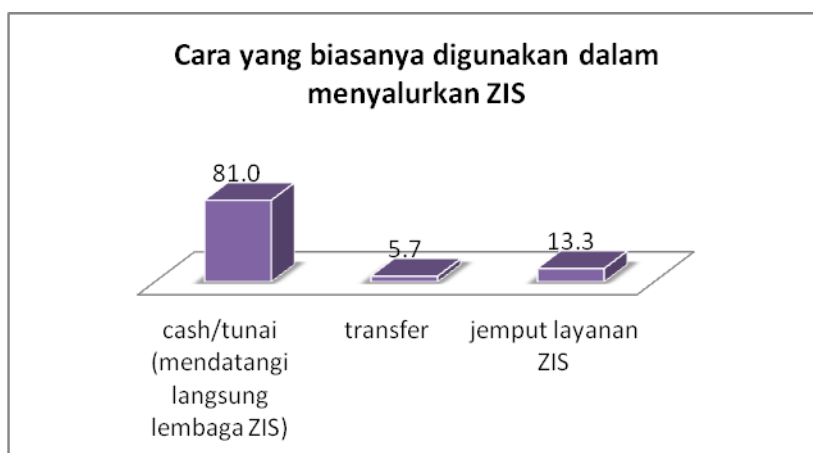
Sekitar 41,2 persen warga muhammadiyah menyalurkan ZIS melalui dua lembaga, hanya sekitar 22,3 persen saja yang melalui hanya kepada satu lembaga saja. Meski demikian, warga yang menyalurkan donasinya langsung kepada mustahiq juga tergolong masih cukup besar yaitu sekitar 30,8%. Selain itu, meskipun warga telah menyalurkan melalui lembaga, namun mereka juga masih menyalurkan secara langsung. Dengan demikian, hal ini selaras dengan latar belakang atau motivasi berderma yang tergambarkan sebelumnya, yaitu tentang “kepuasan batin” dalam praktik berderma. Fakta di atas juga diperkuat dengan fakta lain yang diakui oleh sebagian besar warga Muhammadiyah (82%) bahwa belum terdapat kotak infak dan sedekah di rumah mereka yang diberikan oleh lembaga amil, termasuk Lazismu. Untuk itu, Lazismu dapat memanfaatkan strategi kotak infak di dalam keluarga dalam rangka membangun tradisi berderma di kalangan warga.

Lebih dari 50% warga muhammadiyah percaya terhadap lembaga ZIS karena merupakan milik organisasi yang mereka menjadi anggota didalamnya. Sementara itu hanya sekitar 1,4% warga yang percaya karena kegiatan produktif yang dikelolanya. Dalam konteks ini, hubungan atau afiliasi warga dengan sebuah yayasan/orgnisasi cukup berpengaruh dalam menentukan kemana warga menyalurkan dananya.

**Cara Membayarkan Dana Zakat, Infak dan Sedekah**

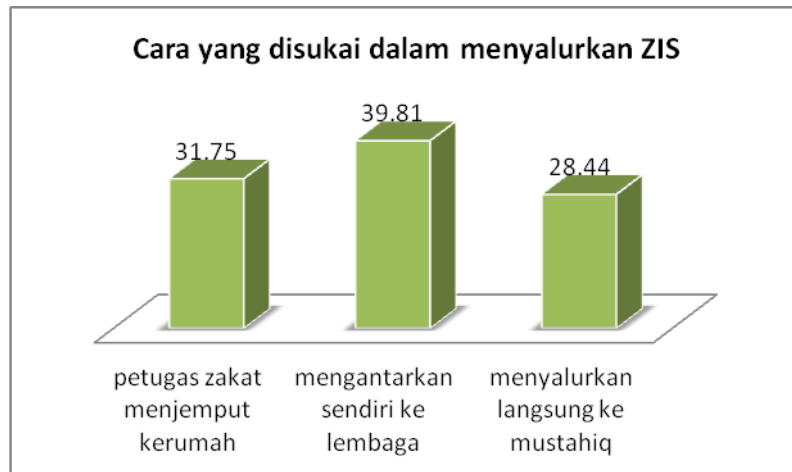
Cara pembayaran zakat, infak dan sedekah merupakan salah satu hal yang menjadi bagian utama dari proses mobilisasi praktik filantropi Islam. Meskipun kebanyakan warga Muhammadiyah sudah memiliki rekening, baik dengan menbung di Bank Dyariah maupun di Bank Konvensional, namun nampaknya pola tradisional masih sangat dominan dalam praktik filantropi mereka khususnya ketika menyalurkan dana zakat, infak dan sedekah. 81% warga muhammadiyah mengaku menyalurkan ZIS dengan cara tunai, sementara itu jemput layanan ZIS dan transfer belum dimanfaatkan oleh warga (lihat Table 2.5). Untuk itu, edukasi dan sosialiasai tentang bentuk-bentuk pembayaran dana zakatm infak dan sedekah perlu dilakukan oleh Lazismu, disertai dengan sistem layanan administrasinya yang lebih professional, seperti konfirmasi penerimaan pembayaran, ucapan terima kasih dan sebagainya.

**Table 2.5**



Pola pembayaran tradisional di atas berbanding lurus dengan kecenderungan mayoritas warga yang lebih suka menyalurkan donasinya dengan mengantarkan sendiri kepada Lembaga Amil Zakat, meski demikian warga yang menyalurkan sendiri kepada muztahiq juga masih tinggi yaitu sekitar 28,44 persen (lihat Table 2.6).

**Table 2.6**

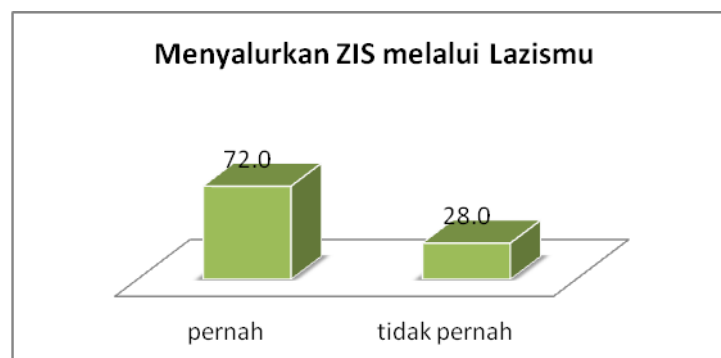


Mayoritas warga muhammadiyah menilai pengelolaan ZIS di wilayahnya sudah baik, hanya sekitar 14,2 % yang menilai belum baik. Penilaian terhadap pengelolaan pengelolaan ZIS tersebut juga diimbangi dengan penilaian yang baik dari aspek transparansi dan profesionalisme lambaga ZIS.

**Warga Muhammadiyah dan Lazismu**

Hubungan warga Muhammadiyah dengan Lazismu dapat dilihat dari interaksi yang telah dialami oleh warga dengan Lazismu, termasuk pengalaman menyalurkan dana kepada Lazismu. Sekitar 72% warga muhamamdiyah pernah menyalurkan ZIS melalui Lazismu, meski demikian masih cukup banyak juga warga yang belum pernah menyalurkan dananya melalui lazismu, yaitu sekitar 28%. Untuk itu, Lazismu perlu memiliki strategi untuk memelihara konsistensi warga yang pernah menyalurkan dana nya kepada Lazismu.

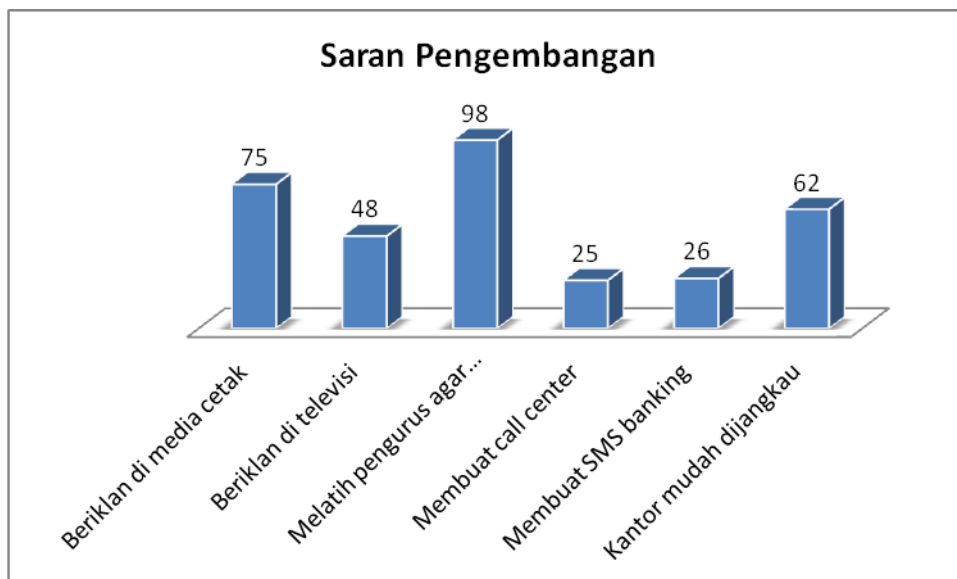
**Table 2.7**



Hal di atas berbanding lurus dengan pandangan lebih dari 50 % warga yang menilai aspek transparansi dan profesionalisme lazismu sudah baik, sedangkan yang menilai masih kurang hanya sekitar 7,2%.

Sekitar 35,8 persen warga menyarankan agar lazismu lebih transparan dan profesional, 34,4 % menyarankan agar lazismu lebih kreatif dalam mengelola program dan kegiatan, 19,9 % menyarankan agar pengurus lazismu lebih aktif menjemput bola, sedangkan 9,9 % menyarankan agar lazismu lebih dikenal oleh warga muh. Aspek-aspek di atas sebagai rekomendasi warga patut menjadi pegangan Lazismu di masa yang akan datang. Selain itu, mayoritas warga menyarankan bahwa diperlukan upaya untuk melatih pengurus agar mempunyai kapasitas lebih baik. Warga yang menjadi responden juga berharap agar lazismu lebih gencar beriklan melalui media cetak maupun elektronik (televisi), serta berharap agar kantor lazismu lebih mudah dijangkau (lihat table 2.8).

**Table 2.8**



### **Pandangan Warga terhadap Lazismud dan Lembaga Amil Zakat Lain**

Popularitas Lazismu di mata warga Muhammadiyah memang tidak merata, ada yang mengenalnya secara baik dan lebih mengenalnya dari pada lembaga lain. Tetapi ada juga warga Muhammadiyah yang lebih mengenal lembaga lain, seperti Baznah dan Dompot Dhuafa, dibanding Lazismu sendiri. Daya menunjukkan bahwa 43% warga muhammadiyah yang lebih mengenal Baznas ternyata mayoritas pernah menyalurkan ZIS melalui Lazismu, sementara itu sekitar 34,1% yang lebih mengenal baznas belum pernah menyalurkan dananya melalui lazismu. Dengan demikian pekerjaan rumah bagi Lazismu secara khusus dan pimpinan Muhammadiyah secara umum cukup besar dalam memperkenalkan Lazismu kepada warga Muhammadiyah dan sekaligus mendorong warga untuk menyalurkan dana mereka melalui Lazismu.

**Table 2.8**

Lembaga	Presentase	Menyalurkan ZIS melalui Lazismu	
		Pernah	Tidak Pernah
Baznas	43.1%	65.90%	34.10%
BM Muamalat	1.9%	75%	25%
Dompot Dhuafa	9.5%	65%	35%
DS Al Falah	1.4%	66.70%	33.30%
BM Hidayatullah	3.3%	85.70%	14.30%
Baituzzaakah		100%	-
Pertamina	0.9%		
Rumah Zakat	3.8%	100%	-
LazisMu	33.2%	80%	20%
Lainnya	2.84%	33.30%	66.7

Tidak berbeda dengan sebelumnya, bahwa mayoritas warga yang menganggap Baznas cukup profesional pernah menyalurkan danannya melalui lazismu. Sementara itu, meskipun menganggap Lazismu cukup profesional tetapi sekitar 20 % warga belum malah belum pernah menyalurkan danannya melalui Lazismu. Dalam konteks ini, terdapat “anomali-anomali” dari perilaku berderma warga Muhammadiyah yang perlu didekati dan dan dimanfaatkan oleh Lazismu.

**Tabel 2.9**

Lembaga	Prosentase	Menyalurkan ZIS ke Lazismu	
		Pernah	Tidak Pernah
Baznas	22.7%	60.40%	39.60%
BM Muamalat	0.5%	100%	-
Bamuis BNI	0.5%	100%	-
Dompot Dhuafa	15.2%	62.50%	37.50%
DS Al Falah	1.4%	100%	-
Laz LDII	0.5%	100%	-
Takaful	0.5%	100%	-
BM Hidayatullah	4.3%	66.70%	33.30%
Rumah Zakat	5.2%	90.90%	9.10%
LazisMu	41.7%	79.50%	20.50%
Lainnya	7.6%	62.50%	37.50%



## **Bab 4**

### **Perilaku dan Potensi Filantropi Amal Usaha Muhammadiyah**

#### **Deskripsi Umum**

Bab ini menggambarkan tentang perilaku dan potensi filantropi amal usaha Muhammadiyah (AUM), yaitu bagaimana amal usaha Muhammadiyah bersinergi dengan Lazismu sebagai lembaga amil zakat nasional milik Muhammadiyah. Sinergi yang dimaksud mencakup intensitas interaksi antara Lazismu dan AUM, dukungan AUM terhadap kerja dan penguatan kinerja Lazismu, serta kebijakan AUM dalam meningkatkan gerakan filantropi Muhammadiyah secara umum. Sumberdata diperoleh dari responden yang terdiri dari pimpinan AUM yang berada di 11 kota yang menjadi lokasi penelitian ini. Tujuan dari survey ini adalah meningkatkan kerjasama antara AUM dan Lazismu dalam bidang filantropi dan kegiatan sosial-kemanusiaan di masa yang akan datang. Responden yang diwawancarai adalah para pimpinan AUM, baik itu sebagai ketua/rektor/direktur/pengurus harian AUM.

#### **Karakteristik AUM**

Istilah Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) atau bisa juga disebut dengan BUMM (Badan Usaha Milik Muhammadiyah) adalah istilah yang digunakan dalam Persyarikatan Muhammadiyah untuk mengidentifikasi lembaga-lembaga usaha milik Muhammadiyah. Sejak awal berdirinya, Muhammadiyah dikenal sebagai organisasi Islam yang mengelola pelbagai amal usaha. Sejauh ini, amal usaha Muhammadiyah telah berkembang di berbagai bidang yaitu bidang pendidikan, kesehatan, sosial dan ekonomi. Keberadaan amal usaha memiliki setidaknya tiga fungsi:

#### ***Fungsi Ekonomi***

Amal Usaha Muhammadiyah menjadi penopang gerakan dakwah Muhammadiyah agar menjadi organisasi yang lebih mandiri. Amal usaha yang dikelola secara profesional menjadi salah satu pilar utama bertahannya Persyarikatan Muhammadiyah hingga saat ini.

#### ***Fungsi perkaderan***

Amal Usaha Muhammadiyah menjadi arena atau sarana untuk mendorong suksesnya kaderisasi warga Muhammadiyah yang memiliki kemampuan profesional di berbagai bidang, seperti bidang keilmuan, bidang kesehatan, bidang sosial dan bisnis.

#### ***Fungsi Sosial-Kemanusiaan***

Amal Usaha Muhammadiyah menjadi salah satu ujung tombak dalam menjalankan misi-misi sosial-kemanusiaan Muhammadiyah. Dengan kata lain AMUN berpotensi menjadi mitra kerja

lembaga-lembaga atau majelis-majelis yang ada di dalam persyarikatan Muhammadiyah dalam menjalankan proyek-proyek sosial-kemanusiaan

### **Pimpinan AUM dan Lembaga Amil Zakat secara Umum**

Para responden yang mewakili Amal Usaha Muhammadiyah diberikan kesempatan untuk menjawab beberapa pertanyaan tentang keterlibatan dalam—dan pengalaman mereka dengan— lembaga-lembaga amil secara umum, khususnya lembaga sosial/zakat dimana mereka biasa menyalurkan donasi dalam 12 bulan terakhir. Profil jawaban mereka dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Masih banyak responden yang belum menerima informasi badan hukum lembaga Lembaga Amil Zakat. Artinya, para pimpinan AUM masih banyak yang belum mengerti tentang aspek legal-formal berdirinya sebuah amil zakat.
2. Dari pengalaman mereka secara personal menjadi seorang donator atau muzakki, para pimpinan AUM menyatakan bahwa belum/tidak menerima kuitansi pembayaran zakat dari sebuah LAZ.
3. Selain itu, para pimpinan AUM, sebanyak 21,1 tidak pernah menerima laporan dari LAZ tempat mereka menyalurkan dananya.
4. Banyak pimpinan AUM yang belum tersentuh informasi program dari sebuah lembaga amil, dan hanya 10 % yang mengaku selalu menerima informasi program, dan 29,8 persen mengatakan sering. Sementara sisanya mengaku jarang jarang sekali dan bahkan tidak pernah.
5. Mayoritas pimpinan AUM mengatakan bahwa mereka tidak pernah atau jarang mendapatkan informasi tentang struktur lembaga amil zakat dari tempat mereka berdonasi dan begitu juga hanya sekitar 30 % yang mengaku sering dimintai permintaan secara langsung untuk berdonasi/berderma kepada lembaga amil zakat.
6. Mayoritas pimpinan AUM jarang atau tidak pernah dimintai pendapat oleh lembaga amil, baik melalui email, telpon dan lain sebagainya terkait dengan pengembangan program maupun tentang pengembangan kinerja.

Gambaran di atas menunjukkan bahwa di tengah kesibukannya mengelola AUM dan ketertarikannya untuk berkontribusi dalam kegiatan-kegiatan filantropi dan sosial-kemanusiaan, para pimpinan AUM lebih banyak yang belum tersentuh oleh informasi-informasi yang dimiliki oleh lembaga amil, termasuk Lazismu. Dalam konteks tertentu hal itu berpengaruh pada intensitas kerjama yang mungkin di jalin oleh lembaga filantropi Muhammadiyah/lembaga amil dengan amal usaha Muhammadiyah. Untuk itu, fakta tersebut dapat menjadi landasan bagi Lazismu dalam mengintensifkan komunikasi dengan amal usaha Muhammadiyah.

### **Profil Perilaku Filantropi Pimpinan AUM**

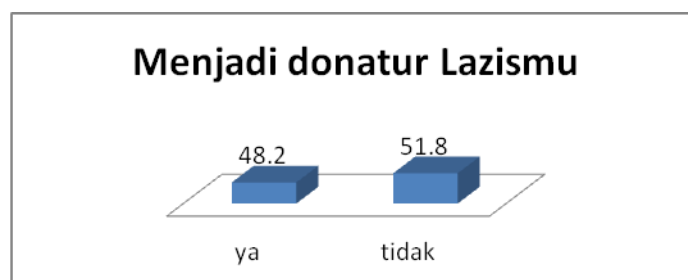
Hubungan antara amal usaha Muhammadiyah dengan AUM cukup kompleks, karena AUM biasanya bersifat lebih independen dalam kebijakan-kebijakan internalnya, termasuk didalam

mengelola dana-dana sosial atau filantropi yang dimilikinya. Hampir dipastikan bahwa seluruh AUM memiliki program-program sosial dan mengalokasikan dana-dana khusus untuk pengembangan masyarakat. Namun hal itu tidak selalu berkorespondensi dengan program-program sosial yang digagas dan dimiliki oleh Lazismu.

Fenomena yang cukup mencengangkan adalah bahwa sebagian pengetahuan pimpinan AUM terhadap Lazismu masih minim, bahkan terdapat sekitar 4 persen responden yang tidak mengetahui bahwa Muhammadiyah memiliki lazismu. Memang, tidak semua pimpinan AUM memiliki latar belakang kemuhammadiyah yang kuat atau tidak semua pimpinan AUM berasal dari kader Muhammadiyah. Bagi mereka yang sudah memiliki pengetahuan tentang Lazismu, mayoritas pimpinan AUM mengetahui keberadaan Lazismu dari pimpinan dan pengurus Muhammadiyah (66%), sementara sebagian lain mengaku mengetahui dari media massa.

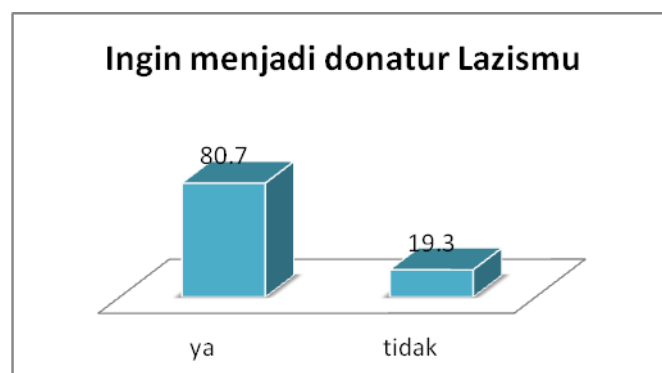
Pengetahuan yang terbatas tentang Lazismu juga memiliki keterkaitan dengan perilaku dalam mendonasikan dana zakat, infak dan sedekah. Data menunjukkan bahwa sekitar 51 persen responden pimpinan AUM tidak menjadi anggota/donatur lazismu. Artinya lebih banyak pimpinan AUM yang tidak menjadi donatur Lazismu daripada yang menjadi donatur Lazismu.

**Tabel 3.1**



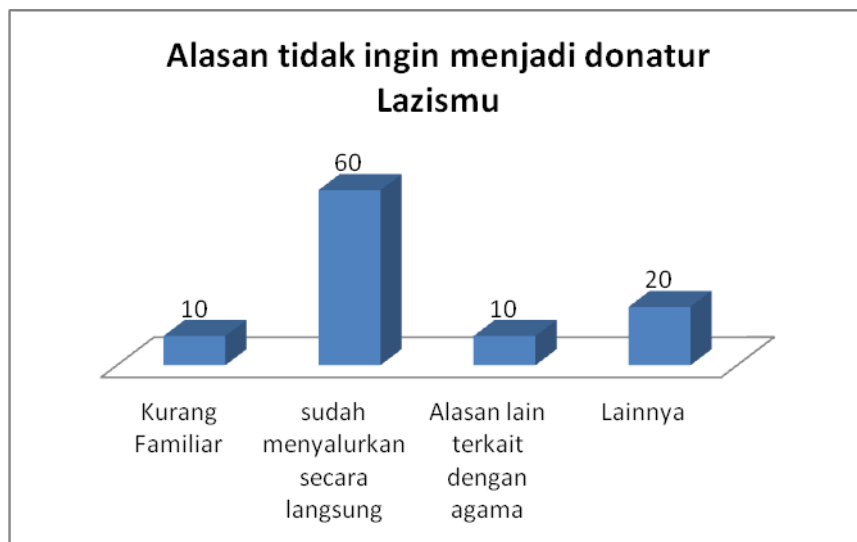
Meski demikian, banyak diantara pimpinan AUM yang belum menjadi donatur/anggota Lazismu yang berkeinginan menjadi donatur, meski terdapat 19,3 persen tidak mau menjadi anggota/donatur lazismu.

**Table 3.2**



Ketidakbersedian dari pimpinan AUM untuk menjadi donator Lazismu atau menyalurkan dana sosial, dana zakat, infak dan sedekah melalu Laizsmu patut disayangkan. Setidaknya terdapat beberapa alasan mengapa mereka tidak mau menyalurkannya melalui Lazismu, alasan yang paling dominan adalah sudah menyalurkannya secara langsung (60%), dan ada 10% mengaku kurang familiar dengan Lazismu.

**Table 3.3.**



### **Profil dan Potensi Filantropi Amal Usaha Muhammadiyah**

Amal Usaha Muhammadiyah merepresentasikan income generating institutions, yaitu lembaga profesional, yang mandiri (self-funded) dan juga memiliki fungsi profit. Artinya, AUM memiliki pendapatan rutin yang dapat dihitung dan dikalkulasikan setiap saat. Tingkat kapasitas dan besar pendapatan AUM yang menjadi bagian dari penelitian ini berbeda-beda, mulai dari yang berpenghasilan kurang dari 500 juta rupiah perbulan sampai di atas 5 milyar rupiah perbulan. Pendapatn tersebut berbanding dengan asset yang dimiliki oleh masing-masing AUM, mulai dari yang 5-10 milyar sampai di atas 100 dan bahkan di atas 500 milyar (Lihat Table 3.4a dan 3.4b), sementara untuk dana filantropi dari AUM bermacam-macam. Khusus untuk lembag pendidikan seperti sekolah, masih menyisihkan dana sosial mereka kurang dari 50 juta perbulan, sedangkan sebgain lainnya antara 250-500 juta dan bahkan ada yang di atas 1 milyar pertahun (lihat Table 3.4c)

Table 3.4a

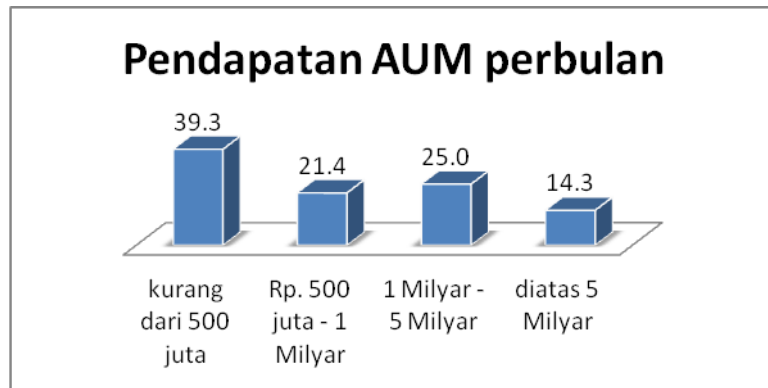


Table 3.4b

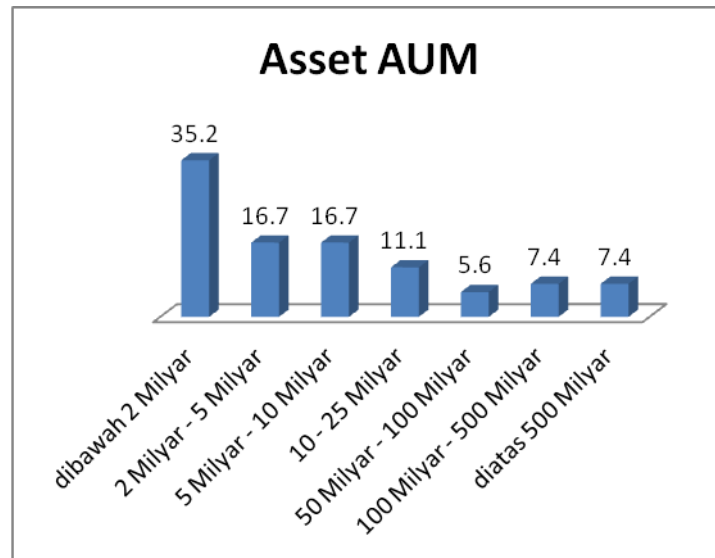
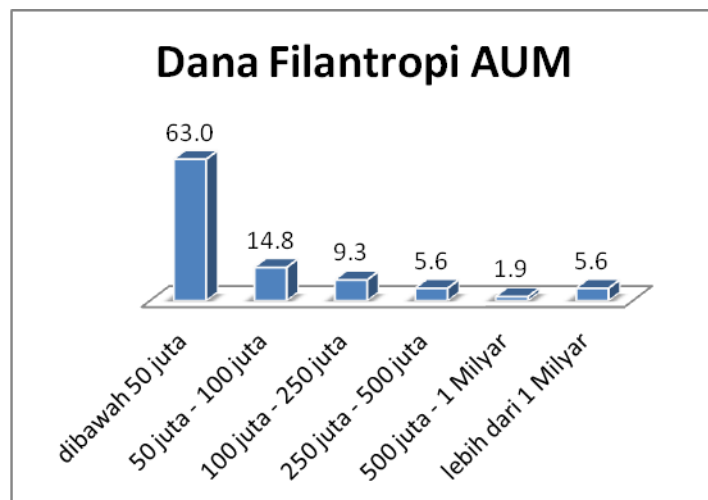


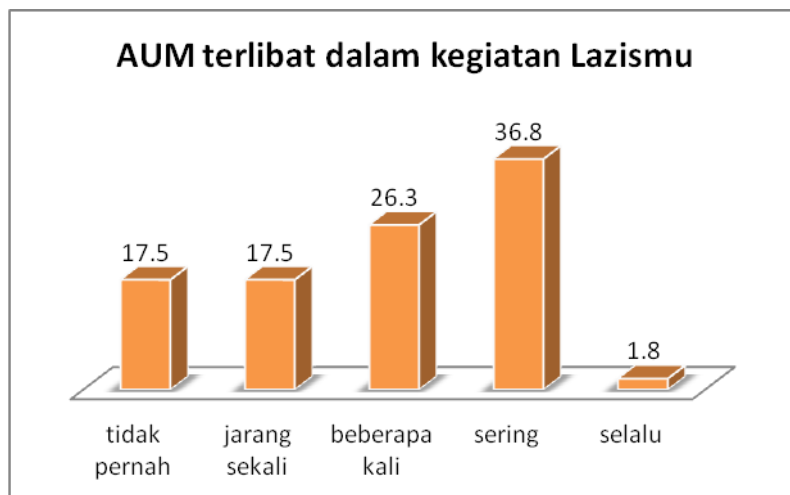
Table 3.4c



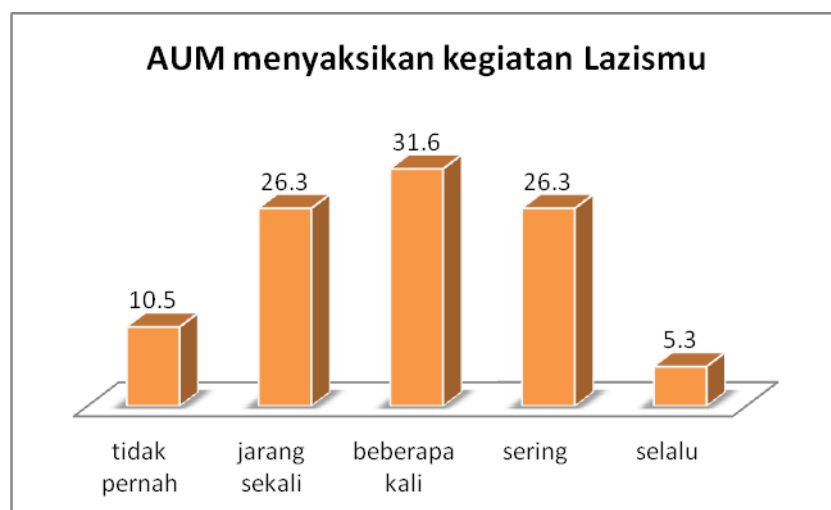
### Dukungan AUM terhadap Lazismu

Diantara protensi filantropi yang dimiliki oleh AUM sebagaimana digambarkan di atas, maka pertanyannya adalah sejauh mana AUM memberikan dukungan terhadap Lazismu atau bekerjasama dengan Lazismu dalam menjalankan kegiatan filantropi-sosial-kemanusiaan mereka. Pimpinan AUM yang mengaku sering terlibat dalam kegiatan Lazismu hanya mencapai 36.8%, sementara yang lainnya hanya beberapa kali (26.3%) dan bahkan yang jarang dan tidak pernah jumlahnya lebih banyak (lihat Tabel 3.5a), hal ini berbanding dengan jumlah pimpinan yang pernah menyaksikan kegiatan Lazismu yang jumlahnya lebih kecil yaitu hanya 26.3%, sisanya adalah jarang dan tidak pernah menyaksikan (lihat Tabel 3.5b). Jumlah pimpinan yang pernah terlibat dalam kegiatan Lazismu dan memberikan dukungan kepada Lazismu hampir samam namun akumulasi jumlah yang jarang, jarang sekali dan tidak pernah lebih besar (lihat Table 3.5c).

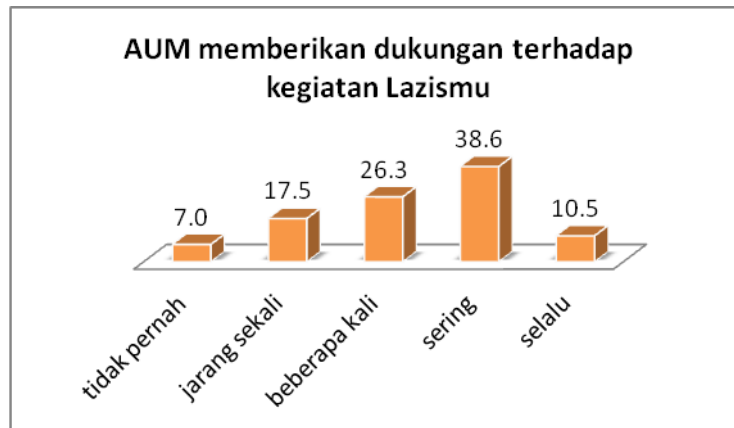
Tabel 3.5a



Tabel 3.5b



Tabel 3.5c



Selain itu, dukungan dalam bentuk saran kepada pegawai dari pimpinan AUM masih kecil. Dengan kata lain, tingkat sosialisasi dan himbuan pimpinan AUM masih minim, hanya beberapa kali menunjukkan 24,6 persen, jarang sekali 22,8 persen bahkan ada yang menjawab tidak pernah 5,3 persen (lihat Tabel 3.6a) . Bila kita kaitkan dengan gambaran sebelumnya, memang sudah banyak yang bekerjasama akan tetapi belum optimal, bahkan masih ada AUM yang sama sekali tidak pernah bekerjasama dengan Lazismu (Tabel 3.6b)

Table 3.6a

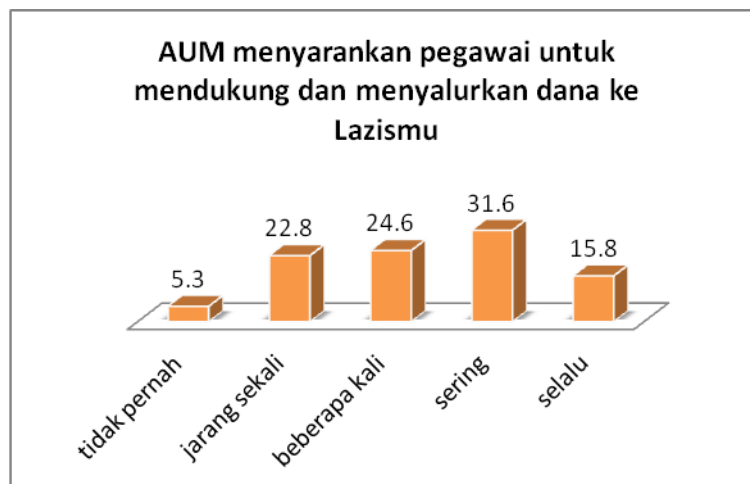
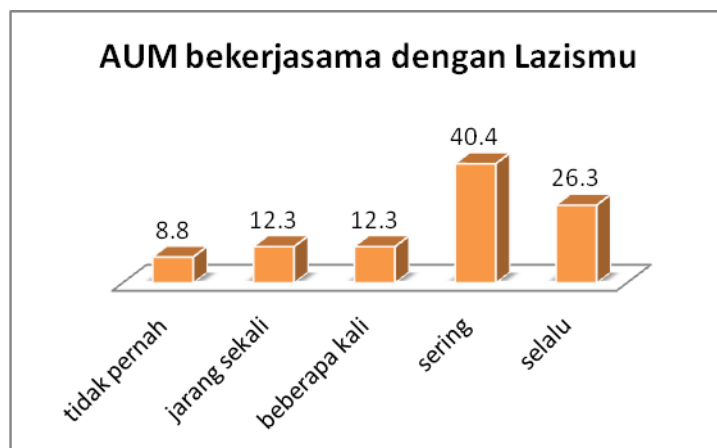


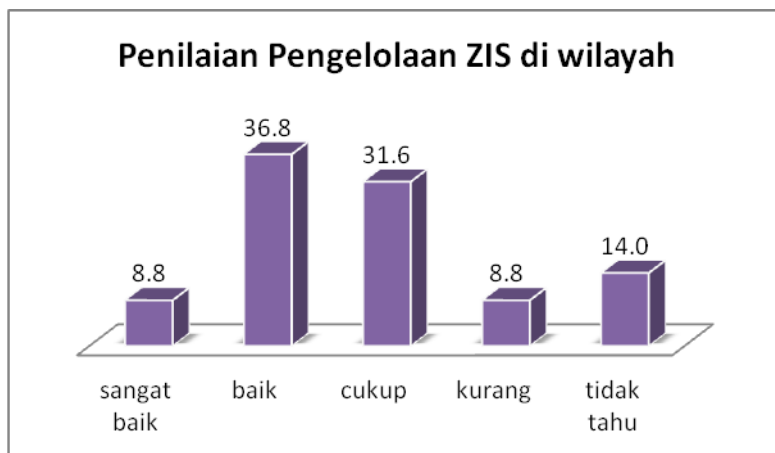
Table 3.6b



#### Penilaian dan Saran Pimpinan AUM terhadap Lazismu

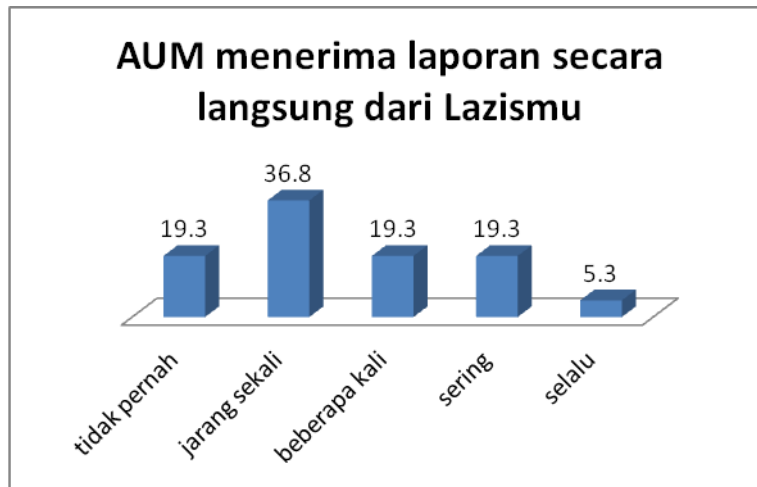
Pimpinan AUM memiliki pengalaman dan pandangan tersendiri terhadap Lazismu yang juga menentukan keputusan mereka dalam menjalin sinergi atau kerjasama dengan Lazismu di masa akan datang. Sejauh ini, penilaian pimpinan AUM cukup positif terhadap Lazismu di daerahnya masing-masing meskipun jumlah yang tidak tahu cukup banyak yaitu 14% (lihat Table 3.7). Hal itu dapat dimaklumi karena mayoritas pimpinan AUM jarang atau bahkan tidak pernah menerima laporan langsung kegiatan Lazismu (lihat Table 3.8). Hal itu harus menjadi catatan untuk pengelola Lazismu, terkait dengan publikasi, transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dan komunikasi harus tersampaikan dengan baik kepada para pimpinan AUM yang merupakan “unit sumber dana” dalam muhammadiyah

Table 3.7





Tabel 3.8



Kesan baik dan positif dari pimpinan AUM terhadap Lazismu, memang belum sepenuhnya diimbangi dengan persepsi tentang profesionalisme (lihat Table 3.9a dan 3.9b). Persepsi positif tentang masalah transparansi dan profesionalisme Lazismu di mata AUM berkisar 50% saja. Hal itu harus dapat diantisipasi dan dapat dipecahkan oleh kebijakan-kebijakan di tubuh Lazismu maupun di dalam AUM sendiri, karena faktanya masih terdapat 38,6 % pimpinan AUM yang tidak pernah menyalurkan dananya melalui Lazismu. Bagi para penggerak Muhammadiyah mungkin hal bisa bisa dianggap memprihatinkan ketika seorang pimpinan AUM sama sekali tidak pernah menyalurkan zakatnya di Lazismu.

Table 3.9a

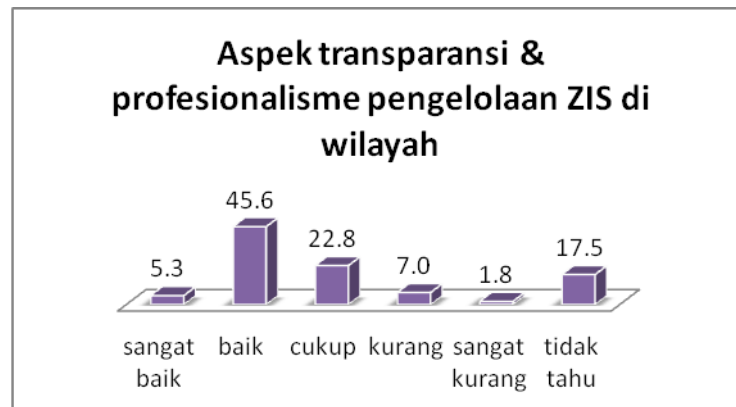
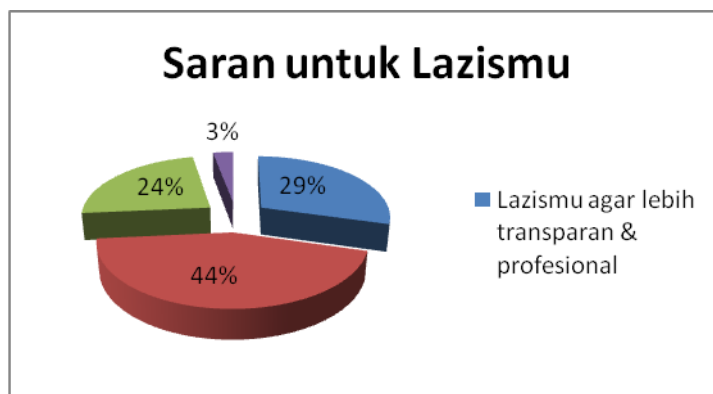
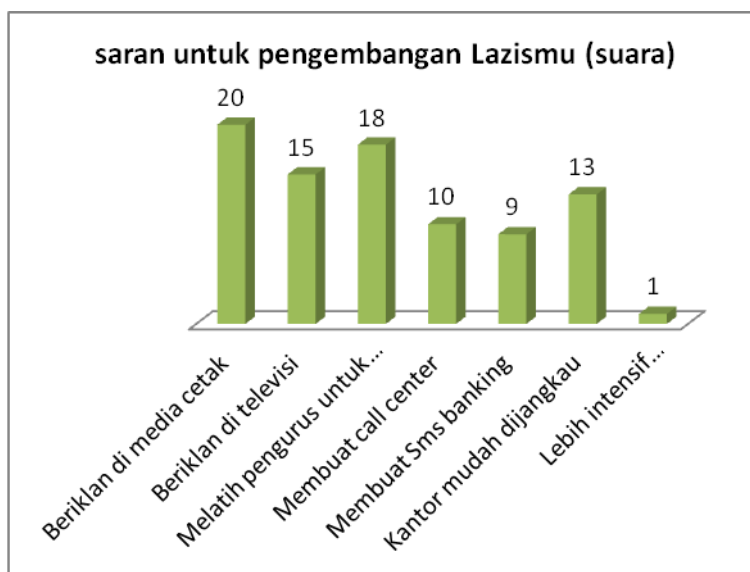


Table 3.9b



Dari pandangan dan pengalaman pimpinan AUM di atas, sebagian besar menyarankan agar Alzismu lebih meningkatkan sosialisasi melalui pelbagai media cetak dan elektronik dan memiliki kantor yang lebih terjangkau oleh para donator.

Table 4.1



## Bab 5

### Lazismu dan Kebijakan Filantropi Pimpinan Muhammadiyah

#### Deskripsi Umum

Bab ini menggambarkan tentang kebijakan filantropi dari pimpinan Muhammadiyah, dan memetakan bagaimana hubungan antara Lazismu sebagai sebuah lembaga pengelola dana umat dan penggerak kegiatan-kegiatan sosial-kemanusiaan di Muhammadiyah berniteraksi dengan pimpinan Muhammadiyah di tingkat daerah. Bagian ini juga menggambarkan sejauh mana pimpinan daerah memberikan dukungan terhadap keberadaan Lazismu dan kebijakan seperti apa yang mungkin dirumuskan ke depan baik di dalam tubuh Lazismu sendiri maupun di kalangan pimpinan Muhammadiyah

#### Antara Lazismu dan Pimpinan Muhammadiyah

Dalam struktur organisasi Muhammadiyah, terdapat dua bentuk kelembagaan yang menjadi unsur pembantu pimpinan yaitu majelis dan lembaga. Keberadaan sebuah majelis ditentukan oleh Muktamar Muhammadiyah dan secara serentak dibentuk di tingkat kepemimpinan di bawahnya, terutama di Tingkat Wilayah dan Daerah dan bahkan Cabang. Sementara itu, keberadaan sebuah lembaga disesuaikan dengan kebutuhan di masing-masing daerah. Sehingga sebuah lembaga dapat didirikan oleh sebuah pimpinan daerah, namun tidak demikian halnya di daerah yang lain. Dalam konteks ini, sebuah lembaga sejatinya didirikan oleh pimpinan Muhammadiyah. Sementara itu, keberadaan lembaga amil zakat di daerah bersifat *bottom up* (dari bawah) yang pada awalnya lebih banyak didirikan oleh komunitas masjid atau pimpinan Muhammadiyah di wilayah cabang dan ranting. Namun dalam perkembangannya, lembaga amil zakat muncul sudah sejak lama, dan baru dalam dua periode Muktamar terakhir ini upaya penyamaan fungsi dan penamaan nomenklatur dilakukan.

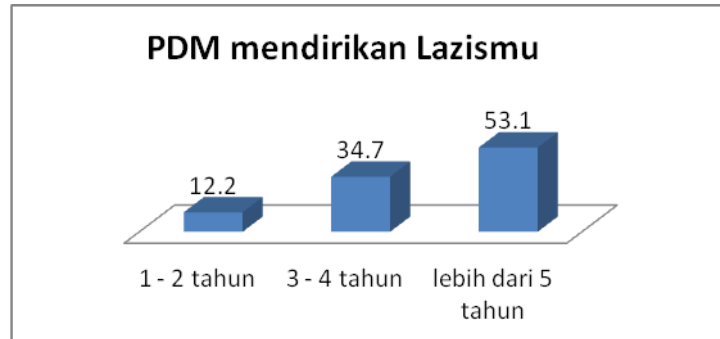
#### Hubungan Pimpinan Wilayah/Daerah Muhammadiyah dengan Lazismu

Pimpinan Wilayah/Daerah Muhammadiyah merupakan penanggung jawab dari keseluruhan kegiatan di tingkat provinsi atau kota/kabupaten. Pembentukan Lazismu di daerah-daerah merupakan hasil dari sebuah keputusan organisasi. Karena itu, tidak mengherankan bila seluruh pimpinan wilayah/daerah/lembaga (100%) mengenal Lazismu, dan hal itu berbeda dengan pimpinan amal usaha Muhammadiyah karena masih ada yang tidak mengetahui keberadaan Lazismu.

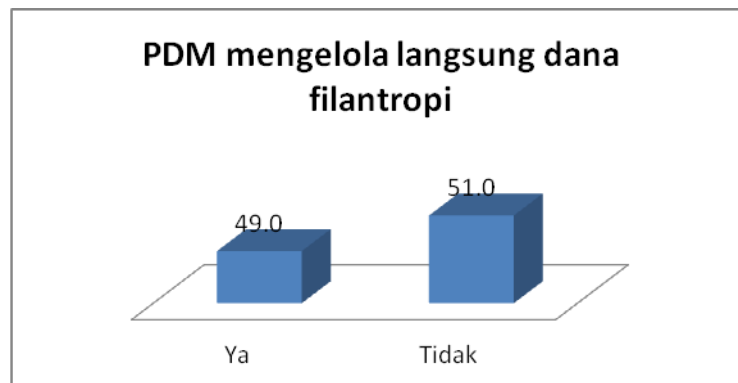
Secara historis, keberadaan Lazismu di wilayah atau daerah masih merupakan fenomena baru, dan pimpinan yang berada di 11 kota yang menjadi lokasi penelitian ini mengakui bahwa

keberadaan Lazismu di kota mereka masih relatif baru, namun rata-rata Lazismu sudah berdiri sejak 3-4 tahun silam, dan bahkan di beberapa kota, Lazismu berdiri lebih dari 5 tahun.

**Table 5.1a**



**Table 5.1b**



Komunikasi dan interaksi anatar Lazismu dengan pimpinan wilayah/daerah relatif sudah baik. Hampir 70 persen PDM mengakui bahwa mereka sering dan atau selalu menyaksikan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Lazismu, dan hanya di beberapa kota saja ada pimpinan Muhammadiyah yang tidak pernah menyaksikan kegiatan Lazismu (Lihat Table 5.2). Meskipun jumlah pimpinan yang menyaksikan kegiatan Lazismu, tetapi masih banyak pula yang belum pernah atau jarang sekali terlibat kegiatan yang diselenggarakan Lazismu (lihat Table 5.3)

Table 5.2

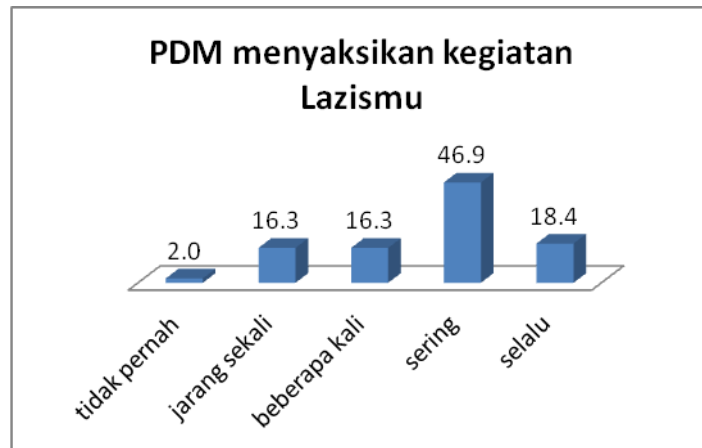
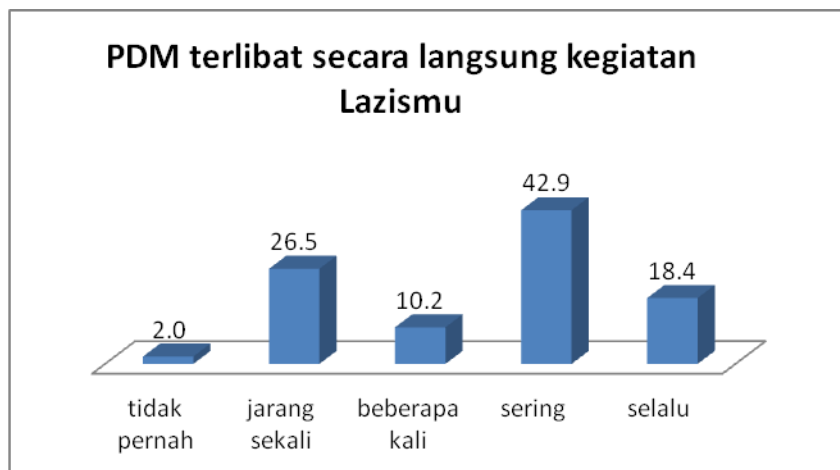
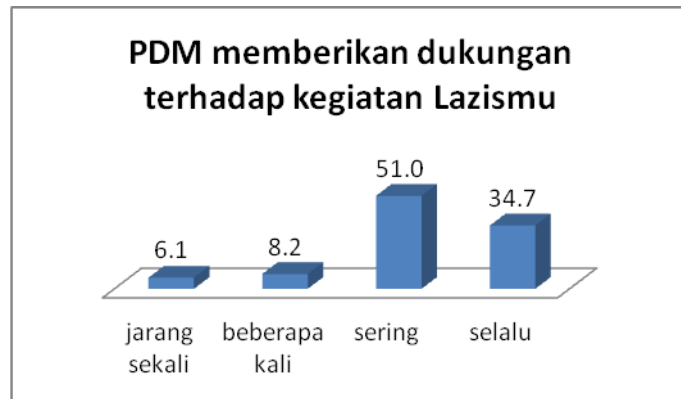


Table 5.3

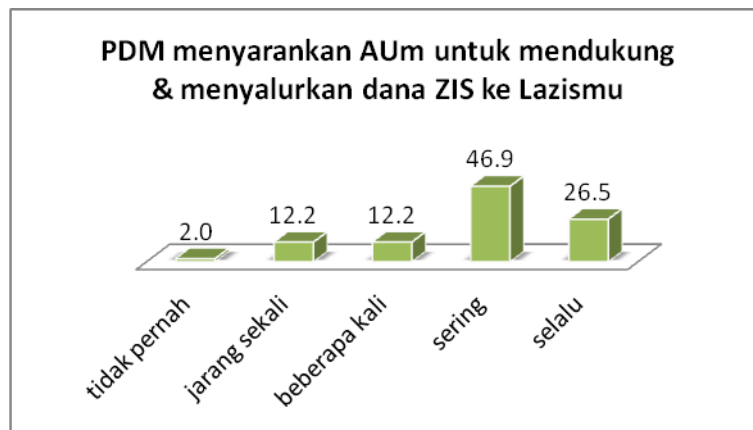


Meskipun masih banyak PDM yang belum melihat langsung atau terlibat langsung kegiatan Lazismu, tetapi itu tidak berarti bahwa dukungan dari PDM lemah. Mayoritas pimpinan Muhammadiyah (PwM/PDM) mengakui bahwa mereka memberikan dukungan terhadap keberadaan Lazismu berikut pelaksanaan program-program sosial kemanusiannya. Mayoritas PDM juga menyarankan AUM untuk data mengalurkan dana sosial, zakat, infak dan sedekah melalui Lazismu, meskipun ada sekitar 2% yang menyatakan belum pernah (lihat Table 5.4a dan 5.4b).

**Table 5.4a**

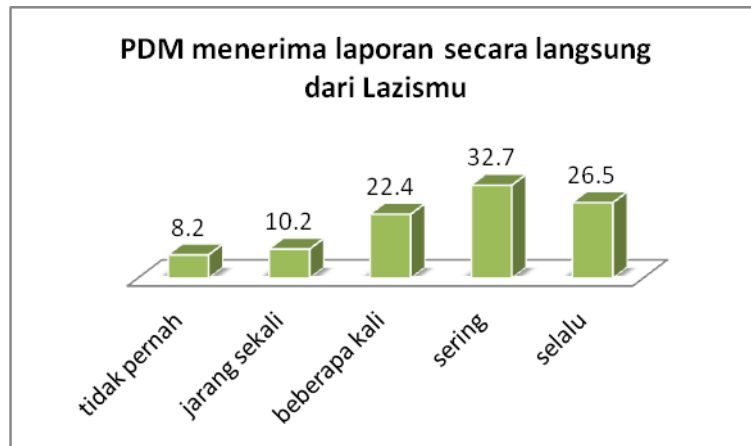


**Table 5.4b**



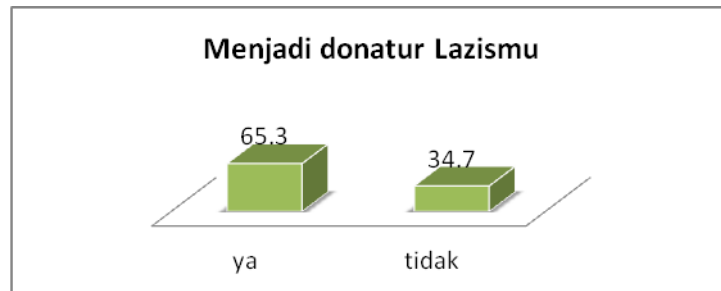
Pola komunikasi antara Lazismu dan pimpinan yang bernaung di atasnya masih perlu ditingkatkan, termasuk dengan secara periodik menyampaikan laporan kegiatan dan kemajuan lembaga. Hal ini berdasarkan kenyataan bahwa meski pimpinan Muhammdiyah menerima laporan langsung dari Lazismu, namun masih ada sekitar 20 % yang jarang dan atau tidak pernah menerima laporan dari Lazismu.

**Table 5.5**

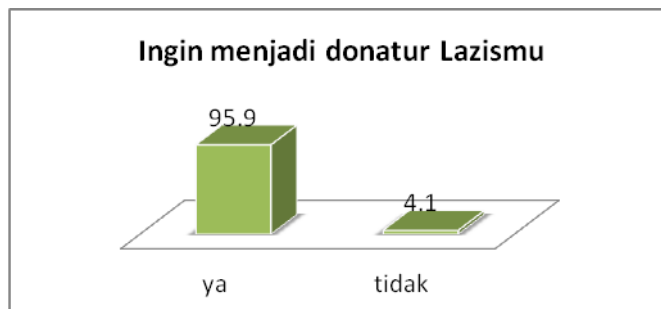


Pekerjaan rumah yang menjadi agenda ke depan adalah meningkatkan keterlibatan pimpinan dalam kegiatan dan pengelolaan Lazismu, baik secara langsung maupun tidak. Hal ini juga dimaksudkan agar komitmen pimpinan Muhammadiyah di daerah menjadi lebih baik. Kenyataan yang mengkhawatirkan dan memprihatinkan adalah meskipun responden yang nota bene adalah mengetahui Muhammadiyah memiliki Lazismu namun sebanyak 34,7 persen tidak menjadi donatur Lazismu. Selain itu, meskipun mereka mengaku mau menjadi donatur Lazismu tetapi masih ada sekitar 4.1 % yang tidak mau menyalurkan dana zakat, infak dan sedekahnya melalui Lazismu (lihat Table 5.6a dan 5.6b)

**Tabel 5.6a**



**Tabel 5.6a**



Alasan yang digunakan oleh sejumlah kecil pimpinan PDM yang tidak menyalurkan tidak ingin menjadi donatur beragam. Namun rata-rata mereka mengakui sudah menyalurkannya sendiri, baik secara langsung maupun tidak kepada para penerima bantuan ataupun kepada lembaga amil zakat yang lain.



## Bab 6

### Persepsi dan Pengalaman Pengurus Lazismu

#### Deskripsi

Bagian ini mendeskripsikan pengalaman staff atau pengurus Lazismu dalam mempersepsikan dan mengelola lembaga filantropi Islam. Pandnagan mereka juga sebagai bagian untuk mengimbangi informasi yang sam ayang disampaikan oleh pimpinan Muhammadiyah maupun pimpinan AUM terkait dengan interkasi dan dukungan kelembagaan terhadap Lazismu. Pengurus juga diminta untuk dapat melalkukan evaluasi diri dengan cara memberikan penilaian terjadap kerja-kerja yang telah dilakukan Lazismu selama ini sebagai bahan untuk melakukan perbaikan di masa akan datang.

#### Profil Pengurus Lazismu

Mayoritas pengurus Lazismu adalah kaum muda dengan usia di bawah 41 tahun, dan bahkan juga di bawah 35 tahun. Meskipun demikian, terdapat 18 % yang diatas usia 45 tahun dan di atas 55 tahun. Hal ini menggambarkan bahwa Lazismu adalah organisasi yang masih akan berkembang secara dinamis sesuai dengan karakter pengurusn Lazismu yang mengkombinasikan antara aktivis muda dan aktivis yang sudah senior secara bersamaan. Mayoritas dari pengurus adalah sarjana dan Master, bahkan Doktor. Hal ini menggambarkan ketersediaan dan ketercukupan sumberdaya manusia di dalam Lazismu di daerah-daerah yang akan mengembangkan lembaga ini di masa akan datang.

Table 6.1

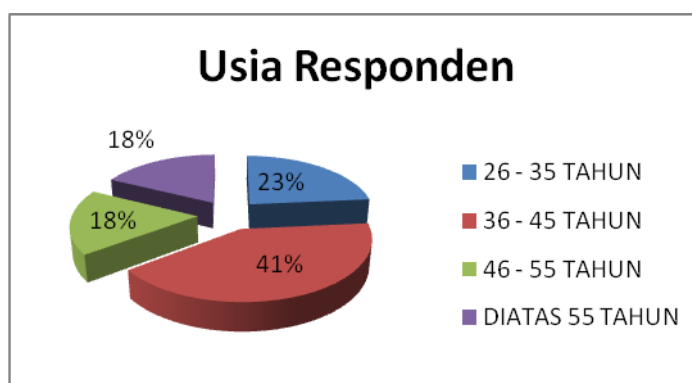
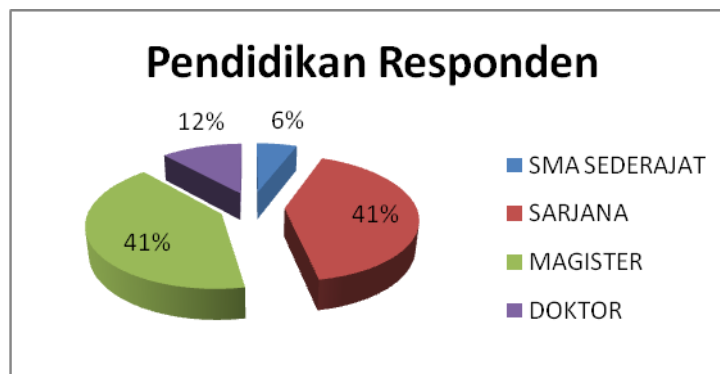


Table 6.2



### Pandangan Pengurus Lazismu tentang Lembaga Amil Zakat

Sebagai pengurus lembaga amil zakat, pengurus Lazismu memiliki pengetahuan tentang peran-peran lembaga amil zakat nasional yang lain di Indonesia. Mayoritas pengurus Lazismu menganggap bahwa lembaga yang paling dikenal adalah lazismu. Namun demikian pandangan ini juga diimbangi oleh pengurus Lazismu yang lain yang beranggapan bahwa lembaga yang paling dikenal adalah Baznas. Hal ini tercermin dari selisih presentase yang tidak begitu mencolok. Uniknya, mayoritas pengurus Lazismu menganggap bahwa lembaga yang paling profesional adalah Dompot Dhuafa, kemudian berikutnya adalah Baznas. Sementara di kalangan warga Muhammadiyah umumnya Baznas lebih dikenal daripada Dompot Dhuafa.

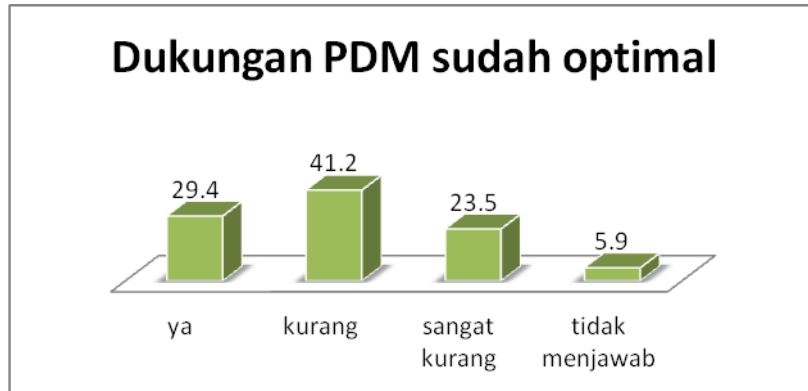
Pengurus Lazismu berpendapat bahwa di beberapa daerah, PDM yang sering menyaksikan kegiatan Lazismu dengan yang jarang sekali menyaksikan masih cukup seimbang. sementara itu yang selalu menyaksikan hanya sekitar 13,6%. Demikian juga dengan AUM yang beberapa kali menyaksikan kegiatan Lazismu seimbang dengan AUM yang sering menyaksikan kegiatan lazismu. Sementara itu hanya 5,9% yang selalu menyaksikan kegiatan lazismu. PDM yang jarang sekali terlibat langsung dalam kegiatan lazis juga masih seimbang dengan PDM yang sering terlibat langsung dalam kegiatan Lazismu. Dalam persepsi responden, hanya sekitar 40% AUM yang sering dan selalu terlibat langsung dalam kegiatan Lazismu, sementara itu mayoritas jarang sekali dan hanya beberapa kali terlibat langsung dalam kegiatan Lazismu. Pandangan di atas mengkonfirmasi interaksi antara Lazismu dan PDM, serta antara Lazismu dan AUM yang masih perlu ditingkatkan. Apalagi, menurut pandangan responden dari pengurus Lazismu, mayoritas AUM jarang sekali dan hanya beberapa kali yang pro aktif mengajak kerjasama dengan lazismu.

### Dukungan PDM

Menurut pengurus Lazismu, 58,8 % PDM yang memberikan dukungan terhadap kegiatan Lazismu. Mayoritas PDM juga sering pro-aktif mengajak lazismu bekerjasama, meski demikian yang jarang sekali mengajak juga masih cukup tinggi. Selain itu, sebanyak 47,1% responden menjawab bahwa

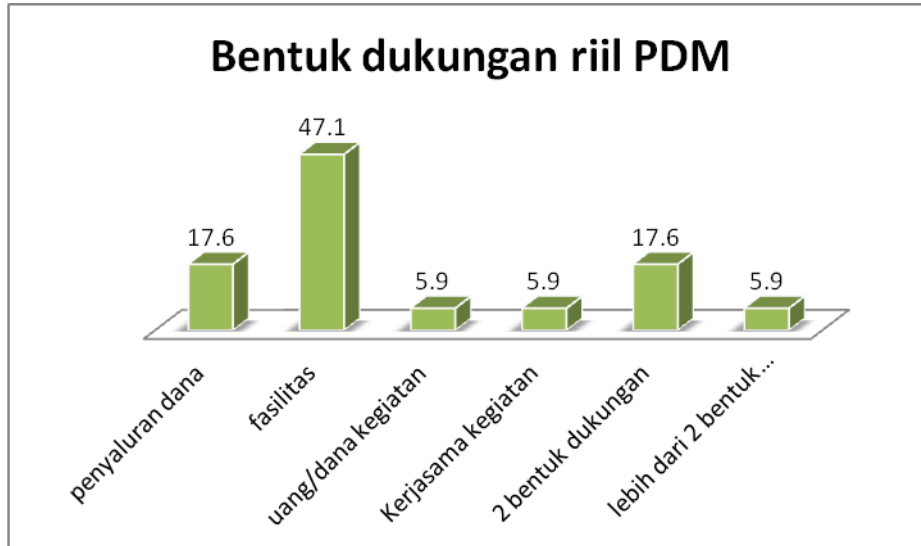
dukungan yang diberikan AUM terhadap Lazismu sudah optimal. Disisi lain, sekitar 41,2 % pengurus lazismu menganggap dukungan yang diberikan PDM kurang optimal, dan 23,5 persen menganggap sangat kurang.

**Table 6.3**



Dalam perjalannya, PDM telah memberikan dukungan di banyak sisi terhadap keberadaan Lazismu. Menurut pengurus Lazismu, bentuk riil dukungan yang diberikan PDM terhadap lazismu sebagian besar berupa dukungan fasilitas (kantor/ruangan). Hanya sekitar 5,9% yang mengatakan dalam bentuk dana/anggaran (lihat Table 6.4)

**Table 6.4**

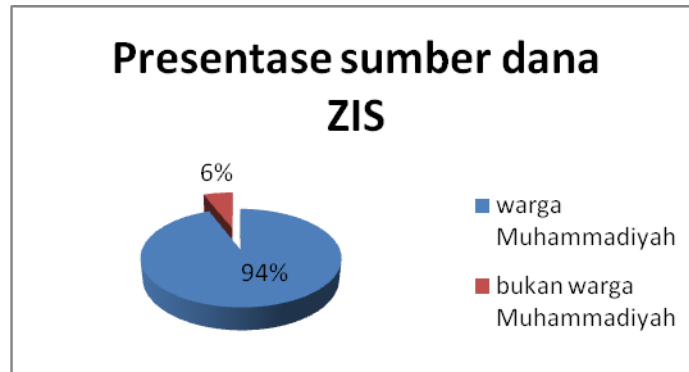


### Sumber Dana Lazismu

Sebagai lembaga amil zakat nasional, Lazismu menerima donasi dari pelbagai pihak. Namun karena berbasis Ormas, nampaknya dukungan anggota dan simpatisan ormas, menurut responded sangat besar. 94 % sumber dana ZIS di Lazismu berasal dari warga muhammadiyah, saat ini baru sebesar 6% kontribusi warga non muhammadiyah dalam pendanaan Lazismu.

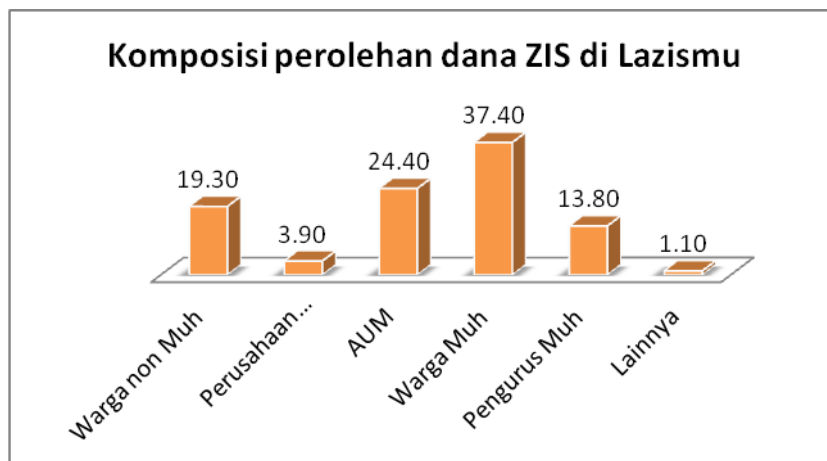
Dengan demikian, pekerjaan besar bagi pengurus Lazismu adalah mengoptimalkan sumber-sumber dana dari luar warga Muhammadiyah.

**Table 6.5**



Jika dirata-rata dari seluruh lazismu yang diwawancarai, mayoritas dana zakat, infak dan sedekah diperoleh dari warga muhammadiyah yaitu sebesar 37,4%, sementara itu kontribusi perolehan dana zakat, infak dan sedekah dari warga non muhammadiyah masih lebih besar dibanding dengan pengurus (pimpinan) muhammadiyah.

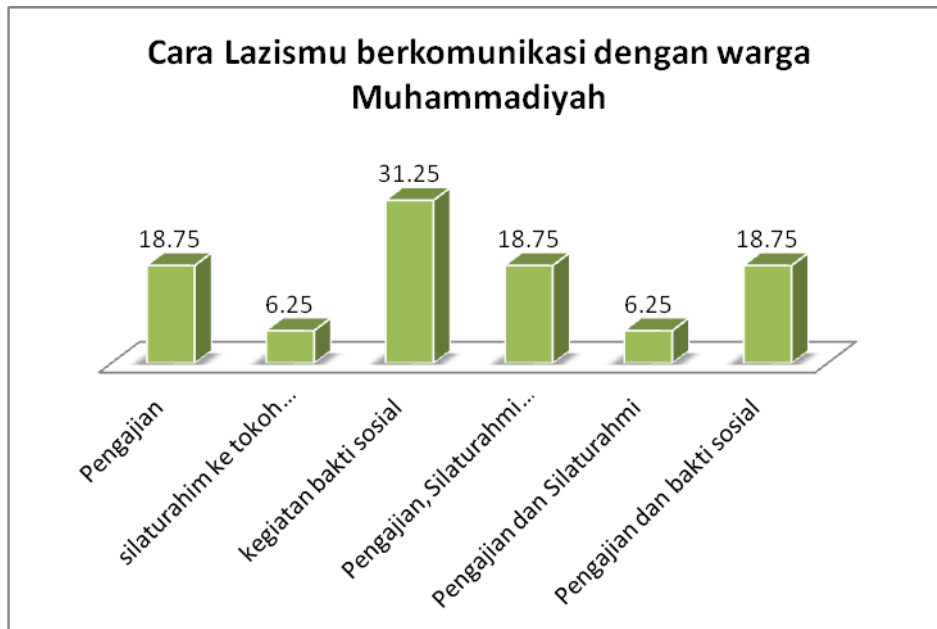
**Table 6.6**



**Model Pilihan Komunikasi Publik Lazismu**

Terdapat pelbagai cara yang dilakukan oleh pengurus Lazismu untuk berkomunikasi dengan publik. Diantara pelbagai cara itu, nampaknya kegiatan bakti sosial adalah cara yang sering dilakukan oleh lazismu untuk berkomunikasi dengan warga muhammadiyah. Bila betul adanya, maka di masa yang akan datang, Lazismu perlu mengintensifkan dan memprioritaskan program-program baru untuk berkomunikasi dengan publik, khususnya warga Muhammadiyah.

Table 6.7



Mayoritas pengurus Lazismu mengakui bahwa mereka memberikan laporan secara langsung kepada donatur. Adapun media yang digunakan untuk menyampaikan laporan tersebut mayoritas melalui brosur dan koran/majalah. Sedangkan penggunaan media elektronik (internet & televisi) baru sebesar 11,8% (Lihat table 6.8a dan 6.8b). Selain itu, mayoritas pengurus Lazismu mengatakan bahwa Lazismu selalu memberikan kuitansi dalam setiap transaksi, sedangkan sisanya (29,4%) sering melakukan.

Table 6.8a

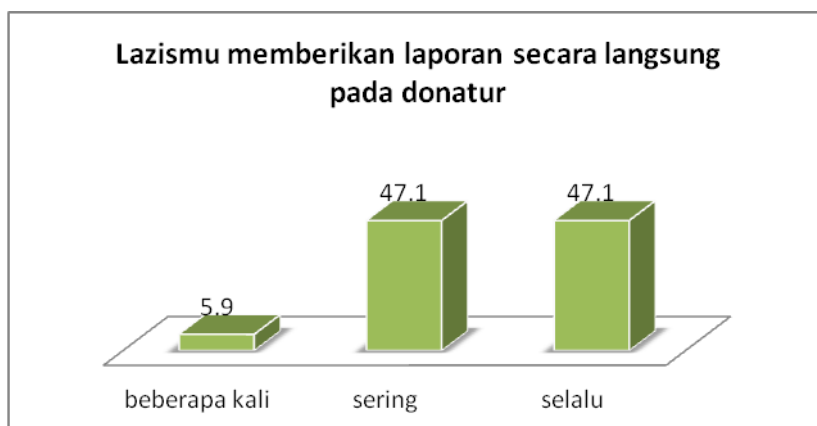
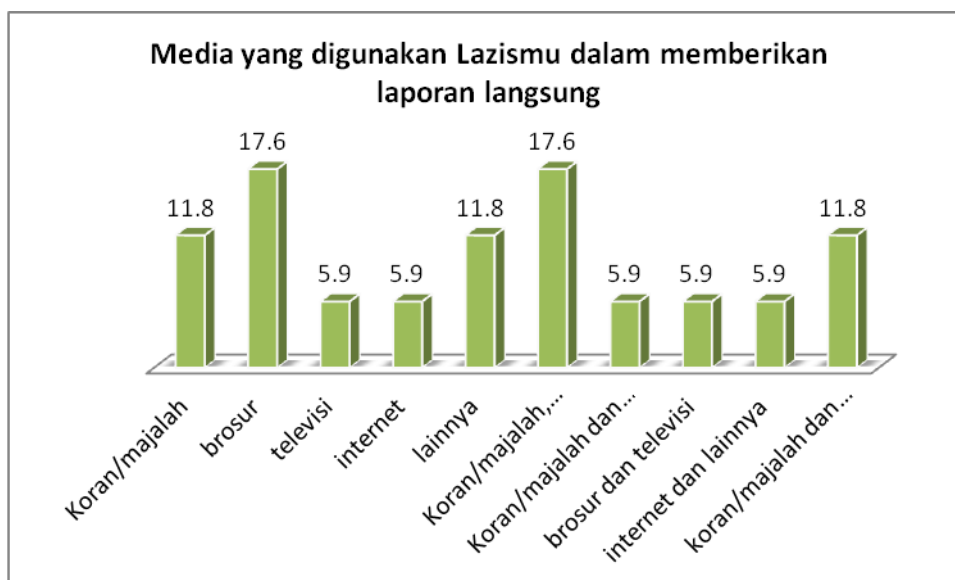
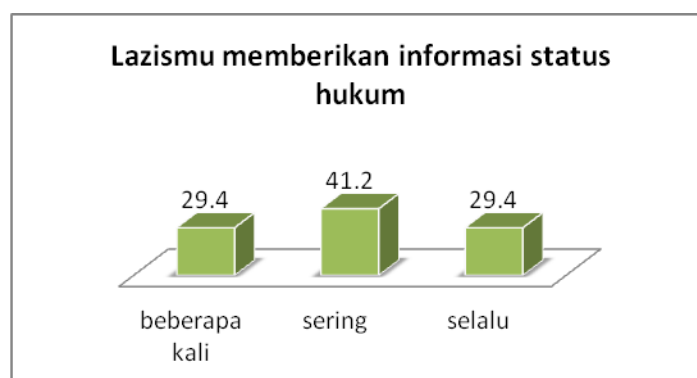


Table 6.8b



Dalam rangka meningkat edukasi dan pengetahuan tentang kelembagaan filantropi Islam di Indonesia, informasi status hukum lembaga filantropi menjadi penting untuk diketahui oleh warga. Mayoritas lazismu mengatakan bahwa mereka telah memberikan informasi status hukum kepada masyarakat, sekitar 29,4% yang hanya beberapa kalo memberikan informasi tersebut.

Table 6.8c

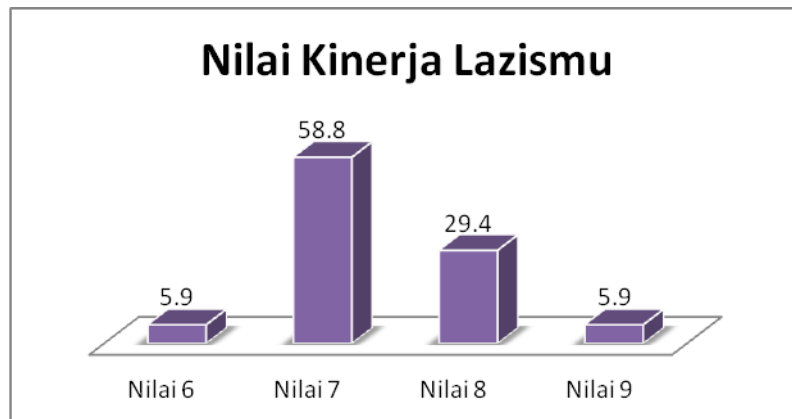


### Evaluasi Diri Kinerja Lazismu

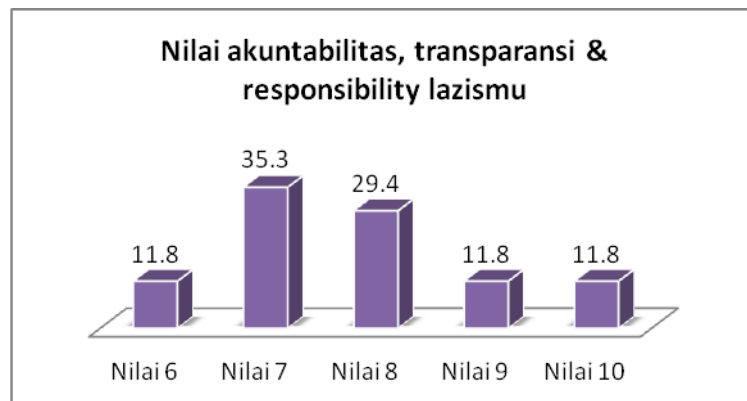
Para responden telah diminta untuk memberikan penilaian terhadap kinerja mereka masing-masing Lazismu di daerah. Mayoritas responden menilai 7 terhadap kinerja Lazismu yang mereka kelola, meski demikian masih ada yang memberikan nilai 6 terhadap kinerja Lazismu yang mereka

pimpin. Begitu pula dengan nilai akuntabilitas, transparansi dan responsibility, mayoritas pengurus menilai 7 terhadap lazismu yang mereka pimpin (lihat table 6.9a dan 6.9b). Dari gambaran di atas dapat dilihat bahwa kinerja Lazismu serta akuntabilitas dan transparansinya, setidaknya dalam pandangan mayoritas para pengurusnya sudah baik (nilai 7), meskipun belum sangat baik dengan nilai 8 atau 9.

**Table 6.9a**



**Table 6.9b**



## **Bab 7**

### **Penutup**

#### **Peluang dan Tantangan Filantropi Muhammadiyah**

Tradisi panjang praktik filantropi Muhammadiyah masih akan terus berjalan di masa yang akan datang dengan tantangan yang semakin kompleks. Lazismu sebagai lembaga amil zakat yang resmi bagian dari organisasi Muhammadiyah dihadapkan pada pelbagai tantangan dan sekaligus peluang. Tantangan yang dihadapi oleh Lazismu dapat dibagi menjadi dua, yaitu tantangan internal dan tantang eksternal.

Tantangan internal yang dihadapi Lazismu mencakup pada hal-hal berikut: 1) Kebijakan-kebijakan dalam tubuh Muhammadiyah belum sepenuhnya kondusif bagi pendirian dan pengembangan Lazismu sebagai amil zakat nasional di berbagai daerah. Hal ini dapat dilihat dari umlah jejaring Lazismu yang masih terbatas jumlahnya bila dibandingkan dengan jumlah pimpinan daerah dan pimpinan cabang yang ada di Indonesia; 2) Kesadaran pimpinan daerah dan cabang terhadap pentingnya mendirikan lazismu melalui kebijakan yang kuat belum merata hingga saat ini. Di beberapa kabupaten Lazismu mendapatkan dukungan yang kuat dari pimpinan Muhammadiyah, tetapi di Kabupaten yang lain tidak demikian adanya; 3) Belum meratanya pandangan dari amal usaha Muhammadiyah terhadap keberadaan Lazismu sebagai salah satu ujung tombak gerakan sosial Muhammadiyah, sehingga potensi yang ada di Muhammadiyah berupa kontribusi dan dukungan dari AUM terhadap Lazismu belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan dengan baik.

Tantangan eksternal yang dihadapi oleh Lazismu adalah semakin banyaknya lembaga-lembaga amil zakat professional yang didirikan dan beroperasi di Indonesia dan pada saat yang sama bersentuhan langsung dengan warga Muhammadiyah. Dengan kata lain, warga Muhammadiyah menjadi salah satu “pasar yang terbuka” dan potensial bagi lembaga-lembaga amil zakat yang lain. Hasil survei sementara ini menunjukkan bahwa sebagian warga Muhammadiyah menyalurkan dana zakat, infak dan sedekah mereka tidak hanya melalui Lazismu tetapi juga melalui lembaga lain. Lembaga-lembaga amil saat ini di Indonesia masih terus bertambah jumlahnya dengan pelbagai jenis program dan kegiatan. Oleh karena itu, kapasitas kelembagaan Lazismu masih terus harus dikembangkan, baik dalam konteks promosi, penyelenggaraan program dan kegiatan, publikasi, model mobilisasi dana sosial, kerjasama dengan pihak luar dalam dan luar negeri, dan lain sebagainya.

Sementara itu, Lazismu sebagai lembaga amil zakat nasional berbasis ormas memiliki peluang sebagai berikut: 1) potensi dana filantropi Muhammadiyah yang besar dan masih bisa digali. Data hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi kontribusi warga Muhammadiyah dan amal usaha Muhammadiyah dapat menjadi sumber utama bagi pengutan program sosial Muhammadiyah melalui Lazismu. 2) Mobilisasi jejaringan Lazismu masih dapat dilakukan di berbagai daerah seiring dengan keberhasilan daerah-daerah tertentu di dalam menggalang dan mengelola dana-dana filantropi. 3) pemanfaatan sumber-sumber di luar Muhammadiyah, baik



dari individu flantrofis maupun perusahaan-perusahaan swasta atau BUMN yang telah menjadi mitra atau menaruh kepercayaan terhadap Muhammadiyah.

### **Gambaran tentang Praktik Filantropi di Kalangan Warga Muhammadiyah**

Pertama, mayoritas warga Muhammadiyah adalah kelompok kelas menengah Muslim dengan penghasilan perbulan rata-rata antara 3-6 juta dan 6-7 juta rupiah per bulan. Mereka pada umumnya bekerja sebagai pegawai, baik dengan bekerja di lembaga swasta maupun kepada lembaga pemerintah. Hanya sebagian kecil saja yang berkiprah sebagai wiraswastawan. Latar belakang pendidikan mereka relatif baik atau banyak yang telah meraih gelar sarjana dan bahkan gelar Master dan Doktor.

Kedua, persepsi tentang derma dan kedermawanan di kalangan warga Muhammadiyah menunjukkan bahwa pandangan keagamaan masih sangat dominan. Hal ini bisa dilihat dari pengakuan responden tentang motivasi berderma atau berdonasi yang lebih didominasi oleh untuk kepuasan batin, untuk menjalankan perintah agama atau “membersihkan hati”, dan akan lebih banyak meningkatkan donasi mereka untuk kepentingan agama. Sedikit dari responden yang menginggung aspek kepedulian sosial dan solidaritas atau tentang kepentingan publik non-keagamaan.

Ketiga, reponden yang merupakan warga Muhammadiyah dari penelitian ini hanya kurang dari 40 persen yang mengenal dengan baik lembaga amil zakat Muhammadiyah (lazismu), dan tingkat pengenalan mereka terhadap lembaga-lembaga lain lebih merata, dan yang paling dominan adalah pengenalan terhadap Baznas. Dengan demikian, tingkat popularitas Lazismu di kalangan warga Muhammadiyah secara umum tidak terlalu tinggi dan Karena itu perlu ditingkatkan sosialissinya

Keempat, tingkat pengenalan terhadap lembaga amil juga akan berkorelasi dengan keputusan warga dalam mengalokasikan donasi mereka. Pasalnya, keputusan warga untuk mengalokasikan dan meningkatkan donasi mereka lebih banyak ditentukan oleh tingkat pengenalan mereka dengan lembaga amil zakat. Reponden mengakui bahwa donasi mereka bisa meningkat apabila: a) lembaga amil memberikan program yang bermanfaat untuk masyarakat; b) melihat lembaga amil memiliki program-program baru; dan c) memandang bahwa ambil cukup inovatif dalam menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi masyarakat.

### **Rekomendasi-rekomendasi**

Dari hasil penelitian ini, dapat dirumuskan beberapa rekomendasi kepada pihak-pihak sebagai berikut:

#### ***Warga Muhammadiyah***

- Warga Muhammadiyah untuk memberikan dukungan terhadap pelbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh Lazismu, dengan memberikan dukungan baik material-finansial maupun dukungan moral.
- Warga Muhammadiyah menjadikan Lazismu sebagai pilihan utama dalam memberikan dana zakat infak dan sedekah.
- Warga Muhammadiyah dapat memberikan dukungan dan pengawasan pelaksanaan kebijakan-kebijakan tentang gerakan filantropi Islam yang telah dirumuskan oleh persyarikatan

#### ***Pimpinan Amal Usaha Muhammadiyah***

- Amal Usaha Muhammadiyah memberikan atau meningkatkan dukungan, baik berupa dukungan fasilitas maupun sumber dayam manusia.
- Amal Usaha Muhammadiyah menjadikan Lazismu sebagai salah satu mitra strategis mereka dalam bidang sosial-kemanusiaan.
- Amal Usaha Muhammadiyah mengintensifkan sosialisasi tentang Lazismu di kalangan pegawainya
- Amal usaha Muhammadiyah mengalokasikan atau menyalurkan sebagian dana sosial mereka sebagai bentuk dukungan terhadap Lazismu dalam menjalankan program-programnya

#### ***Pengurus Pimpinan Muhammadiyah (PWM/PDM)***

- Pimpinan Muhammadiyah dapat memberikan landasan hukum yang kuat bagi keberadaan Lazismu dan pengelaan filantropi di tingkat Daerah dan Cabang
- Pimpinan Muhammadiyah mengintensifkan sosialisasi tentang Lazismu di kalangan warga Muhammadiyah dan memberikan dukungan kebijakan untuk mobilisasi dana-dana sosial di kalangan warga dan AUM melalui Lazismu
- Pimpinan Muhammadiyah lebih terlibat aktif dalam memberikan dukungan kepada Lazismu dengan membantu menyediakan kantor awal dan terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan Lazismu
- Pimpinan Muhammadiyah memberikan pengawasan secara berkala untuk meningkatkan kinerja Lazismu.

#### ***Pengurus Lazismu***

- Pengurus Lazismu meningkatkan kapasitas kelembagaan untuk menjadikan Lazismu sebagai lembaga amil yang akuntabel dan kredibel.
- Pengurus Lazismu menyediakan pelbagai bentuk program baru yang inovatif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- Pengurus Lazismu meningkatkan komunikasi dengan berbagai cara kepada pimpinan Muhammadiyah dan pimpinan Amal Usaha Muhammadiyah.

- Pengurus Lazismu mencari tempat-tempat yang lebih strategis untuk meningkatkan pelayanan terhadap donatur dan penerima manfaat.
- Memperkaya model-model mobilisasi dana infak dan sedekah baik yang bersifat individu maupun kelembagaan.

### Potensi Dana Filantropi Muhammadiyah

Berdasarkan hasil penelitian ini, Muhammadiyah memiliki potensi dana filantropi yang cukup besar yang berasal dari dua sumber, yaitu warga Muhammadiyah dan amal usaha Muhammadiyah.

### Potensi Dana Filantropi AUM

AUM memiliki peran penting dalam menggerakkan tradisi filantropi Muhammadiyah. Setidaknya terdapat jumlah dana sosial (infak dan sedekah) yang cukup besar yang dikelola oleh AUM yang dapat disinergikan bersama Lazismu maupun mitra-mitra Lazismu dalam bidang sosial-kemanusiaan. Berdasarkan kapasitas yang dimiliki oleh AUM serta kemampuan mengeluarkan dana sosial yang ada, setidaknya terdapat potensi sekitar lebih dari 365 milyar rupiah dana filantropi yang bisa digali dan dimanfaatkan setiap tahunnya.

Potensi Filantropi Amal Usaha Muhammadiyah					
Besaran Dana Filantropi		Perguruan Tinggi			Potensi Dana Filantropi
Kelompok Dana	Rata-rata	Total	%	Jumlah PT	
Dibawah 50 juta	Rp 40.000.000	172	59	101	Rp 4.059.200.000
50 juta - 100 juta	Rp 80.000.000		14	24	Rp 1.926.400.000
100 juta - 250 juta	Rp 230.000.000		4	7	Rp 1.582.400.000
250 juta - 500 juta	Rp 450.000.000		9	16	Rp 7.200.000.000
500 juta - 1 Milyar	Rp 750.000.000		-	-	-
Diatas 1 Milyar	Rp 1.200.000.000		14	24	Rp 28.896.000.000
		Total dana Filantropi			Rp 43.664.000.000
Besaran Dana Filantropi		Rumah Sakit			Potensi Dana Filantropi
Kelompok Dana	Rata-rata	Total	%	Jumlah RS	
Dibawah 50 juta	Rp 40.000.000	457	77	352	Rp 14.075.600.000
50 juta - 100 juta	Rp 80.000.000		15	68	Rp 5.440.000.000
100 juta - 250 juta	Rp 230.000.000		-	-	-
250 juta - 500 juta	Rp 450.000.000		8	37	Rp 16.452.000.000
500 juta - 1 Milyar	Rp 750.000.000		-	-	-
Diatas 1 Milyar	Rp 1.500.000.000		-	-	-
		Total dana Filantropi			Rp 35.967.600.000

Besaran Dana Filantropi		Sekolahan			Potensi Dana Filantropi
Kelompok Dana	Rata-rata	Total	%	Jumlah Sekolah	
Dibawah 50 juta	Rp 10.000.000	2915	53	1545	Rp 15.450.000.000
50 juta - 100 juta	Rp 60.000.000		18	525	Rp 31.500.000.000
100 juta - 250 juta	Rp 200.000.000		23	670	Rp 134.000.000.000
250 juta - 500 juta	Rp 450.000.000		-	-	
500 juta - 1 Milyar	Rp 600.000.000		6	175	Rp 105.000.000.000
Diatas 1 Milyar	Rp 1.500.000.000		-	-	
		Total dana Filantropi			Rp 285.950.000.000
<i>Tiga ratus enam puluh lima milyar limaratus delapan puluh satu juta enam ratus ribu rupiah/per tahun</i>					<b>Rp 365.581.600.000</b>
<b>Potensi Filantropi Seluruh AUM</b>					

### Potensi Filantropi Warga

Saat ini jumlah warga Muhammadiyah belum bisa dipastikan dalam hitungan angka. Asumsi potensi ini didasarkan pada 2% dari jumlah warga Muhammadiyah yang sudah memiliki NBM, yang mencapai 1.5 juta orang, yaitu 30.000 orang. Berdasarkan kelompok pendapatan warga yang dikalikan dengan jumlah prosentase warga, maka muncul gambaran sebagai berikut.

Kelompok Pendapatan perbulan warga	Estimasi Warga Muhammadiyah			Total Potensi
	Total (Jiwa)	%	Jumlah (jiwa)	
Kurang dari 3.000.000	30,000	30.8	9240	Rp 1,011,780,000
3.000.000 - 6.000.000		52.1	15630	Rp 2,422,650,000
6.000.000 - 12.000.000		14.1	4230	Rp 9,425,497,500
12.000.000 - 15.000.000		1.2	360	Rp 180,000,000
Diatas 15.000.000		1.8	540	Rp 228,690,000
		Potensi Dana Filantropi perbulan		Rp 13.268.617.500
	Potensi Dana Filantropi pertahun		Rp 159.223.410.000	

Dengan demikian, gambaran potensi secara keseluruhan adalah 524.805.010.000,- (lima ratus dua puluh empat milyar delapan ratus lima juta sepuluh ribu rupiah. Angka ini akan bertambah bila asumsi jumlah warga berubah sesuai dengan cara pengambilan cara perhitungannya, misalnya dengan estimasi jumlah warga Muhammadiyah yang mencapai 20-30 juta orang. Selain itu, AUM yang dimasukkan dalam hitungan di atas diperoleh di website Muhammadiyah (data yang tercantum hanya PT, RS & sekolah, belum termasuk Bank/BPD dan jenis usaha lainnya).