

BAB II KAJIAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Secara etimologi, strategi berasal dari kata Yunani, *strategos* yang berarti jenderal. Strategi pada mulanya berasal dari peristiwa peperangan yaitu sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk kebutuhan ekonom, sosial, budaya, dan agama. Dalam bukunya George mendefinisikan strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos*, yang berarti jenderal. Oleh karena itu, kata strategi secara harfiah berarti “seni para jenderal”. Kata ini mengacu pada perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi lembaga, penetapan sasaran organisasi dengan menganut kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.¹

Strategi dapat diartikan sebagai *A plan, method, or series of activities designet to achives a particular educational goal*, dengan kata lain strategi dapat diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi dapat diartikan pula sebagai garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam rangka mencapai sasaran yang telah ditentukan strategi.²

Berikut ini merupakan beberapa penjelasan mengenai pengertian strategi diantaranya :

- a. Menurut *Wahyudi* manajemen strategi adalah suatu proses yang digunakan oleh manager dan karyawan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi dalam penyediaan *customer vebet* terbaik untuk menciptakan visi organisasi.

¹ George A. steiner, John B. Miner, Kebijakan dan strategi manajemen (Jakarta Erlangga,1997). h.18

² Ahmad, *manajemn strategis* (makasar : nas media putaka, 2020) 2.

- b. Menurut *Simorangking* manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu pembuatan (*formulatin*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*), keputusan-keputusan strategi antara fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan – tujuan dimasa yang akan datang.
- c. *Lukito* menjelaskan bahwa manajemen strategi adalah manajemen yang mengutamakan strategi untuk membuat strategi didalam sebuah strategi menjadi unggul sehingga menang dalam berkompetensi.
- d. Menurut *Mintzberg* serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut.
- e. Menurut *Frad R. David* strategi adalah seni dan ilmu untuk memformulasi dan mengimplemasi dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai sebuah tujuan.
- f. Menurut *George R. Terry* manajemen strategi adalah pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui atau bersama-sama usaha orang lain yang memiliki empat fungsi dasar yakni Planning, Organizing, Actuating dan Controlling. Keempat fungsi manajemen ini sering disebut dengan POAC.³

Dari beberapa definisi tentang manajemen strategi tersebut diatas terdapat satu hal penting yang dapat disimpulkan, yaitu bahwa manajemen strategi terdiri atas 3 proses yaitu :

- 1) Penetapan strategi, yang meliputi pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan perusahaan atau organisasi, pengembangan alternative-alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk diadopsi.
- 2) Penerapan strategi, meliputi penentuan sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan perusahaan atau organisasi, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan

³ George, R. Terry, dan Leslie W Rul, Dasar-dasar Manajemen, (Jakarta : Bumi Akrasa, 1999).

sumberdaya agar strategi yang telah ditetapkan dapat di imlementasikan.

- 3) Evaluasi atau control starategi mencakup usaha-usaha untuk memonitor seluruh hasil dari pembuatan dan penerapan strategi, termasuk mengukur kinerja individu dan perusahaan serata mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan.⁴

Berikut adalah Srategi pemberdayaan zakat. Kehadiran badam amil zakat, infaq, sedeqah adalah untuk menjawab berbagai tantangan actual yang dihadapi umat islam dengan memanfaatkan kekuatan yang ada pada umat islam itu sendiri. Terutama pada lembaga pengelolaan zakat harus berubah dari pengelolaan zakat secara tradisional ke cara lebih professional dengan perumusan strategi-strategi. Salah satu strategi yang perlu diciptakan adalah menciptakan persepsi orang (terutama muzakki dan mustahik), tentang zakat dan pengelolaannya. Mustahik yang diberikan zakat harus mempunyai tanggung jawab dan bukan hanya merupakan pemberian semata sebagai balas kasih atau simpati, tetapi lebih dari itu adalah agar mereka dapat menggunakan zakat tersebut untuk mengembangkan dirinya lebih mandiri yang akhirnya terlepas dari rantai kemiskinan.

Secara umum kita dapat membangun strategi yang digunakan dalam pemberdayaan zakat diantaranya :

- a) Peningkatan perekonomian secara langsung dengan memberikan modal usaha. Strategi ini digunakan untuk para mustahiq yang produktif secara kemampuan berusaha seperti dagang, jasa (tukang sepatu, penerima upah bajak sawah, dll) yang membutuhkan modal.
- b) Peningkatan perekonomian secara pemberian skill dan keterampilan melalui workshop atau training kepada mustahik yang masih produktif.
- c) Peningkatan perekonomian melalui pemberian modal usaha untuk mustahiq yang ingin meningkatkan perekonomian dan kemandirian.
- d) Peningkatan perekonomian membuka lapangan kerja bagi mustahiq yang tidak mempunyai kemampuan mengurus wirausaha sendiri.

⁴Ahmad, *manajemn strategis*, 4.

Berdasarkan penciptanya strategi diatas diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan ummat, dan senantiasa meningkatkan usaha para mustahiq dalam menggunkan zakat itu agar berdaya guna dan bermanfaat.⁵

B. Pengertian *Fundraising*

Fundraising adalah proses pengumpulan dana dan sumber dana lainnya dalam menciptakan sinergi program untuk pemberdaya masyarakat. Dana yang bersumber dari donatur dikelola oleh lembaga dengan pertanggung jawaban yang amanah.⁶ Dapat juga diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumberdana lainnya dari masyarakat baik (individu kelompok organisasi perusahaan dan pemerintah), yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan oprasional lembaga dengan tujuan akhir untuk mencapai visi dan misi lembaga tersebut.⁷

Substansi *fundraising* berupa metode diartikan sebagai pola, bentuk atau cara-cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga dalam rangka penggalangan dana dari masyarakat. Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan mannfaat lebih bagi masyarakat donatur dan muzakki. Menurut *Juwaini* metode ini pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu: *direct fundraising* (secara langsung) dan *indirect Fundraising* (secara tidak langsung).

a. *Direct fundraising* (secara langsung).

Metode yang digunakan menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, sepeti contoh: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung.

b. *Indirect fundraising* (secara tidak langsung).

Metode ini yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara

⁵ Siti aminah chaniago, perumusan manajemen strategi pemberdaya zakat, vol 12, no 1 jurnal hukum islam (JHI) (2014) , 98-99.

⁶ Abdul ghofur, tiga kunci fudrasing (sukses dalam mebangun lembaga nirlaba) .(jakarta:gramedia pustaka utama, 2018) .2.

⁷ Muhyar fanani, *berwakaf tak harus menunggu kaya : dinamika pengelolaan wakaf uang di indonesia* (semarang : walisongo pres, 2010) 129-130.

langsung, seperti contohnya: *image campaign*, penyelenggaraan event, menjalin relasi, melalui referensi, mediasi para tokoh, dan lain-lain.⁸

Pada umumnya sebuah lembaga melakukan kedua metode tersebut yaitu metode *fundraising* langsung atau tidak langsung. Karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya sendiri-sendiri. Metode *fundraising* langsung diperlukan karena tanpa metode langsung, donatur akan kesulitan untuk mendonsiakan danannya. Sedangkan jika semua bentuk *fundraising* dilakukan secara langsung maka akan tampak donatur dan berpotensi meningkatkan kejenuhan. Kedua metode tersebut dapat digunakan secara fleksibel dan semua lembaga harus mampu dalam mengkombinasikan kedua metode tersebut.

Fundraising adalah bagian terpenting dari alur manajemen tata kelola ZIS, karena *pertama*, *fundraising* menentukan hidup matinya lembaga atau organisasi, tanpa adanya dana yang di himpun, mustahil program dan tujuan organisasi bisa diwujudkan. *Kedua*, aktivitas *fundraising* dapat mengembangkan dan melakukan penguatan program kerja lembaga secara kontinyu demi mewujudkan kemanfaatan masyarakat. *Ketiga*, *fundraising* mampu mengurangi rasa ketergantungan kepada pihak tertentu. *Ke empat*, aktivitas *fundraising* menjamin keberlanjutan dan manfaat hasil program. *Kelima*, aktivitas *fundraising* dapat mambangun konstituen atau keanggotaan lembaga. *Keenam*, aktivitas, *fundraising* dapat meningkatkan *image* atau kredibilitas lembaga.⁹

Adapun lima tujuan pokok dari *fundraising* adalah :

- 1) Menghimpun dana adalah tujuan *fundraising* yang paling mendasar.
- 2) Menambah jumlah populasi donatur dan meningkatkan nominal donasi.
- 3) Menghimpun simpatisan dan pendukung, karena mereka yang sudah punya kesan positif degan lembaga, meskipun tidak punya donasi akan mendukung dan bersifat fanatik

⁸Mufti Afif, Andi Triawan, Miftahul Huda, Arie Rachmad Sunjoto Achmad Fajarudin, *optimalisasi Filantropi Islam Berbasis Masjid*, (Ponorogo, UNIDA Gontor Press 2021) 36

⁹ Nur hasanah media filantropi nahdiyin : menghimpun infak menebar manfaat melalui gerakan koin Nu. 32

pada lembaga tersebut, ini bermanfaat sebagai jaringan informal lembaga.

- 4) Membangun citra atau brand *image* lembaga.
- 5) Memberikan kepuasan donatur, karena ini akan mempengaruhi donasi mereka pada lembaga.¹⁰

Ada empat tahap dalam strategi *fundraising* zakat yaitu sebagai berikut :

1. Penentuan segmen dan target muzakki

Penentuan target dan segmen muzakki yang dimaksud adalah untuk mempermudah amil melaksanakan tugas penghimpunan zakat. Amil tidak langsung terlibat dalam proses pengumpulan zakat tanpa mengetahui peta muzakki secara jelas. Pemetaan potensi zakat dari kalangan muzakki mensyaratkan adanya data dan informasi menyeluruh tentang umat islam dari aspek sosial, ekonomi, pendidikan, budaya, dan geografi. Aspek-aspek ini dilakukan karena sangat membantu proses pelaksanaan sosialisasi pemahaman tentang kewajiban zakat dan dampaknya terhadap transformasi sosial ekonomi umat.

2. Penyiapan sumber daya dan sistem operasi

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penyiapan sumber daya manusia dan sistem operasi yaitu sebagai berikut :

- a. Menyusun dan membebani sumber daya manusia yang memiliki moral dan kompetensi yang tepat.
- b. Memilih pengurus-pengurus organisasi zakat yang memiliki komitmen dan kompetensi untuk mengembangkan organisasi zakat terutama dalam mengelola dan mensosialisasikan visi misi organisasi zakat.
- c. Membangun sistem dan prosedur yang baik, hal tersebut dapat mendukung terpenuhinya standarisasi oprasiaonal dan menghindari penyimpangan, seta membuat dokumentasi dengan baik.
- d. Mengadakan pelatihan bagi lembaga zakat.¹¹

¹⁰ Nur hasanah media filantropi nahdiyin, 33

¹¹ Anwar. S., "Optimalisasi Pelayanan Zakat Melalui Pemberdayaan Networking Lembaga," *Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah* 15, no. 2 (2016): 1410–5705, <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/anida>.

3. Membangun sistem komunikasi

Hal yang diperlukan diperhatikan dalam membangun sistem komunikasi harus menekankan pada pembangunan data base, yaitu mereka yang memenuhi kriteria sebagai muzakki utama akan menjadi sasaran komunikasi. Membangun sistem komunikasi permanen yang memungkinkan masyarakat mengetahui apa yang dilakukan organisasi zakat secara komperhensif, hal ini dapat dilakukan dengan cara;

- a. Membangun atau memilih media yang tepat untuk mengkomunikasikan secara efektif dan efisien, contohnya adalah bulletin organisasi yang lebih representative dan lengkap agar memuat informasi lebih banyak.
 - b. Melakukan proses komunikasi secara tepat dan teratur, sepeti komunikasi mingguan dan komunikasi bulanan.
 - c. Melakukan kerja sama dengan media massa, baik itu media elektronik maupun media cetak, lokal maupun nasional.
4. Menyusun dan melakukan sistem pelayanan dilakukan dengan tetap mengacu pada segmen dan target muzakki utama, sehingga dapat disusun dengan bentuk pelayanan yang lebih tepat untuk mereka. Pelayanan tersebut antara lain :
- a. Pelayanan secara individu dimana individu yang bersangkutan membayar zakat melalui aplikasi atau QR barkode yang disediakan oleh lembaga maupun organisasi.
 - b. Pelayanan melalui jemput bayar zakat.

Dapat disimpulkan bahwa strategi penghimpun dana (*fundraising*) merupakan penentuan manajemen penghimpunan dana yang dipengaruhi oleh lembaga amil zakat untuk menggalang dana zakat dari muzakki dalam jumlah yang telah menjadi ketentuan dalam undang-undang zakat pada waktu yang telah ditentukan.¹²

¹²Endang styawati,skripsi, *Strategi kolektifitas zakat melalui ecommerce (studikamus fundraising zakat melalui toko pedia didompet duaafa)*, (Sidoarjo, UIN Sunan Ampel Surabaya 2020) 62

Agar tujuan *Fundraising* zakat dapat terpenuhi. Berikut ada beberapa strategi yang dapat dilakukan :

1) *Fundraising* zakat melalui tokoh publik

Mengutip dari konser amal almarhun didi kempot dari rumah, yang berhasil mengumpulkan dana amal yang bahkan melebihi dana konser yang diselenggarakan distadion maupun lapangan terbuka, merupakan strategi yang cukup *efektif* jika diterapkan dalam *fundraising*. *Ir soekarno* juga pernah menghimpun dana yang besar dari masyarakat indonesia untuk membeli pesawat pertama Republik Indonesia. Sehingga dengan berdonasi tersebut mampu membeli dua pesawat berjenis Dakota yang menjadi cikal bakal penerbangan indonesia.

2) Digitalisasi *Fundraising*

Digitalisasi *fundraising* merupakan kegiatan penghimpunan dana dengan memanfaatkan media digital. Media digital tersebut seperti dalam bentuk aplikasi jadi sudah tidak ada lagi alasan kesulitan dalam membayar zakat terlebih lagi pada saat pandemic maupun new normal covid -19 seperti ini, yang mengharuskan semua orang untuk mengurangi kontak fisik, seperti berjabat tangan.¹³

Kehadiran internet menghilangkan batasan ruang dan waktu. Perusahaan atau organisasi yang mengelola zakat memiliki kesempatan yang sama bagi masyarakat umum untuk mengakses dan diakses. Manfaat digital *fundraising* dari sebuah organisasi atau lembaga adalah sebagai berikut :

- a. Memperluas marketplace hingga ke pasar nasional maupun internasional.
- b. Menurunkan biaya pembuatan, pemerosesan dan pendistribusian penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunkan kertas.
- c. Menghemat berbagai biaya oprasional, beberapa faktor biaya seperti trasportasi, telekomunikasi, sewa dll.
- d. Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- e. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas pelayanan public.

¹³Wala erpurini, hani fitria R,Erna hikmawati,Febi Dolis H, Ayi muhiban, Desfitriady, sjamsuridjal,Nur Alamsyah, *perubahan perilaku sosial dampak pandemic covid-19 dari sudut pandang teknologi informas*(Bandung : Media sains indonesia,2021) 12-13.

f. Akses informasi lebih cepat.

Selain mempunyai manfaat bagi lembaga atau organisasi digital *fundraising* juga memiliki manfaat bagi muzakki (orang yang berzakat), yaitu:

- a. Muzakki bisa memantau zakat.
- b. Muzakki bisa memantau kapan waktunya untuk berzakat.
- c. Memberikan banyak opsi pemrograman.
- d. Memberi tahu anda tentang sumbangan yang diberikan oleh muzakki.
- e. Memungkinkan muzakki unntuk dengan mudah meninjau riwayat donasi anda dan mencatac barang bukti setoran yang diperoleh.
- f. Mempermudah akses terhadap berbagai informasi terkait zakat.
- g. Memudahkan wajib zakat dalam menunaikan kewajibannya.¹⁴

Kemudahan yang dapat diperoleh dari adanya digital *fundraising* diantaranya, tidak perlu susah payah mendatangi lembaga atau badan amil zakat, cukup dengan menjalankan aplikasi yang bisa dipasang di handpon atau android atau IOS.

Sedangkan menurut *Michael narton*, ada beberapa strategi yang harus diperhatikan dalam menghimpun dana (*fundraising*) yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan kebutuhan, apakah hanya sebatas agar organisasi bisa terus berjalan atau ingin meningkatkan kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan yang semakin meningkat.
2. Mengidentifikasi sumber dana, apakah hanya berasal dari individu perorangan atau juga melibatkan lembaga atau perusahaan.
3. Menilai peluang misalnya mana sumber dana yang bisa digali serta melihat perspektif waktu dari sumber daya lembaga.
4. Mengidentifikasi hambatan, baik yang muncul karena sifat dan arah perjuangan organisasi maupun dari organisasi atau lembaga itu sendiri.¹⁵

¹⁴Siti SaharaSiregar&HendraKholid,“Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui Platform E-Commerce(Studi Komparatif Act ,Dompert Dhuafa, RumahZakat)” dalam *Jurnalal-Mizan*,Vol.3,No.2., (2019), h.81.

C. Pengertian Zakat

Secara bahasa zakat berarti “mensucikan, tumbuh, atau berkembang”. Menurut istilah syara, zakat bermakna mengeluarkan sejumlah harta tertentu untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (mustahik) sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan dalam syariat islam.¹⁶

Dalam islam sudah diatur siapa saja yang berhak menerima zakat. Golongan ini sering disebut dengan istilah ashnaf delapan, berikut adalah golongan penerima zakat (ashnaf delapan) :

1. Orang fakir

Al-faqir menurut madzab syafi'i dan hambali adalah orang yang tidak memiliki harta benda dan pekerjaan yang mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari. Dia tidak mempunyai suami, ayah, ibu dan keturunan yang mampu mambiyainya, baik untuk membeli makanan, maupun tempat tinggal. Misalnya, kebutuhan berjumlah sepuluh, tetapi dia hanya memperoleh tidak lebih dari tiga, sehingga meskipun dia sehat, dia meminta-minta kepada orang untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggalnya serta pakaiannya.

2. Orang miskin

Al-masakin adalah bentuk jamak dari *Al-miskin*. Kelompok ini adalah kelompok ke dua penerima zakat. Orang miskin adalah orang yang tidak memiliki pekerjaan, penghasilannya juga tidak dapat digunakan untuk memenuhi hajat hidupnya.

3. Panitia zakat (*Amil*)

Panitia zakat adalah orang-orang yang bekerja memungut zakat. Panitia ini disarankan harus mempunyai sifat kejujuran dan menguasai hukum zakat.

4. Muallaf

Muallaf adalah kelompok orang-orang yang lemah niatnya untuk memasuki agama islam. Mereka diberi bagian

¹⁵ Michal Narton, *Menggalang dana : Pedoman bagi lembaga swadaya masyarakat* (Yogyakarta : Andi Publising, 2008). 70-71.

¹⁶ Yusuf Wibisono, *mengelola zakat indonesia : diskursus pengelolaan zakat nasional dari rezim undang-undang nomor 38 tahun 1999 ke rezim undang-undang nomor 23 tahun 2011*. (Jakarta ; Prenadamedia group, 2016) 1.

dari zakat agar niat mereka memasuki islam menjadi kuat. Kelompok ini terdiri dari dua macam; Muslim dan kafir.

5. Para Budak

Para budak yang dimaksudkan disini, menurut jumbuh ulama, ialah para budak muslim yang telah membuat perjanjian dengan tuannya (al-mukatabun) untuk dimerdekakan dan tidak mempunyai uang untuk membayar tebusan atas diri mereka, meskipun mereka telah bekerja keras dan membanting tulang mati-matian.

6. Orang yang memiliki hutang (Ghairm)

Mereka adalah golongan orang yang memiliki hutang, baik hutang itu untuk dirinya sendiri maupun tidak, baik hutang itu digunakan untuk hal-hal yang baik maupun untuk melakukan kemaksiatan.

7. Orang yang berjuang di jalan Allah (Fii sabilillah)

Yang termasuk dalam kelompok ini ialah para pejuang yang berperang di jalan Allah yang tidak di gaji oleh markas komando mereka karena yang mereka lakukan hanyalah berperang.

8. Orang yang sedang dalam perjalanan (Musafir)

Orang yang sedang melakukan perjalanan adalah orang-orang yang berpergian (musafir) untuk melaksanakan suatu hal yang baik (tha'ah) tidak termasuk maksiat.¹⁷

Secara bahasa Zakat memiliki akar kata Zakat, kata ini ditafsir banyak ulama dengan penafsiran yang berbeda – beda, antara lain :

- a. Zakat yang berarti *At-thahuru* (membersihkan atau mensucikan), demikian juga menurut Abu Hasan Al-Wahidi Dan Imam Nawawi. Artinya, orang yang selalu menunaikan zakat karena Allah, bukan dipuji manusia, Allah akan membersihkan dan mensucikan baik hartanya maupun jiwannya.
- b. Zakat bermakna *al-barokatu* (berkah). Artinya, orang yang selalu membayar zakat, hartanya akan selalu dilimpahkan keberkahan oleh Allah SWT. Keberkahan ini akan berdampak pada keberkahan hidup. Keberkahan ini lahir

¹⁷ Dr. Fasiha, "zakat produktif alternatif sistem pengendalian kemiskinan", (sulawesi selatan, laskar perubahan : 2017),38-45.

karena harta yang kita gunakan adalah harta yang suci dan bersih.

- c. Zakat bermakna *An-namuw* yang berarti tumbuh dan berkembang. Makna ini menegaskan bahwa harta yang dizakatkan (dengan izin Allah) akan selalu tumbuh dan berkembang. Hal ini disebabkan oleh kesucian dan keberkahan harta yang telah ditunaikan kewajiban zakatnya.
- d. Zakat bermakna *As-shalahu* yang berarti beras atau kebagusan. Bahwa orang-orang yang selalu menunaikan zakatnya atau hartanya akan selalu beres dan jauh dari masalah.¹⁸

Zakat dari segi fikih berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang yang berhak, disamping berarti mengeluarkan jumlah harta tertentu itu sendiri. Jumlah yang dikeluarkan dari kekayaan itu disebut zakat karena yang dikeluarkan dari kekayaan itu disebut zakat karena yang dikeluarkan itu bertambah banyak, membuat lebih berarti dan melindungi kekayaan itu dari kebinasaan. Ibnu Taimiah berkata: jiwa orang yang berzakat itu bersih pula : bersih dan bertambah maknanya.¹⁹

Zakat merupakan salah satu dari rukun islam yang memiliki potensi besar untuk mempersatukan umat islam, kewajiban zakat dalam islam memiliki makna yang fundamental, selain berkaitan erat dengan aspek-aspek ketuhanan, zakat juga berkaitan dengan ekonomi dan sosial. Dan banyak ayat dalam Al Quran menerangkan zakat beriringan dengan ibadah wajib yang lain yaitu syahadat, sholat, puasa, dan haji bagi yang mampu.²⁰

Zakat adalah ibadah yang memiliki dua dimensi, sebagai bentuk ketaatan Allah dan kewajiban kepada semua manusia. Secara sosiaologis, refleksi dari rasa kemanusiaan, keadilan keimaan, dan ketakwaan yang mendalam yang harus muncul dalam sikap orang kaya. Zakat adalah ibadah *maliyyah*

¹⁸ Direktorat Pemberdayaan Zakat, Pedoman Penyuluhan Zakat, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2013), 11-12.

¹⁹ Sony Santoso dan Rinto Agustino, *Zakat sebagai ketahanan Nasional* (Yogyakarta: CV Budi Utma 2018) 1.

²⁰ Ahmad Hudaifah, Bambang Tutuko, Salman Abdurrubi P, Aisyah Adinda Ishaq, Maulidy albar *Strategi Pengelolaan Zakat Di Indonesia* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka 2020) 2.

ijtima'iyah yang memiliki posisi penting, strategis, dan menentukan baik dari sisi ajaran maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat. Jadi disamping zakat merupakan ibadah *mahdah*, zakat juga berdimensi sosial.²¹

Dari pengertian zakat diatas dapat disimpulkan bahwa harta zakat pada hakikatnya adalah harta kekayaan yang diperoleh dari individu dan kolektif (badan usaha) muslim yang dikumpulkan dikelola dan didistribusikan secara professional melalui proses yang wajar dan proposional kepada individu dan kelompok. Keutamaan organisasi tertentu yang memiliki kekuatan untuk melakukannya. Penyelenggara zakat infaq dan sedekah di indonesia menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 dilaksanakan oleh Badan Amil Zakat atau organisasi zakat.²²

D. Hukum Zakat

Zakat merupakan salah satu ruku islam yang ke lima. Zakat juga merupakan salah satu kewajiban yang ada didalamnya. Zakat diwajibkan dimadinah pada bulan syawal tahun kedua hijriyah. Dalam Al-Quran, zakat digandengkan dengan “sholat” dalam delapan puluh dua tempat. Hal ini menunjukkan bahwa keduanya memiliki keterkaitan yang sangat erat.²³

Landasan hukum zakat dalam Al-Quran terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 43, At-Taubah 103, dan Al-An'am ayat 141

Allah SWT berfirman pada surat al-An'am yang artinya: *“dan dialah yang menjadikan tanaman-tanaman yang merambat dan yang tidak merambat, pohon kurma, tanaman yang beraneka macam rasanya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak serupa (rasanya). Manakah buahnya apabila ia berbuah dan berikanlah haknya (zakatnya) pada waktu memetik hasilnya tapi janganlah berlebih-lebihan,*

²¹ Khairuddin, *zakat dalam islam menelisik aspek historis sosiologis dan yuridis* (Yogyakarta : Zahir publishing, 2020) 1.

²² Muhammad Amin S, “Zakar, Infaq dan Shadaqah : Modal dan Model Idial Ekonomi dan Keuangan Modern” dalam *Jurnal Fakultas Syariah dan Hulum*, Volume 5. no.2 .(2019), h. 4.

²³ Dr. Wahibah Al-Zahayiy, “zakat berbagi kajian madzab”, (Bandung: PT remaja rosdakarya, 1995), 89.

sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan. (Q.S Al- An'am 141).

Selain dari ayat-ayat Al-Quran juga terdapat dari sumber hukum Al-Hadis, misalnya seperti yang diriwayatkan oleh Ath-thabrani dari Ali ra:

“sesungguhnya Allah mewajibkan (zakat) atas orang-orang kaya dari umat islam pada harta mereka dengan batas sesuai kecukupan fuqoro diantara mereka lapar, ingatlah bahwa Allah akan menghisab mereka dengan keras dan mengazab mereka dengan pedeih”²⁴

E. Hikmah Zakat

Hikmah dari zakat adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bentuk perwujudan iman kepada Allah SWT bersyukur nikmat-Nya, menumbuhkan akhlaq mulia dengan memiliki rasa kepedulian yang tinggi, menghilangkan sifat kikir dan rakus, menumbuhkan ketenangan hidup, sekaligus mengembangkan dan mensucikan harta yang dimiliki.
2. Berakhlaq dengan Allah SWT manusia apabila sudah mensucikan diri dari sifat kikir dan batil, sudah siap untuk memberikan dan berinfaq, akan naiklah dari kotoran sifaat kikirnya.
3. Zakat mengobati hati dari cinta dunia
Zakat dari segi lain, merupakan suatu peringatan terhadap hati akan kewajibannya kepada tuhannya dan kepada akhirat serta merupakan obat. Agar hati tidak tenggelam kepada kecintaan harta dan kepada dunia secara berlebihan.
4. Zakat dapat menarik rasa simpati atau cinta
Mengingat antara orang kaya dengan masyarakatnya, dengan ikatan yang kuat, penuh dengan keccintaan, persaudaraan dan tolong menolong. Karena manusia apabila mengetahui ada orang senang memberikan kemanfaatan kepada mereka, berusaha untuk memberikan kebaikan kepada mereka dan menolak kemudharatan mereka, maka secara naluriah

²⁴ Lina Lutfiana “konsepsi zakat sebagai pemecah problematika sosial” jurnal JESKape, Vol.4, No.2, (juli-desember 2020), 263-264.

mereka akan senang kepada orang itu, jiwa mereka akan tertarik kepadanya.

5. Menghindarkan dari sifat kikir.

Manusia pada umumnya memiliki kecenderungan untuk bersifat kikir, baik kikir pada diri sendiri maupun terhadap orang lain. Allah SWT berfirman yang artinya “*sesungguhnya manusia diciptakan bersifat keluh kesah lagi kikir*”²⁵

F. Pengertian Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum (suka menolong, menderma atau dermawan, dsb).

Media sosial (*social media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (*internet*). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*). Kaplan dan Michael healein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideology dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan pencipta dan pertukaran *user-generated content*”.

Berikut beberapa pengertian media sosial menurut para ahli : menurut *mandibergh* media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantaranya pengguna yang menghasilkan konten. Sedangkan menurut *shirky* media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama diantaranya pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka instusional maupun organisasi.

Menurut *boyd* media sosial dijelaskan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi untuk bermain. Menurut *Van dijk* media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada ekstitensi pengguna yang memfasilitasi

²⁵ Kementrian Agama RI, “Panduan Zakat Praktis” (Jakarta:2013),25-29

mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. *Mike* dan *young* juga mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu dan media public berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.²⁶

Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa, media sosial adalah media yang memungkinkan penggunaanya untuk saling berbagi, melakukan aktifitas sosial melalui jaringan internet tanpa ada batasan jarak, ruang dan waktu.

Media sosial adalah media pergaulan yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan internet. Pengguna media sosial dapat berkomunikasi, menjalin pertemanan, mengirim pesan antar satu pengguna dengan pengguna media sosial lainnya. *Kaplan dan Michael heanlein* menyatakan bahwa menyatakan bahwa media sosial merupakan sebuah aplikasi yang berbasis internet dan teknologi Web 2.0 yang dapat memuat pertukaran sebuah pesan atau konten.

Media sosial memiliki cirri-ciri sebagai berikut :

1. Pesan dapat disampaikan kepada banyak orang.
2. Pesan atau informasi yang dapat disampaikan bebas.
3. Pesan dapat lebih cepat sampai.
4. Waktu berinteraksi ditentukan oleh yang menerima pesan.²⁷

Media sosial sudah menjadi sebuah contoh tentang perkembangan teknologi informasi. Dengan adanya media sosial ini untuk mendorong peningkatan kemudahan dalam berzakat. Dengan memanfaatkan media sosial para muzakki akan lebih mudah mendapatkan informasi terkini tentang zakat dan dapat berkomunikasi langsung melalui media sosial.²⁸

Media sosial sebagai salah satu media online di era digital yang memungkinkan para pengguna bisa berpartisipasi telah

²⁶ Dewi Oktavianim, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Manusia IAIN Metro* (Metro, Intitut Agama Islam Negeri Metro, 2019) 26.

²⁷ Augasta Eka Rasa Putra, skripsi, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah (Studi Deskriptif Organisasi Sedekah Rombongan)*; (Yogyakarta, universitas islam indonesia, 2018) 11-12.

²⁸ Dorris Yadewani, Mustika Lukman Arif, Wahyu Indah Mursalini “Pengaruh Pemanfaatan Platform Sosial Media Pada Era Digital Terhadap Prestasi Mahasiswa,” dalam (e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol 8 No.3;2020) 521.

menciptakan dunianya sendiri bagi para penggunanya dan kini telah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat, media sosial telah menjadi komunikasi digital yang begitu mendunia dan memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan publik. Tujuan dari adanya media sosial sendiri adalah sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan antara pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas.²⁹ Memanfaatkan media sosial adalah solusi untuk berbisnis saat ini memang menjadi fenomena baru, aplikasi-aplikasi dari media sosial memang jauh lebih efektif dan bisa dibilang sebagai sarana marketing untuk saat ini.

Berikut merupakan beberapa platform media sosial :

1. Whatsapp

Whatsapp merupakan salah satu platform media sosial yang banyak digunakan untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman secara online. What shap berbagai kemudahan dan dapat mengganti peran dari fiktur pengirim pesann sms (*short message service*) yang dulu sering digunakan, didalam whatsahp sendiri, kita dapat membuat sebuah grub, melakukan video call, telepon, ataupun membuka media promosi. Karena saat ini whatshapp telah diakuisisi oleh facebook, maka sangat mudah untuk melakukan media promosi untuk produk atau mempromosikan yang lainya dan juga dapat memanfaatkan fitur dari whatsapp business untuk mempermudah aktivitas bisnis anda dengan customer.

2. Facebook

Jenis media sosial yng kedua adalah facebook, situs jejaring sosial ini merupakan media yang paling banyak digunakan diseluruh penjuru dunia. Pada tahun 2017 jumlah member dari facebook telah mencapai 2.047.000.000 lebih pengguna, facebook sendiri juga merupakan salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat indonesia. Karena fitur yang ditampilkan cukup mudah sehingga banyak orang yang tertarik untuk menggunkan platform facebook.

²⁹Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," (Jurnal Common, Vol.3 No. 1; 2019) 73.

3. Instagram

Saat ini instagram merupakan salah satu media sosial paling populer, terutama bagi para pengguna internet di Indonesia. Dengan total pengguna aktif mencapai 61 juta orang, dengan rata-rata usia aktif menggunakan platform ini adalah berada direntang usia 15-38 tahun. Kelebihan dan fitur yang dimiliki oleh instagram terletak pada instagram story, feed, dan ig tv. Kita juga dapat memanfaatkan instagram untuk kebutuhan bisnis seperti promosi produk, jasa atau layanan yang dimiliki.

Selain itu didalam instagram juga menyediakan berbagai fitur deteksi wajah atau filter yang menggunakan bantuan AR (*Augmented reality*), sehingga dapat menghasilkan foto atau video yang menarik dan dapat dijadikan sebuah konten atau promosi. Dan fitur yang paling penting untuk menunjang bisnis kita adalah instagram ads, dimana kalian dapat mempromosikan produk melalui layanan iklan yang tersedia, sehingga produk tersebut dapat menjangkau konsumen secara global dan luas.³⁰

4. Website

Pengertian website menurut Sebok, Vermat dan tim adalah kumpulan halaman yang saling terhubung yang didalamnya terdapat beberapa item dokumen dan gambar yang tersimpan didalam web server.³¹

G. Penelitian terdahulu

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Dina Siti Anggraini (2018), “peran media terhadap strategi *fundraising* Via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang” hasil penelitian yang dilakukan oleh dina anggraini ini menunjukkan media sosial mempermudah muzakki dalam membayar zakat secara praktis dan melalui media sosial pendekatan terhadap calon muzakki menjadi lebih mudah dan luas, dengan adanya strategi *fundraising* melalui via online Baznas Jepara mengaami kenaikan dalam pendapatan dana zakat dan kuota

³⁰ Indah Fransiska, Skripsi ; Strategi Pemanfaatan Platform Online Sebagai Media Pengumpulan Zakat Dimasa Pandemic Covid 19 Studi Kasus Baznas Kabupaten Rokan Hilir Riau, 21-22.

³¹ Sebok dan Vermat, *Discovering Computer*, (Boston : Cengage Learning, 2018), 18.

muzakki yang menjadikan Baznas Jepara semain dipercaya oleh masyarakat, karena metode ini mempermudah para muzakki, donatur dalam melakukan zakat, infaq dimanapun berada dan kapanpun saat ingin melakukan zakat.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah memanfaatkan digital *fundraising* untuk menghimpun dana zakat.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu terfokus dalam peran media terhadap strategi *fundraising*, sedangkan penelitian sekarang optimalisasi digital *fundraising* melalui platform guaa penghimpunan dana zakat.

- 2) Aulia Rahmi (2021), “efektivitas program layanan digital Baznas Indonesia Terhadap penghimpunan Zakat pada Basznas Periode 2016-2019” hasil penelitian ini menunjukkan dalam program layanan digital zakat atai digital *fundraising* di Badan Amil Zakat puusat dinyatakan cukup efektif hal ini dilihat dari beberapa hal, menurut teori efektifitas oleh *James L.Gibson*,dkk, menyatakan efektif jika memenuhi empat hal yaitu produktifitas, nasional.

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah menggunakan layanan digital untuk penghimpunan dana zakat.

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitan sekarang adalah penelitian terdahulu terfokus efektivitas program layanan digital BAZNAS untuk penghimpunan, sedangkan penelitian sekarang membahas optimalisasi digital *fundraising* melalui digital platform.

- 3) Windika Wulandari (2020), “Peran Teknologi Digital Dalam menghimpun dana ZIS Pada Laznas Mizan Amanah Jakarta Selatan” penelitian ini menunjukkan bahwa Peran teknologi digital dalam *fundraising* zakat, infak, dan Sedekah di LAZNAS Mizan Amanah yaitu teknologi digital Dimanfaatkan sebagai tempat pembayaran zakat. LAZNAS Mizan Amanah menyiarkan bahwa pembayaran zakat bisa Dilakukan melalui teknologi digital dengan cara berpromosi Lewat jejaring sosial seperti lewat jejaring sosial seperti website.

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah sama-sama memanfaatkan digital *fundraising* untuk perhimpunan dana zakat.

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu terfokus peran teknologi digital dalam menghimpun dana ZIS, sedangkan penelitian sekarang membahas optimalisasi *fundraising* melalui platform digital untuk penghimpunan dana ZIS.

- 4) Dzuriyatun Nafiah (2018), "Efektivitas Strategi Digital Marketing Pada Penghimpunan Dana ZIS" penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi digital marketing pada penghimpunan dana zakat, infaq dan shodaqoh (ZIS) dengan pendekatan *direct rating method* (DRM). Dari penelitian yang telah dilakukan, terbukti bahwa strategi digital marketing melalui facebook, twitter dan instagram dengan pendekatan DRM dikategorikan efektif. Dapat dilihat dari rentang skala bobot yang diperoleh dengan hasil: perhatian 3,18; pemahaman 3,06; respon kognitif 2,97; respon afektif 3,09; dan sikap 3,22. Semua faktor berada pada rentang skala efektif. Nilai total skor DRM sebesar 62,09 yang masuk dalam kategori iklan baik berdasarkan pada tabel *direct rating*.

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu terfokus pada strategi digital marketing *fundraising*, sedangkan penelitian sekarang adalah mengoptimalkan *fundraising* melalui platform digital. Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu terfokus pada strategi digital marketing pada penghimpunan dana ZIS, sedangkan penelitian sekarang adalah penghimpunan melalui platform digital.

- 5) Zulfa Fakhira Nabilla (2021), "Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Platfrom Digital Sebagai Sarana Pembayaran Zakat" Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh terhadap minat menggunakan secara tidak signifikan dikarenakan masyarakat sudah mengetahui kewajibannya membayar zakat yang didampingi pengetahuan akan dampak sosial yang sangat baik bila melakukan zakat dan didukung dengan terariknya masyarakat dengan Tokopedia dalam hal kemudahannya, tetapi faktor literasi tidak memberikan

pengaruh kepada pelanggan untuk menggunakan platform digital Tokopedia salah satunya untuk pembayaran zakat. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat literasi masyarakat terhadap Tokopedia salah satunya dalam hal pembayaran zakat tidak memengaruhi minat menggunakan platform digital pada benak masyarakat.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah memanfaatkan platform digital untuk pembayaran zakat.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu terfokus dengan platform guna untuk pembayaran zakat kepada masyarakat umum, sedangkan penelitian sekarang mengoptimalkan digital *fundraising* melalui platform untuk menghimpun dana ZIS.

Dari penelitian yang dilakukan di atas belum ada yang mengkaji tentang strategi *fundraising* zakat dalam upaya pemanfaatan media sosial kabupaten Jepara sehingga sangat dibutuhkan penelitian yang sangat mendalam tentang hal tersebut. Dalam penelitian kali ini penulis akan membahas tentang *fundraising* Zakat dalam pemanfaatan media sosial.

H. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

