

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Zakat

###### a. Pengertian Zakat

Pengertian Zakat menurut Manzhab Imam Syafi'i zakat adalah pembersihan dan perkembangan [bertambah, kebaikan, dan barokah]. Menurut syari'at, zakat ialah pengeluaran harta tertentu dengan bagian tertentu dan niat tertentu dan di bagikan kepada orang-orang tertentu. Selain guna membersihkan harta, zakat juga memiliki fungsi sosial, ini dapat di lihat dari penyaluran distribusi zakat yang mencakup delapan golongan [asnaf samawiyah yaitu], fakir, miskin, amil, muallaf, riqob, gorim, fi sabilillah dan ibnu sabil. Kedelapan golongan ini secara syara' adalah orang yang berhak menerima zakat, hal ini merupakan salah satu upaya islam dalam mengentaskan kemiskinan masyarakat.

Pengertian zakat menurut Manzhab Imam Maliki zakat adalah mengeluarkan bagian tertentu dari harta tertentu pula, yang telah mencapai satu nisab, di berikan kepada oarang yang berhak menerimanya yakni apabila harta itu merupakan milik penuh si pemberi, kesadaran adalah titik tolak terlaksanya zakat yang telah di tetapkan oleh Al-qur'an sebagaimana kewajiban-kewajiban. Selain itu pemerintah juga memiliki pengaruh yang cukup besar, seperti apa yang pernah di lakukan oleh Khalifah Abu bakar di awal ke Kholifahannya dengan memerangi orang-orang yang tidak membayar zakat. zakat merupakan kewajiban yang harus di tunaikan oleh setiap muslim zakat ini di keluarkan setahun sekali dengan tujuan untuk membersihkan diri dari dan dari harta-harta yang kurang baik. Oleh sebab itu kewajiban zakat bersifat personal tanpa memandang usia walaupun masih bayi atau sudah tua renta, kewajiban tersebut tidak dapat di hilangkan.

Kesimpulan penulis dari pengertian tentang zakat dari ke dua Mandzab di atas, bahwa zakat sangat berpengaruh sekali pada harta kita yang wajib di zakati guna untuk membersihkan harta kita dan memberikannya kepada orang yang berhak menerimanya.<sup>1</sup>

b. Macam-macam Zakat

Zakat secara umum dibagi dua bagian yaitu zakat fitrah dan zakat maal sebagai berikut:

Zakat Fitrah atau zakat badan adalah zakat yang wajib dikeluarkan satu kali dalam satu tahun oleh setiap muslim mukallaf (orang yang dibebani kewajiban oleh Allah) untuk dirinya sendiri dan untuk setiap jiwa atau orang yang menjadi tanggungannya. Jumlah yang harus di keluarkan adalah sebanyak satu sha' ( 1.k 3,5 liter/2,5kg) per jiwa, yang di distribusikan pada tanggal 1 syawal setelah sholat subuh sebelum sholat idul fitri. Zakat fitrah menurut pengertian syara' adalah zakat yang dikeluarkan oleh seorang muslim dari sebagian hartanya kepada orang-orang yang membutuhkan untuk mensucikan jiwanya serta menambal kekurangan-kekurangan yang terdapat pada puasannya seperti perkataan kotor dan perbuatan yang tidak ada gunanya.

Nabi Saw bersabda,

وَالرَّفَثِ الْغَوِي مِنَ اللَّصَائِمِ طُهْرَةَ الْفِطْرِ زَكَاةٌ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولُ فَرَضَ  
لِلْمَسَاكِينِ وَطُعْمَةً

Rasulullah Saw mewajibkan zakat fitrah untuk mensucikan diri orang puasa dari perbuatan sia-sia (al-laghw) dan perkataan kotor (ar-rafats), sekaligus untuk memberi makan orang-orang miskin.

<sup>1</sup> DR, Yusuf Qardawi, *Hukum Zakat*, (litera antar nusa, 1973), hlm 140.

### Zakat Maal

Zakat maal atau zakat harta benda, telah diwajibkan oleh Allah SWT sejak permulaan islam, sebelum Nabi Muhammad SAW hijrah ke madinah. Sehingga tidak heran jika ibadah zakat ini menjadi perhatian umat islam. Zakat diwajibkan tanpa ditentukan kadar dan jenis hartanya. Syara' hanya memerintahkan agar mengeluarkan zakat, banyak-sedikitnya diserahkan kepada masing-masing kesadaran dan kemauan masing-masing.

Adapun pembagian zakat kepada 8 ashnaf (golongan/kelompok) baru terjadi pada tahun ke 9 hijrah. Namun demikian Nabi SAW tidak sepenuhnya membagi rata kepada 8 golongan tersebut, beliau membagikan kepada golongan-golongan yang dipandang perlu dan mendesak untuk disantuni. Zakat mall terdiri dari beberapa macam yaitu : zakat emas/perak/uang, zakat ziro'ah, zakat ma'adin, zakat rikaz, zakat tijaroh.<sup>2</sup>

#### Hadits Nabi Saw,

لَيْسَ مَالٌ قَلِيلٌ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ تَبَّى عَنْ : عَنْهُ اللَّهُ رَضِيَ الْخُدْرِيُّ سَعِيدِ أَبِي حَدِيثِ  
خَمْسِ دُونَ فِيمَا وَلَا صَدَقَةَ ذَوْدِ خَمْسِ دُونَ فِيمَا وَلَا صَدَقَةَ أَوْسَقِ خَمْسَةِ دُونَ فِيمَا  
﴿ عَلَيْهِ مَتَّفَقٌ ﴾ صَدَقَ أَوْاقٍ

Diriwayatkan dari Abi Sa'id Al-Khudri r.a, dia telah berkata: Nabi SAW telah bersabda: “Hasil bumi yang kurang dari lima wasaq (gantang), tidak diwajibkan zakat. Unta yang kurang dari lima ekor, tidak diwajibkan zakat. Perak yang kurang dari lima uqiah (satu uqiah adalah sama dengan empat puluh dirham perak), tidak diwajibkan zakat. (Muttafaq ‘Alaih)

عَلَى ذَلِكَ كَبْرَ الْفِضَّةِ وَالدَّهَبِ يَكْنُزُونَ وَالَّذِينَ نَزَلَتْ لَمَّا قَالَ عَبَّاسُ ابْنِ عَن  
أَصْحَابِكَ عَلَى كَبْرِ أَنَّهُ اللَّهُ يَا بِي فَقَالَ فَاَنْطَلَقَ عَنْكُمْ أَفْرَجَ اَنَا عُمَرُ فَقَالَ الْمُسْلِمِينَ

<sup>2</sup> Faisal Ahmad, *Buku petunjuk zakat praktis*, (Jakarta Timur, Darus Sunah Pers, 2008), hlm. 35

فَرَضَ وَإِنَّمَا أَمْوَالُكُمْ مِنْ بَقِيٍّ مَا لِيُصَيِّبَ إِلَّا الزَّكَاةَ يَفْرُضُ لَمْ يَلْفِظْ إِنَّ فَقَالَ أَلَا يَهْدِي هَذِهِ  
( الشُّكُوهُ كَذَا وَابُودَاوُدُ رَوَاهُ ) .بَعْدَكُمْ لِمَنْ لَتَكُونَ كَلِمَةً وَذَكَرَ الْمُوَاظِثَ

Ibnu Abbas ra. berkata, “Ketika ayat, dan mereka yang menimbun emas dan perak diwahyukan, kaum muslimin merasa sangat susah. maka Umar ra. berkata, “Aku akan mencari jalan keluar bagi kalian.” Iapun pergi dan berkata kepada Nabi saw, “Wahai Nabiyullah, sesungguhnya ayat ini terasa berat bagi sahabatmu.” Nabi Saw. bersabda, “Sesungguhnya Allah tidak mewajibkan zakat kecuali untuk menyucikan harta yang tersisa padamu, sesungguhnya mewajib waris agar kamu dijaga oleh orang-orang setelahmu.(HR. Abu Daud)

Dalam hadits ini dapat kita ketahui dengan jelas bahwa semua penimbunan harta, betapapun sangat diperlukannya, menyebabkan adzab yang keras di akhirat, sehingga hal ini sangat mengejutkan para sahabat. Karena kadang kala, menyimpan uang itu sangat diperlukan untuk menghilangkan kegelisahan mereka.

Zakat diwajibkan atas harta yang telah tersimpan selama setahun penuh. Jika menyimpan itu tidak diperbolehkan dalam suatu keadaan, maka tidak perlu adanya perintah zakat. Dengan demikian hadits tersebut menunjukkan salah satu manfaat zakat. Selain mendapatkan pahala, zakat juga menyucikan harta yang tertinggal.

- c. Unsur-unsur Zakat
- a) Mengeluarkan sejumlah uang
  - b) Kewajiban
  - c) Di berikan oleh orang-orang tertentu
  - d) Mempunyai persyaratan tertentu
  - e) Orangny harus islam
  - f) Hartanya sudah mencapai satu nisab.<sup>3</sup>

Dari unsur-unsur di atas sudah jelas bahwa zakat harus di keluarkan setiap orang yang mempunyai harta dan itu adalah sebuah kewajiban, tidak itu juga zakat harus diserahkan atau di berikan

<sup>3</sup> *Op.Cit*, Hidayah kurnia, *Panduan Pintar Zakat*, (Jakarta:Qultum Media, 2008),hlm 49.

kepada orang yang mebutukan atau sesuai dengan Syari'at Agama Islam.

d. Pola pengumpulan Zakat

- a) Pemerintah tidak melakukan pengumpulan zakat, melainkan hanya berfungsi sebagai motivator, regulator, fasilitator, dalam pengumpulan zakat.
- b) Pengumpulan di lakukan oleh badan Amil zakat yang di bentuk oleh pemerintah dan badan amil zakat yang di bentuk oleh masyarakat dan di kukuhkan oleh pemerintah.
- c) Pengumpulan zakat dapat di lakukan melalui penyerah langsung (datang) ke badan amil zakat melalui conter zakat, unit pengumpulan zakat, pos, bank, pemotongan gaji, dan pembayaran zakat yang dapat mengurangi penghasilan kena pajak.<sup>4</sup>

Kesimpulan penulis untuk pengumpulan dana zakat baiknya langsung di berikan ke Lembaga atau instansi yang terkait pengumpulan dana zakat, selain mudah juga dapat di percaya dan langsung di salurkan si penerima zakat tanpa harus kita sendiri yang memberikannya, selain itu sumbangan yang kita salurkan tidak salah sasaran.

e. Manfaat Zakat

Manfaat zakat dari segi akhlak, zakat memasukan muzaki kedalam golongan orang dermawan yang mempunyai sifat mulia berupa kedermawanan dan rasa toleransi yang tinggi. Zakat bisa meningkatkan rasa kasih sayang dan juga simpati pada diri muzaki terhadap para saudaranya yang sedang kekurangan. Allah sangat mencintai orang-orang yang mencintai saudaranya yang sedang dilanda kekurangan. Pengorbanan raga dan juga harta bagi kaum muslimin bisa menjadikan seseorang lapang dada dan melegakan jiwa. Zakat mampu memperbaiki akhlak seseorang yang dengan ikhlas menunaikannya.

---

<sup>4</sup> Mamtuluatul Magfiroh, *Zakat* (Yogyakarta; PT. Pustaka Insan Madani, 2007), hlm 34.

Manfaat zakat dari segi sosial, zakat bisa membantu fakir miskin dalam memenuhi kebutuhannya, zakat mampu memperkuat tali persudaraan dan ukhuwah islamiyah, zakat bisa menghilangkan rasa iri hati dan dengki yang bersemayam di dada para fakir miskin, zakat bisa menambah harta dan meningkatkan keberkahan harta, dan zakat akan memperluas peredaran harta.<sup>5</sup>

## 2. Fundraising Zakat

### a. Pengertian Fundraising Zakat

Fundrasing dapat di artikan sebagai proses kegiatan penghimpunan dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah yang akan di gunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga yang pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut.<sup>6</sup> Fundrasing juga merupakan proses mempengaruhi masyarakat baik perorangan atau lembaga agar menyalurkan dana untuk keperluan sosial atau keagamaan, proses ini meliputi kegiatan : memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu, atau mengiming-imingi, termasuk juga melakukan penguatan stressing, jika hal tersebut memungkinkan atau di perbolehkan. fundraising sangat berhubungan dengan kemampuan perorangan, organisasi, badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kesadaran dan kepedulian mereka.<sup>7</sup>

### b. Metode Fundrasing zakat

Dalam melaksanakan kegiatan fundrasing, banyak metode dan teknik yang di lakukan adapun yang di maksud metode di sini adalah suatu bentuk kegiatan yang khas yang di lakukan oleh sebuah organisasi dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Metode ini

---

<sup>5</sup> Mafluatul Magfiroh, *Op.Cit*, hlm 34.

<sup>6</sup> Hendra Sutisna, *Fundraising Database*, (Depok:Piramedia, 2006), hlm 50

<sup>7</sup> Hendra Sutisna, *Fundraising Database*, (Depok:Piramida ,2006), hlm 52

pada dasarnya dapat di bagi menjadi dua jenis, yaitu langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*).

Metode Fundraising Langsung (*Direct Fundrasing*) Yang di maksud dengan metode ini adalah metode yang menggunakan teknik-tehnik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi muzaki secara langsung, yaitu bentuk-bentuk fundrasing di mana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzaki bisa seketika (langsung) di lakukan dengan metode ini apabila dalam diri muzaki muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari fundraiser, maka segera dapat melakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang di perlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia sebagai contoh dari metode ini adalah: *Direct mail, Direct advertising, Telefundraising*, dan presentasi langsung. Metode Fundraising tidak langsung (*Indirect fundraising*)

Metode ini adalah suatu metode yang menggunakan teknik-tehnik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzaki secara langsung.yaitu bentuk-bentuk fundraising di mana tidak di lakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki seketika metode ini misalnya di lakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa di arahkan untuk transaksi donasi pada saat itu juga sebagai contoh dari metode ini adalah advertorial, image compaig dan penyelenggaraan event, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi, dan mediasi para tokoh dll. Pada umumnya sebuah lembaga melakukan kedua metode fundraising ini (langsung atau tidak langsung) karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya sendiri-sendiri.metode fundraising langsung di perlukan karena tanpa metode langsung, muzakki akan kesulitan mendonasikan dananya sedangkan jika semua bentuk fundraising di lakukan secara langsung, maka tampak akan menjadi kaku terbatas daya tembus lingkungan calon muzakki dan berpotensi menciptakan kejenuhan kedua metode tersebut

dapat di gunakan secara fleksibel dan semua lembaga harus pandai mengkombinasikan kedua metode tersebut.

c. Managemen Fundraising Zakat

Setiap organisasi nirlaba dalam melaksanakan fundraising memiliki berbagai cara dan strategi dengan tujuan mendapatkan hasil yang optimal.oleh sebab itu dalam melakukan kegiatan fundraising di perlukan adanya manajemen yang mengatur tentang pelaksanaan fundraising.dalam ilmu manajemen di kenal dengan istilah POAC yang artinya perencanaan,pengorganisasian, penggerakan dan pengevaluasian terhadap usaha yang di jalankan agar usaha yang di jalankan dapat terarah.<sup>8</sup> Selain perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengevaluasian untuk lebih mengoptimalkan fundraising baik Badan Amil Zakat (BAZ) maupun Lembaga Amil Zakat (LAZ) perlu mengetahui unsur-unsur tersebut antara lain :

a) Kebutuhan muzaki dan donatur

Kepercayaan dan pelayanan yang baik merupakan kebutuhan donatur dan muzaki yang harus di penuhi oleh OPZ oleh sebab itu BAZ harus bermanfaat bagi kaum dhuafa dan memberikan laporan serta pertanggung jawaban yang di butuhkan oleh donatur dan muzaki menurut Bilson Simamura “kualitas layanan baik sering di katakan sebagai salah satu faktor yang penting dalam keberhasilan suatu bisnis”.

b) Sgmentasi

Sgmentasi pasar adalah proses pengelompokan pasar ke dalam segmen yang berbeda-beda dalam pengelolaan zakat pasar yang di maksud adalah donatur dan muzaki,peran sgmentasi dalam pengelolaan zakat itu memungkinkan BAZ lebih fokus dalam upaya fundraising dan mempermudah BAZ dalam menentukan langkah-langkah kebijakan strategi yang akan datang.

---

<sup>8</sup> Hendra Sutisna, *Fundraising Database*, (Depok:Piramida, 2006), hlm 53



c) Identifikasi calon donatur

Identifikasi calon donatur berfungsi dalam membantu menentukan target dan sasaran. Identifikasi calon donatur dapat dilakukan dengan cara melihat database yang sudah ada minimal dapat diketahui nama, alamat, nomor telfon dan sebagainya.

d) Positioning

Positioning sering di artikan sebagai strategi untuk memenangkan dan menguasai pelanggan, dalam hal ini donatur dan muzakki melalui produk-produk layanan yang di tawarkan sebagai upaya membangun dan mendapatkan kepercayaan. Tujuan di lakukannya positioning ini adalah untuk membedakan produk dan layanan dari para pesaing BAZ satu dengan BAZ yang lainnya.<sup>9</sup>

e) Produk

Mc.carty memberikan definisi yang sederhana mengenai produk, yaitu suatu tawaran dari sebuah perusahaan yang memuaskan atau memenuhi kebutuhan.pengertian produk dalam pengelolaan zakat tidak jauh berbeda dengan pengertian di atas, tetapi produk bukan menjadi obyek dari pemasaran melainkan sebagai salah satu sarana yang dapat mempengaruhi donatur dan muzakki. Unsur produk dalam pengelolaan ZIS antara lain :

- 1) Produk harus jadi wahana penyaluran ZIS.
- 2) Produk harus berbentuk dan dalam kemasan modern.
- 3) Produk yang di gulirkan menjadi program yang memiliki keunggulan
- 4) Produk harus memberikan pertanggung jawaban yang jelas.
- 5) Produk sebagai pencitraan bagi BAZ.

f) Promosi

Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang di gunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*) atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang di hasilkan

---

<sup>9</sup> Faisal Ahmad, *Buku petunjuk zakat praktis*, (Jakarta Timur, Darus Sunah Pers, 2008), hlm 27

organisasi individu ataupun rumah tangga.dengan promosi donatur akan lebih memahami tentang produk yang di tawarkan.

g) Maitenance

Maitenance adalah upaya bagi BAZ untuk senantiasa menjalin hubungan baik dengan donatur dan muzakki tidak ada yang lain yang di harapkan dalam menjalin hubungan baik ini kecuali adanya donatur dan muzaki yang loyal pada BAZ.

## B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Sonhaji yang berjudul “Mengemas Fundraising Zakat”

Strategi *marketing* menjadi kunci kesuksesan perusahaan yang menjual produk dalam bisnisnya. Bertambahnya nilai jual dan daya beli masyarakat akan sangat ditentukan sejauh mana peran *marketing* mengemas produknya dan mengomunikasikan kepada publik. Bahkan, termasuk dalam meyakinkan mitra bisnis dan investor, *marketing* memiliki posisi yang menentukan. Targetnya bagaimana meyakinkan *mindset* publik agar memori produk tersebut terus melekat dalam ingatannya dan menjadi *top of mind*. Lain strategi bisnis dan lembaga laba, lain pula strategi *marketing* dan *fundraising* lembaga nirlaba. Jika strategi *marketing* perusahaan bisnis dan lembaga laba adalah *profit oriented*, maka untuk lembaga nirlaba strateginya adalah peningkatan donasi. Oleh karena itu, lembaga nirlaba seperti Dompot Dhuafa (DD) dan lembaga zakat lainnya pun berusaha menyajikan kemasan menarik untuk kemudahan berdonasi bagi donator dan muzaki. *Fundraising* menjadi ujung tombak penghimpunan. Adapun perbedaan penelitian saat ini hanya melakukan layanan berdonasi saja dan persamaan dalam

penelitian ini adalah sama-sama membahas fundraising lembaga nirlaba.<sup>10</sup>

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Zaki yang berjudul “ Efektivitas Iklan “Zakat Emang Ajib” Dompot Dhuafa Republik Tahun 1431 H dalam Proses Fundraising”

Penelitian di Dompot Dhuafa Republika karena Dompot Dhuafa Republika merupakan salah satu lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan dengan mendayagunakan dana ZISWAF serta dana sosial lainnya dan Dompot Dhuafa Republika senantiasa mencetuskan tema-tema kreatif, menarik,serta mudah dipahami untuk kalangan masyarakat luas pada tiap tahunnya. Fundraising adalah suatu kegiatan penggalangan dana dengan cara menjual ide, daya kreatifitas dan imajinasi yang tinggi, agar mampu menyentuh rasa empati dari donasi. Agar tergerak untuk membiayai kegiatan organisasi menggalang dana. Adapun perbedaan penelitian saat ini peneliti hanya melakukan penelitian di Baitul Maal Cabang Kudus dan peneliti tidak melakukan penelitian Dompot Dhuafa persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas fundraising yang ada dalam suatu lembaga perzakatan.<sup>11</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh sulistyaningsih yang berjudul “Studi Optimalisasi Pengelolaan Dana Zakat dalam Program Fundraising di Rumah Zakat Cabang Semarang”

Penelitian ini menjelaskan tentang strategi fundraising yang digunakan untuk meningkatkan pengelolaan dana zakat. Ketentuan mengenai pengelolaan dana ZIS telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011 dan dalam Al-Qur’an, hadist dan pendapat para ulama’. Rumah Zakat Cabang Semarang memiliki target pertahun 1 milyar, namun dengan pengoptimalisian fundraisingmendapatkan melebihi target. Dari latar belakang tersebut

---

<sup>10</sup> Ahmad Sonhaji, *Mengemas Fundraising Zakat*, (Jakarta:Teras, 2009), hlm. 54

<sup>11</sup> Ahmad Zaki, *Zakat Emang Ajib*, (Jakarta Dompot Dhuafa), 2011, hlm. 72

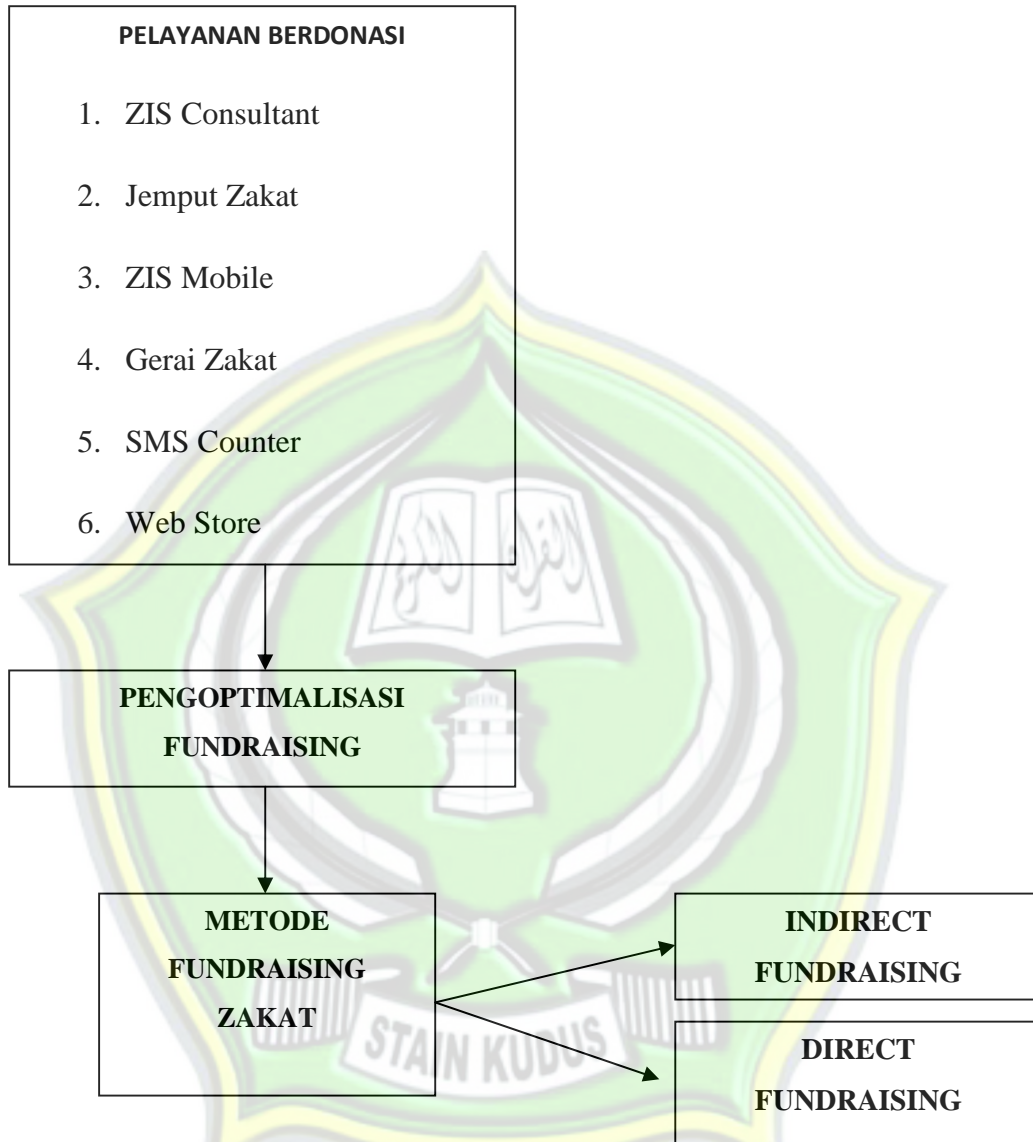
muncul permasalahan, yaitu bagaimana strategi fundraising yang dilakukan Rumah Zakat Cabang Semarang dalam peningkatan pengelolaan zakat dan faktor apa yang mempengaruhi peningkatan pengelolaan di Rumah Zakat Cabang Semarang. Dalam prakteknya, pengelolaan zakat yang ada di Lembaga Amil Zakat dan Badan Amil Zakat dirasa kurang maksimal dan tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh Pemerintah. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan praktek fundraising yang dilakukan di Rumah Zakat Cabang Semarang dalam mengoptimalkan pengelolaan dana zakat. Adapun perbedaan penelitian saat ini peneliti hanya melakukan pendataan dalam melakukan kemudahan berdonasi di Baitul Maal Cabang Kudus dan tidak melakukan strategi dalam fundraising. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Fundraising zakat.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Sulistyaningsih, *Studi Optimalisasi Pengelolaan Dana Zakat, dalam Program Fundraising di Rumah Zakat Semarang*, Rumah Zakat Cabang Semarang, 2010

**C. Kerangka Berfikir**

**Gambar 2.1**



Dari kerangka berfikir di atas penulis menyimpulkan, bahwasannya pelayanan kemudahan berdonasi di Baitul Maal Hidayatullah Cabang Kudus mempunyai beberapa aspek/cara antara lain; *zis cosultan*, jemput zakat, *zis mobile*, gerai zakat, *sms canter*, *web store*, *auto debet*, layanan tranfer dan *e-chaning*. Dengan cara tersebut biar masyarakat dapat mudah menyalurkan sebagian hartanya ke delapan asnaf yaitu; fakir, miskin, amil, muallaf, riqob, gorim, fi sabilillah, dan ibnu sabil dan berikut penjelasan dari beberapa aspek dalam kemudahan berdonasi; *zis consultant* adalah cara di mana konsultasi yang di lakukan amil ke muzaki yang di lakukan di lembaga atau di luar lembaga Baitul Maal Hidayatullah Cabang Kudus yang bertujuan untuk memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang fundraising. *Jemput Zakat* adalah jemput zakat di mana seorang amil mendatangi langsung orang-orang yang mau menginfakkan, menyodakohkan, ataupun menzakatkan sebagian hartanya. *Zis Mobile* adalah penjemputan dana zakat yang di laukan secara langsung yang di ambil ditempat muzaki berada dengan menggunakan mobil. *Gerai Zakat* adalah penggalangan atau pengumpulan dana zakat yang dilakukan ditoko-toko atau gerai yang berada disekitar lembaga yang sudah mendapatkan izin atau dengan kata lain sudah di tentukan oleh lembaga pusat sebagai tempat untuk membayar zakat. *Sms Center* adalah sebuah fitur yang didalamnya terdapat beberapa hal yang berkenaan perzakatan seperti zakat, infaq, dan sedeqah. *Web Store* adalah sebuah fitur dimana masyarakat dapat mengakses berita-berita tentang kegiatan perzakatan di Baitul Maal Hidayatullah Cabang Kudus. *Auto Debet* adalah cara termudah dalam menyalurkan zakat dimana dengan memisahkan rekening belanja dengan rekening tabungan yang berfungsi untuk memastikan seorang menabung secara rutin dengan menggunakan fitur transfer berkala yang bisa secara otomatis mentrasfer uang dari rekening utama dan sering kali menjadi rekening belanja ke rekening Baitul Maal Hidayatullah Cabang Kudus. *Layanan dan e-chaning* adalah dimana layanan tersebut memprioritaskan

memudahkan para muzaki mentransferkan sebagian hartanya ke Baitul Maal Hidayatullah Cabang Kudus.

Pengoptimalan Fundraising Zakat ada Dua Metode;

1. Metode *Indireck Fundraising* (tidak langsung)

2. Metode *Direck Fundraising* (langsung).

1.) Metode Fundraising Langsung (*Direck Fundrasing*)

Metode fundraising langsung (*direck fundraising*) adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung, yaitu bentuk-bentuk fundraising dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzaki bisa seketika [langsung] dilakukan dengan metode ini apabila dalam diri muzakki muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi atau fundraiser, maka segera dapat melakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi.

2.) Metode Fundraising tidak langsung (*Indireck Fundraising*)

Metode Fundraising tidak langsung (*Indireck Fundraising*) adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik yang tidak melibatkan partisipasi muzaki secara langsung yaitu bentuk-bentuk fundraising dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki seketika metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi donasi pada saat itu juga sebagai contoh dari metode ini adalah advetorial, image compige, dan penyelenggaraan event, melalui perantara, menjalin relasi, melalui reverensi, dan mediasi para toko dan lain-lain.

Pada umumnya sebuah lembaga melakukan kedua metode fundraising ini (langsung dan tidak langsung) karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya sendiri-sendiri.