

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Fundraising

##### 1. Pengertian Fundraising

Fundraising merupakan suatu kegiatan penggalangan dana dari individu, organisasi, perusahaan, ataupun pemerintah. Proses ini meliputi kegiatan memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, atau merayu, yang dananya akan digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional lembaga yang ada, pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut. Fundraising tidak hanya mengumpulkan dana semata tetapi juga segala bentuk partisipasi dan kepedulian yang diberikan masyarakat kepada organisasi atau lembaga yang berbentuk dana dan segala macam benda dan fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan dan kesesuaian dengan lembaga fundraising diperlukan dalam kegiatan pencarian sumber-sumber dana, baik melalui donatur maupun dari sumber lainn yang memiliki potensi dalam mengembangkan sebuah organisasi pelayanan sosial. Penggalangan dana adalah proses mempengaruhi komunitas, baik sebagai individu atau perwakilan dari komunitas atau institusi, untuk menggunakan dananya untuk sebuah organisasi.<sup>1</sup>

Selain itu, strategi fundraising adalah rencana sebuah proses mempengaruhi masyarakat agar mau memberikan sebagian hartanya atau sumber daya lainnya dalam melakukan amal kebaikan yang bernilai untuk diberikan kepada kaum dhuafa dan masyarakat yang membutuhkan. Penting adanya strategi fundraising adalah untuk menjadi rancangan dalam menjalankan program baik jangka pendek maupun jangka panjang. Kegiatan fundraising juga dapat mendukung pengoperasian roda kehidupan maupun pengelolaan keuangan sebuah organisasi. Alasan lain dilakukannya fundraising, yaitu untuk mengurangi ketergantungan sebuah organisasi terhadap lembaga donor utama. Menurut Said, Abidin dan Faizah ada tiga cara yang dapat ditempuh oleh organisasi pelayanan sosial dalam menggalang dukungan dari masyarakat yaitu:

- a. Menggalang dana dari sumber yang tersedia, baik dari perorangan, perusahaan, ataupun pemerintah. Untuk

---

<sup>1</sup> April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat* (Yogyakarta: Sukses Offset, 2009), 12.

menggalangnya, mereka bisa menggunakan beberapa strategi. Yaitu: *direct mail*, *media campaign*, keanggotaan, *special event*, *endowment*, dan sebagainya

- b. Menciptakan sumber dana baru. Upaya itu dilakukan dengan cara membangun unit-unit usaha dan ekonomi yang mampu menghasilkan pendapatan lembaga (*earned income*)
- c. Mengkaptalisasi sumber daya *non-financial*. Disini, lembaga bisa menciptakan dana dari sumber *nonfinancial*.<sup>2</sup>

## 2. Metode Fundraising

Ada dua metode dalam melaksanakan aktifitas fundraising dana ZIS (zakat, infak dan sedekah), yaitu dengan metode langsung (*direct fundraising*) dan Tidak langsung (*indirect fundraising*) tersebut:

- a. Metode Fundraising Langsung (*Direct Fundraising*), metode ini adalah metode yang menggunakan teknik dan cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Yaitu bentuk fundraising dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzaki bisa seketika langsung dilakukan. Dengan metode ini apabila dalam diri muzaki muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari *fundraiser* sebuah lembaga, maka segera dapat melakukan dengan mudah karena semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia. Sebagai contoh dari metode ini adalah:<sup>3</sup>

- 1) *Direct mail* adalah sebuah permintaan dan penawaran tertulis untuk mengingatkan berzakat kepada muzaki dan calon muzaki. Tujuan dari metode fundraising *direct mail* ini adalah pencarian donatur dengan mencari muzaki baru, mengingatkan muzaki yang sudah ada dan mengenalkan untuk tujuan khusus atau program khusus, sumbangan terencana, mengidentifikasi donatur, dan menciptakan muzaki tetap yang potensial dan prospektif. Manfaat dari metode fundraising *direct mail* biasanya mempunyai keuntungan terus menerus dan dapat diandalkan.

Ada beberapa faktor penentu keberhasilan metode fundraising *direct mail* ini, yaitu identifikasi calon

---

<sup>2</sup> April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, 12-13.

<sup>3</sup> Rosiful Aqli Qosyim, "Fundraising BAZNAS Kabupaten Lumajang Perspektif dan Manajemen", *Jurnal Qolamuna* 4, No. 1, (2018), 97.

donatur yang prospektif, waktu pengiriman surat juga harus diperhatikan, image atau penampilan surat, isi surat, dan data base. Identifikasi muzaki kalau bisa sampai informasi terkecilpun dicatat sebagai literatur, selain nama perlu dicatat pula tempat tanggal lahir, pekerjaan, penghasilan perbulan berapa, dan masih banyak lagi yang perlu kita dapatkan dari informasi ini. Kegiatan ini bukanlah sensus penduduk, tetapi identifikasi muzaki secara mendalam, tanggal lahir harus diketahui dengan harapan bisa mengirim ucapan ulang tahun, sebagai bentuk kedekatan *fundraiser* dengan muzaki. Dan masih banyak keuntungan yang bisa kita ciptakan dari data base yang lengkap tersebut. Ada beberapa keahlian yang dibutuhkan dalam *direct mail*, diantaranya adalah kemampuan *fundraiser* dalam menulis secara efektif, membuat paket surat yang murah, pengetahuan jumlah dana yang biasanya diberikan muzaki, perencanaan dan manajemen program yang matang, memilih data base yang dibutuhkan, mengetahui jumlah respon yang diharapkan, serta mengevaluasi hasil kerja yang sudah dilaksanakan.

- 2) *Presentasi* langsung atau *Face to Face*. Metode fundraising dengan teknik *face to face* adalah pertemuan antara dua orang atau lebih, antara *fundraiser* dengan calon muzaki untuk mengadakan dialog dengan tujuan mengenalkan program kerja sebagai transparansi kegiatan. Kegiatan *face to face* ini bisa dilakukan dengan kunjungan pribadi ke rumah seseorang, di kantor, perusahaan, dengan tujuan sama, atau membuat presentasi dalam pertemuan khusus.<sup>4</sup>

Dalam metode fundraising *face to face* ini dibutuhkan beberapa teknik di antaranya adalah *fundraiser* harus memiliki kemampuan bagus dalam berbicara dan presentasi, staf dan volunter lembaga harus mempunyai kemampuan untuk melakukan pendekatan-pendekatan yang jitu kepada calon muzaki, memiliki juru bicara atau penyampai di berbagai *event* dan kesempatan, dan lembaga hendaknya mempunyai materi yang aktual sehingga bisa mengilustrasikan apa yang sudah dikerjakan lembaga dengan

---

<sup>4</sup> Rosiful Aqli Qosyim, "Fundraising BAZNAS Kabupaten Lumajang Perspektif dan Manajemen", *Jurnal Qolamuna* 4, No. 1, (2018), 97-98.

hasil sedemikian rupa. Komponen ini sangat penting dimiliki oleh OPZ (organisasi pengelola zakat), karena kegiatan fundraising secara *face to face* yang dibutuhkan adalah kemampuan secara personal dari SDM (sumber daya manusia) lembaga tersebut. Dalam kegiatan fundraising secara *face to face* dibutuhkan kesiapan yang matang dan percaya diri, siap dan mampu menentukan sikap. Bagi orang yang tidak nyaman bila meminta, berarti bukan orang yang tepat untuk melakukan teknik *face to face* dalam menggalang dana. Berpidato dalam sebuah acara, menelepon pengusaha menawari untuk sosialisasi mengenai zakat dan program OPZ (organisasi pengelola zakat) itu sendiri, membentuk panitia penyelenggaraan dana, mengunjungi seseorang untuk memperoleh dukungan, semua itu diperlukan potensi dan kemampuan untuk meyakinkan orang.

- b. Metode Fundraising Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*), metode ini adalah suatu metode yang menggunakan teknik dan cara yang tidak melibatkan partisipasi muzaki secara langsung. Yaitu bentuk fundraising dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzaki seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang positif, tanpa diarahkan untuk transaksi donasi pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini yaitu: *advertorial*, *image company*, dan penyelenggaraan *event*, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi, dan mediasi para tokoh.

### 3. Prinsip-Prinsip Fundraising

Zakat Fundraising menjadi kebutuhan umum karena dipandang sangat penting untuk keberpihakannya kepada masyarakat miskin. Adapun prinsip-prinsip fundraising adalah:<sup>5</sup>

- a. Prinsip fundraising harus meminta. Sebuah penelitian yang diadakan oleh sebuah organisasi amal besar menanyakan kepada orang-orang yang tidak memberi sumbangan. Donatur biasanya memberikan sumbangan ketika mereka diminta, walaupun mereka tanpa mengharapkan imbalan. Bagi donatur, ia tetap meyakini bahwa perasaan telah melakukan sesuatu yang berharga menjadi hal yang penting

---

<sup>5</sup> Atik Abidah, "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo". *Jurnal Ekonomi Islam, Kodifikasia* 10, No. 1 (2016), 170.

bagi dirinya seperti donasinya ternyata dapat meningkatkan taraf hidup dalam masyarakat tertentu. Tetapi ada juga donatur yang menyumbang karena butuh penghargaan dari orang lain dan dari masyarakat karena ia bermurah hati memberikan sumbangan.

- b. Prinsip fundraising berarti berhubungan dengan orang lain, artinya semakin banyak berhubungan, berkenalan ataupun mempunyai jaringan dengan banyak pihak, maka kemungkinan banyak orang yang memberikan sumbangan pada lembaga menjadi semakin besar. Seseorang menjadi anggota donatur sebuah lembaga adalah keinginan untuk menolong orang lain atau melakukan sesuatu bagi masyarakat luas. Tugas lembaga pengelola zakat adalah bagaimana lembaga dapat berperan dengan melakukan apa yang diinginkan donatur atau masyarakat.
- c. Prinsip fundraising berarti menjual. Penggalangan dana/daya adalah sebuah proses yang terdiri atas dua tahap. Tahap pertama, menunjukkan kepada calon donatur bahwa ada kebutuhan penting yang dapat lembaga tawarkan melalui kegiatan lembaga. Pada umumnya, orang atau suatu lembaga dengan mudah bersedia untuk diminta menjadi donatur atau memberikan sumbangan, ketika mereka sependapat bahwa kebutuhan tersebut penting dan perlu dilakukannya sesuatu yang berarti untuk itu. Tahap kedua, bahwa sebuah lembaga siap melakukan sesuatu yang berarti untuk mengabdikan pada masyarakat dan dapat menunjukkan kepada mereka bahwa dukungan dari mereka akan dapat membuahkan hasil yang lebih baik. Penggalangan dana/daya bukan hanya meminta uang saja tetapi lebih mengenai menilai bahwa donatur dapat merespon apa yang dibutuhkan masyarakat melalui program lembaga dengan menerima program tersebut.
- d. Prinsip kepercayaan dan hubungan masyarakat. Biasanya donatur lebih suka memberikan sumbangan kepada organisasi dalam suatu kegiatan yang mereka kenal. Ini berarti reputasi organisasi dan hubungan masyarakat yang baik menjadi penting, seperti: membeberkan hasil-hasil yang dicapai dalam brosur yang dikirimkan kepada masyarakat. Semua contoh-contoh hal tersebut dapat membuat orang menyadari penting apa yang dilakukan dan membuat yakin bahwa sebuah lembaga dapat melakukan kegiatan yang

berguna dan membuahkan hasil. Inilah yang membuat lebih mudah bagi mereka untuk memutuskan mendukung lembaga.

- e. Prinsip fundraising adalah mengucapkan terima kasih. Mengucapkan terima kasih dinilai sangatlah penting, hal ini sebagai sebuah penghargaan dan pengakuan kedermawanan donatur, dan juga merupakan sebuah tindakan untuk kepentingan sendiri dalam arti yang baik, yaitu donatur menjadi merasa lebih dihargai oleh lembaga dan barangkali akan mau memberikan sumbangannya lagi secara kontinyu. Lembaga yang mengucapkan terima kasih setiap saat ada kesempatan, tentu mendapat imbalan yang berarti misalnya dalam bentuk kesetiaan donatur sebagai pendukung lembaga, bahkan mungkin tidak dapat dipercaya bahwa terdapat seorang donatur yang rela memberikan sumbangannya secara berulang kali hanya karena ucapan terima kasih yang disampaikan kepadanya di setiap ada kesempatan atau momentum yang baik. Meskipun demikian, dalam kenyataannya banyak donatur yang mengeluh, bahwa mereka tidak pernah mendapatkan ucapan terima kasih, bahkan dari organisasi yang mereka dukung sekalipun.<sup>6</sup>

#### 4. Unsur-Unsur Fundraising

Adapun unsur-unsur fundraising, sebagaimana dijelaskan Purwanto yaitu berupa:<sup>7</sup>

- a. Analisis kebutuhan, yaitu berisi tentang kesesuaian dengan syariah, laporan dan pertanggung jawaban, manfaat bagi kesejahteraan umat, pelayanan yang berkualitas, silaturahmi dan komunikasi. Donatur atau muzaki yang memahami Islam dengan baik akan menanyakan bagaimana pelaksanaan pengelolaan ZIS (zakat, infak, sedekah) yang dikelola sebuah lembaga. Tentunya mereka menginginkan sesuatu yang baik dengan tuntunan sesuai syariat Islam. Mereka tidak mau apa yang sudah dikerjakan, termasuk dalam pembayaran ZIS (zakat, infak, sedekah) akan sia-sia, tidak ada nilainya di hadapan Allah. Pertanyaan yang disampaikan donatur atau muzaki pada lembaga zakat sesungguhnya bertujuan menghilangkan keraguan yang ada dalam dirinya terhadap

---

<sup>6</sup> Atik Abidah, "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo". *Jurnal Ekonomi Islam, Kodifikasia* 10, No. 1 (2016), 172.

<sup>7</sup> Abdul Haris Naim, "Problematika Fundraising di Lazisnu Kudus", *Jurnal Zakat dan Wakaf* 5, No. 2, (2018), 284-285.

pelaksanaan pengelolaan zakat yang dikelola oleh lembaga yang bersangkutan. Selanjutnya apabila mereka yakin terhadap lembaga pengelola zakat, sudah sesuai dengan prinsip syariat, maka mereka akan dengan rela menyalurkan dana ZIS (zakat, infak, sedekah) mereka pada lembaga tersebut.

- b. Identifikasi donatur/muzaki adalah sebuah metode tentang bagaimana melihat donatur dan muzaki secara kreatif, baik perorangan, organisasi dan lembaga berbadan hukum. Artinya perlu melihat segmentasi sebagai seni mengidentifikasi dan memanfaatkan beragam peluang yang muncul di masyarakat. Tidak seharusnya sebuah lembaga zakat melihat masyarakat sebagai pasar secara sederhana, bisa-bisa salah sasaran. Dengan identifikasi yang tepat, lembaga zakat dapat menempatkan sumber daya sesuai dengan segmen-segmen masyarakat yang telah diidentifikasi.
- c. Identitas profil donatur dan muzaki, hal ini difungsikan untuk mengetahui lebih awal identitas calon donatur/muzaki itu sendiri. Profil donatur/muzaki perseorangan dapat berbentuk biodata atau CV, sedangkan untuk calon donatur/muzaki organisasi atau lembaga hukum dalam bentuk *company* profil lembaga.
- d. Produk, dalam pengelolaan zakat produk tidak bisa hanya didefinisikan sebagai sesuatu yang disukai atau tidak disukai, yang diterima seseorang dalam sebuah transaksi, tetapi lebih tepat apabila produk diartikan sebagai kompleksitas yang terdiri dari ciri-ciri yang berwujud dan tidak berwujud. Produk adalah hal yang bisa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan muzaki, karena produk tidak hanya berbentuk barang tetapi juga jasa. Produk lembaga zakat merupakan produk layanan yang memudahkan donatur dan muzaki menunaikan kewajiban zakatnya.<sup>8</sup>

## 5. Tujuan Fundraising

Adapun tujuan-tujuan fundraising diantaranya sebagai berikut:<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Abdul Haris Naim, "Problematika Fundraising di Lazisnu Kudus", *Jurnal Zakat dan Wakaf* 5, No. 2 (2018), 284-285.

<sup>9</sup> Suparman Ibrahim Abdullah, "Manajemen Fundraising dalam Penghimpunan Harta Wakaf", *Jurnal Al-Awqaf* 1, (2009), 29.

a. Menghimpun dana

Menghimpun dana merupakan tujuan yang paling mendasar. Dana dalam hal ini adalah barang atau jasa yang memiliki nilai material. Inilah sebab awal mengapa fundraising dilakukan. Fundraising yang tidak menghasilkan dana adalah gagal, meskipun memiliki keberhasilan lainnya. Sebab fundraising yang tidak menghasilkan dana tidak akan menghasilkan sumber daya lainnya pula. Apabila tidak ada sumber daya yang dihasilkan maka lembaga atau organisasi akan kehilangan kemampuan beroperasi sehingga akhirnya akan mati.

b. Menghimpun donatur

Untuk menambah jumlah donasi, cara yang harus dilakukan yaitu menambah donasi dari setiap donatur atau menambah jumlah donatur, di antara kedua cara tersebut yang dinilai lebih cocok dilakukan yaitu menambah jumlah donatur karena relatif lebih mudah dilakukan, dengan alasan ini kegiatan fundraising baiknya berorientasi pada peningkatan jumlah donatur.

c. Menghimpun simpatisan dan pendukung

Setelah berinteraksi langsung dengan calon donatur, beberapa orang atau pihak mungkin tidak mampu memberikan donasi berupa dana. Kelompok seperti ini kemudian dapat dijadikan simpatisan dan pendukung. Secara natural mereka bersedia menjadi promotor atau informan positif yang akan disampaikan kepada orang lain. Dengan adanya dukungan dan simpatisan ini, organisasi telah memiliki jaringan informasi informal yang dapat menguntungkan organisasi.

d. Meningkatkan dan membangun citra lembaga

Aktivitas fundraising yang dilakukan oleh lembaga baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat membentuk citra lembaga, citra ini dapat bersifat positif atau bersifat negatif. Kemudian masyarakat akan mempersepsikan tentang lembaga dan melahirkan sikap pada lembaga. Jika citra yang timbul positif maka khalayak akan mendukung, bersimpati dan mendorong orang lain memberikan donasi di lembaga tersebut. Sebaliknya jika citra yang terbentuk adalah negatif maka sikap yang mungkin muncul adalah menghindari, antipati dan mencegah orang untuk melakukan donasi di lembaga tersebut.

- e. Meningkatkan kepuasan donatur

Tujuan meningkatkan kepuasan donatur merupakan tujuan yang bernilai jangka panjang. Jika donatur puas maka mereka akan berdonasi kembali bahkan menjadi donatur tetap suatu lembaga. Secara tidak langsung, donatur yang merasa puas pada pelayanan lembaga, akan menjadi *fundraiser* alami.<sup>10</sup>

## 6. Urgensi Fundraising pada Lembaga Amil Zakat

Fundraising mempunyai peranan yang sangat penting bagi Lembaga Amil Zakat terutama mengenai hal-hal sebagai berikut:<sup>11</sup>

- a. *Survival* yaitu artinya bahwa Setiap lembaga membutuhkan dana untuk membiayai operasional kegiatan. Dana yang diperoleh organisasi akan digunakan untuk keberlangsungan dari organisasi itu sendiri. Seperti halnya untuk biaya operasional, program, gaji karyawan maupun amil, dan lain sebagainya. Besarnya dana adalah pada jumlah minimal untuk berlangsungnya operasi lembaga. Tanpa adanya dana, maka lembaga tidak akan mampu beroperasi dan beraktivitas secara normal dan optimal bahkan posisinya dikatakan terancam akan mati.
- b. *Expantion And Development* yaitu artinya bahwa Lembaga membutuhkan dana untuk melakukan pengembangan dan memperbesar skala organisasi dan programnya. Dilihat dari perkembangan sebuah lembaga yang bergerak dalam aktifitas *fundraising* tentunya dana yang dibutuhkan dari waktu ke waktu dituntut semakin besar untuk menghadapi masa depan yang lebih cerah, lembaga tersebut semestinya harus berkembang dan memperluas kegiatan di bidang pelayanan dan untuk melaksanakan program, maka lembaga tersebut membutuhkan bantuan dari banyak donatur.
- c. *Reducing Dependency* yaitu artinya bahwa dana bagi sebuah lembaga sangat penting untuk memperkuat posisi tawar. Semakin besar sebuah lembaga dalam menghimpun dana maka akan semakin kuat indenpendensi sebuah lembaga tersebut terhadap pihak lain.

---

<sup>10</sup> Suparman Ibrahim Abdullah, "Manajemen Fundraising dalam Penghimpunan Harta Wakaf", *Jurnal Al-Awqaf* 1, (2009), 29-30.

<sup>11</sup> Atik Abidah, "Analisis Strategi Fundraising terhadap peningkatan pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo", *Jurnal Ekonomi Islam, Kodifikasia*, Vol. 10 No. 1, 2016, 2019, 175.

- d. *Building A Contituency* yaitu bahwa Membangun *contituency* dengan penggalangan dana secara langsung bertujuan meraih dana akan tetapi juga untuk memperbanyak pendukung. Untuk memperbesar dana berarti juga memperbesar sumber dan orang yang memberi atau menyalurkan dana. Organisasi atau lembaga amil zakat tidak hanya mendapat bantuan dana, tetapi juga dukungan secara moral dan lain-lain. Tentunya hal ini akan berimbas pada eksistensi relawan pada organisasi tersebut.
- e. *Creating A Viable And Sustainable Organization* yaitu lembaga membuat Instrumen untuk menjamin kelangsungan dari keberlanjutan sebuah lembaga harus didanai dengan jumlah yang besar. Sebuah lembaga memerlukan dana yang besar dalam rangka untuk mempersiapkan diri agar tetap eksis dalam jangka panjang. Penggalangan dana bukan hanya ditunjukkan untuk hari esok, sebulan, atau setahun kemudian. Dengan sistem yang baik dan perencanaan yang tepat, organisasi dapat melangsungkan keberlangsungan organisasi hingga masa depan.

## 7. Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat

Salah satu hal penting dalam sebuah organisasi nirlaba adalah sistem fundraising yang merupakan tulan punggung sebuah organisasi. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal fundraising membutuhkan strategi dan pendekatan yang tepat yaitu strategi menggalang dana.<sup>12</sup> Oleh karena itu langkah awal organisasi saat melakukan penggalangan dana harus menentukan arahan atau strategi yang benar demi kelanjutan langkah berikutnya. Secara etimologi strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategos* yang berarti jendral, strategi pada mulanya berasal dari peristiwa peperangan yaitu sebagai siasat untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi berkembang dalam semua kegiatan organisasi termasuk keperluan di bidang ekonomi, sosial, budaya, dan agama.<sup>13</sup> Secara khusus, strategi adalah penempatan visi misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan

---

<sup>12</sup> Michael Norton, *Menggalang Dana: Penuntun Bagi Lembaga Swafaya masyarakat dan Organisasi Sukarela di Negara-negara Selatan*, terj. Masri Maris, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia Atas bantuan, 2002), 51.

<sup>13</sup> Rafi'udin dan Manna Abdul Djaliel, *Prinsip Dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), 76.

implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.<sup>14</sup>

Strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan yang mampu menunjukkan sebagaimana tehnik oprasionalnya. Sedangkan Strategi fundraising adalah tulang punggung dari kegiatan fundraising.<sup>15</sup> Menurut Joyce Young, organisasi yang menjalankan roda organisasinya tanpa strategi bagaikan melakukan perjalanan tanpa menggunakan peta.<sup>16</sup> Oleh karena itu strategi fundraising harus dapat memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan, dan manfaat lebih bagi donatur yang berdonasi melalui sebuah Lembaga Amil Zakat (ZIS).

Dalam Strategi fundraising akan menghasilkan sebuah analisis mengenai faktor internal dan eksternal organisasi yang menentukan apa yang akan dijual atau ditawarkan oleh organisasi, serta kepada siapa akan dijual. Menurut Hamid Abidin, strategi fundraising merupakan sebuah alat analisis untuk mengenali sumber pendanaan yang potensial, metode *fundraising* dan mengevaluasi kemampuan organisasi dalam memobilisasi sumber dana.<sup>17</sup> Sedangkan menurut Joyce Young, strategi fundraising dapat disusun dengan banyak cara, salah satunya adalah dengan matriks menggalang dana. Maksud dari matriks menggalang ini digunakan untuk mengenali sumber dana yang potensial, metode fundraising dan, serta untuk mengevaluasi sumber ataupun metode fundraising.<sup>18</sup> Hamid Abidin mengungkapkan, aspek dalam strategi fundraising dikenal sebagai siklus fundraising yang terdiri dari identifikasi calon donatur, pengelolaan dan penjagaan donatur, penggunaan metode serta monitoring evaluasi fundraising.<sup>19</sup>

---

<sup>14</sup> George A. Stainer, Jhon B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 1997), 18.

<sup>15</sup> Michael Norton, *Menggalang Dana: Penuntun Bagi Lembaga Swadaya Masyarakat Dan Organisasi Sukarela Di Negara-Negara Selatan*,..... hal. 51.

<sup>16</sup> Joyce Young, dkk, *Menggalang Dana Untuk Organisasi Nirlaba*, terj. Siti Masitoh, (Jakarta: PT Ina Publikatama, 2007), 124.

<sup>17</sup> Hamid Abidin, dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi dan Pola Derma untuk Pemberdayaan Perempuan, serta Strategi Penggalangann*,(Depok: Piramedia, 2009), 134

<sup>18</sup> Joyce Young, dkk, *Menggalang Dana Untuk Organisasi Nirlaba*, terj. Siti Masitoh, (Jakarta: PT Ina Publikatama, 2007), 124.

<sup>19</sup> Hamid Abidin, dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan, Potensi dan Pola Derma untuk Pemberdayaan Perempuan serta Straegi Penggalangannya*,.....134

## 8. Tahapan Penerapan Strategi Fundraising

Dalam proses penerapan strategi terdapat tiga proses atau tahapan yang perlu diketahui. Adapun tahapan-tahapan dalam strategi fundraising sebagai berikut:

### a. Formulasi atau Perumusan Strategi

Tahapan awal dalam proses strategi adalah Perumusan strategi. Proses perumusan strategi ada beberapa tahapan umum yang perlu diperhatikan, yaitu:

- 1) Menetapkan visi dan misi
- 2) Menyusun tujuan dan sasaran
- 3) Melakukan analisis strategi yang ada untuk menetapkan hubungannya dengan penilaian internal dan eksternal.
- 4) Menetapkan kapabilitas khusus organisasi
- 5) Menetapkan masalah strategi utama yang timbul dari analisis sebelumnya.
- 6) Menetapkan strategi koporasi dan fungsional untuk mencapai sasaran dan keunggulan kompetitif, mempertimbangkan masalah strategi utama.
- 7) Mempersiapkan rencana strategi terintegrasi untuk menerapkan strategi.
- 8) Menerapkan strategi.

### b. Implementasi Strategi

Tahap kedua dari tahapan strategi adalah Implementasi atau pelaksanaan strategi. Implementasi berarti meletakkan strategi menjadi kegiatan. Implementasi. Implementasi strategi melibatkan penugasan dan pendelegasian wewenang ke tingkat manajemen di bawahnya. Di dalamnya Implementasi strategi di dalamnya termasuk menciptakan struktur organisasi yang efektif, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi yang diterima. Dalam proses pelimpahan wewenang ini perlu diperhatikan secara seksama batasan wewenang. Kreatifitas bawahan perlu dibangun secara terkendali. Pelaksanaan strategi tanpa adanya kreatifitas akan menghasilkan kegiatan yang kering dan cenderung tidak bermakna. Oleh karena itu, perlu dibuatkan batasan yang jelas dan tegas dalam pendelegasian dan pengalihan kewenangan.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Tata Kelola Organisasi Bisnis*, (Surabaya: Indeks, 2008), 61.

c. Evaluasi Strategi

Tahapan strategi yang terakhir adalah tahap evaluasi. Dalam tahapan evaluasi terdapat tiga aktifitas mendasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu:

- 1) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar asumsi pembuatan strategi. Adapun perubahan faktor eksternal seperti tindakan yang harus dilakukan. Perubahan yang ada akan menjadi suatu hambatan dalam mencapai tujuan, begitu pula dengan faktor internal yang diantaranya strategi yang tidak efektif atau aktifitas yang buruk dapat berakibat buruk pada hasil yang akan dicapai.
- 2) Mengukur prestasi, yakni membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan.
- 3) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi tersebut sesuai rencana.<sup>21</sup>

Dari tahapan-tahapan diatas dapat disimpulkan bahwa tahapan strategi merupakan faktor penting dalam melancarkan suatu program yang akan dijalankan. Apabila strateginya baik maka hasilnya pun akan baik.

## B. Infak dan Sedekah

### 1. Definisi Infak dan Sedekah

Infak adalah pemberian sukarela yang dilakukan seseorang setiap kali ia memperoleh rezeki, dan sebanyak yang ia kehendaki. Menurut bahasa, infak berasal dari kata *anfaqa* yang berarti “mengeluarkan harta untuk kepentingan sesuatu”. Sedangkan menurut syariat, infak adalah mengeluarkan sebagian harta sesuai yang diperintahkan. Infak berbeda dengan zakat, infak tidak mengenal nisab atau jumlah harta yang ditentukan secara hukum, dan infak juga tidak harus diberikan kepada mustahik tertentu. Adapun infak ada yang wajib ada juga yang sunah. Infak yang wajib di antaranya zakat, kafarat, nazar, dan lain-lain. Infak sunah di antaranya, infak kepada para fakir miskin, sesama muslim, infak bencana alam, infak kemanusiaan, dan lain-lain.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002, 30.

<sup>22</sup> Ade Fatoni, *Panduan Lengkap Rukun Iman dan Islam*, (Yogyakarta: Buku Pintar, 2013), 289.

Sedekah berasal dari kata “sadaqa” yang berarti benar. Orang yang suka bersedekah adalah orang yang benar pengakuan imannya. Menurut terminologi syariat, pengertian sedekah sama dengan pengertian infak, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Hanya saja, jika infak berkaitan dengan materi, sedekah memiliki arti lebih luas, menyangkut hal yang bersifat non materiil.<sup>23</sup>

## 2. Jenis - jenis Infak

- a. Infak Wajib: terdiri atas zakat dan nazar, yang bentuk dan jumlah pemberiannya telah ditentukan. Nazar adalah sumpah atau janji untuk melakukan sesuatu di masa yang akan datang. Menurut Yusuf Qardhawi, nadzar itu adalah sesuatu yang makruh. Namun demikian, apabila telah diucapkan, maka harus dilakukan sepanjang hal itu untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Seseorang yang bernazar: “Jika saya lulus ujian, maka saya akan memberikan Rp 500.000,- kepada fakir miskin”, maka wajib melaksanakan nazarnya seperti yang telah dia ucapkan. Jika hal tersebut tidak dilakukan, maka dia akan terkena denda/kafarat.
- b. Infak sunah: Infak yang dilakukan seorang muslim untuk mencari rida Allah, bisa dilakukan dengan berbagai cara dan bentuk. Misalnya memberi makanan bagi orang yang terkena bencana.<sup>24</sup>

## 3. Manfaat Infak dan Sedekah

- a. Menyucikan harta
 

Membersihkan harta dari kemungkinan masuk harta orang lain ke dalam harta yang dimiliki.
- b. Sarana pembersih jiwa
 

Pada hakikatnya merupakan bukti terhadap dunia dari upayanya untuk menyucikan diri, menyucikan diri dari sifat kikir, tamak dan dari kecintaan yang sangat terhadap dunianya, juga menyucikan hartanya dari hak-hak orang lain.
- c. Realisasi kepedulian sosial
 

Jika salat berfungsi sebagai pembina kekhushyukan terhadap Allah, maka ZIS berfungsi sebagai pembina kelembutan hati seseorang terhadap sesama.

---

<sup>23</sup> M.Zaid Abdad, *Lembaga Perekonomian Umat di Dunia Islam*, (Bandung: Angkasa, 2003), 38.

<sup>24</sup> Sri Nurhayati, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, (Jakarta:Salemba Empat,2014) 269.

- d. Sarana untuk meraih pertolongan sosial  
Allah SWT hanya akan memberikan pertolongan kepada hamba-Nya, manakala hamba-Nya mematuhi ajaran-Nya dan di antara ajaran Allah yang harus ditaati adalah menunaikan ZIS.
- e. Ungkap rasa syukur kepada Allah  
Menunaikan ZIS merupakan ungkapan syukur atas nikmat yang diberikan Allah kepada kita.<sup>25</sup>

## C. Zakat

### 1. Definisi Zakat

Zakat secara etimologi memiliki arti berkembang, bertambah banyak dan berkah. Zakat juga bermakna menyucikan. Zakat menurut istilah agama Islam artinya kadar harta yang tertentu, yang diberikan kepada yang berhak, dan untuk menerimanya dengan beberapa syarat. Zakat juga merupakan bentuk peduli sosial yaitu tolong menolong antara sesama umat Islam. Karena dengan adanya zakat walaupun tidak sepenuhnya kehidupan mereka terjamin, setidaknya zakat mampu mengurangi beban mustahik.<sup>26</sup>

Menurut Hamdan Rasyid, di dalam Alquran kata *zakat* disebutkan sebanyak 32 kali dan sebagian besar beriringan dengan kata *shalat*. Bahkan jika digabung dengan perintah untuk memberikan infak dan sedekah untuk kebaikan dan memberi makan fakir miskin maka jumlahnya mencapai 115 kali. Zakat menurut UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat adalah harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau badan yang dimiliki oleh orang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya.<sup>27</sup>

Adapun pengertian tentang zakat yang dikemukakan oleh para ulama 4 mazhab yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut ulama Hanafiah pengertian zakat adalah:

تمليك جزء مخصوص من مال مخصوص لشخص مخصوص لله  
تعالى

<sup>25</sup> Ali Hasan, *Zakat dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2006), 19.

<sup>26</sup> Zulkifli, *Panduan Praktis Pintar Memahami Zakat* (Pekanbaru: Suska Press, 2014), 1.

<sup>27</sup> Himpunan Peraturan Perundang-undangan, *Undang-Undang Pengelolaan Wakaf Dan Zakat* (Bandung, Fokus Media, 2012), 2.

Artinya: “Menjadikan sebagian harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus semata-mata hanya karena Allah SWT”.<sup>28</sup>

تمليك المال من فقير مسلم غير هاشمي ولا مولاه بشرط قطع المنفعة عن المملك من كل وجه الله تعالى

Artinya: “Menjadikan sebuah harta menjadi milik orang fakir yang muslim yang bukan keturunan bani Hasyim dan bukan budaknya dengan syarat memutus segala bentuk hak dalam memanfaatkan harta tersebut semata-mata hanya karena Allah SWT”.<sup>29</sup>

- b. Menurut ulama Malikiyyah pengertian zakat adalah:

إخراج جزء مخصوص من مال مخصوص بلغ نصاباً لمستحقه إن تم الملك والحول

Artinya: “Mengeluarkan sebagian harta yang khusus yang telah mencapai satu nisab kepada orang yang berhak apabila memiliki kepemilikan utuh atas harta tersebut dalam satu tahun”.<sup>30</sup>

إخراج مال من مال مخصوص بلغ نصاباً إن تم الملك والحول

Artinya: “Mengeluarkan sebuah harta dari harta yang khusus yang telah mencapai satu nisab apabila memiliki kepemilikan utuh atas harta tersebut dalam satu tahun”.<sup>31</sup>

- c. Menurut ulama Syafi’iyyah pengertian zakat adalah:

اسم لأخذ شيء مخصوص من مال مخصوص على أوصاف مخصوصة لطائفة مخصوصة

<sup>28</sup> Abd al-Gani> al-Gani>mi>, *al-Luba>b Fi> Syarh al-Kita>b* (Bairu>t: al-Maktabah al-Ilmiah 1980 M), Jilid ke-1, 136.

<sup>29</sup> Ibn Nujaim Zain ad-Di>n Ibn Ibra>him Ibn Muhammad, *al-Bahr ar-Ra>i’q Syarh Kanz al-Daq>ai’q* (Bairu>t: Dar al-Kutub al-Ilmiah, Cet. I 1997 M), Jilid ke-2, 352.

<sup>30</sup> Syams al-Di>n Muhammad Arafah al-Dasu>qi>, *Hasyiah al-Dasu>qi> Ala> al-Syarh al-Kabi>r* (Da>r al-Ihya>’ al-Kutub al-Arabiah, Cet. Isa> al-Halabi>), Jilid ke-1, 430.

<sup>31</sup> Ahmad al-S}a>wi>, *Bulghah al-Sa>lik li Aqrab al-Masa>lik* (Bairu>t: Da>r al-Fikr), Jilid ke-1, 192.

Artinya: “Sebuah nama/istilah untuk pengambilan sebuah harta yang khusus dari harta yang khusus yang sesuai dengan beberapa kriteria tertentu, diambil untuk diberikan kepada sekelompok orang tertentu”<sup>32</sup>

اسم لقدر مخصوص من مال مخصوص يجب صرفه إلى أصناف  
مخصصة

Artinya: “Sebuah nama untuk ukuran harta tertentu harta yang wajib ditasarufkan kepada beberapa golongan tertentu”<sup>33</sup>

d. Menurut ulama Hanabilah pengertian zakat adalah:

حق واجب في مال مخصوص لطائفة مخصوصة في وقت مخصوص

Artinya: “Sebuah hak atas sebuah harta yang khusus yang wajib diberikan kepada sekelompok orang tertentu pada waktu-waktu tertentu”<sup>34</sup>

Meskipun para ahli agama mengemukakan pendapat dengan redaksi yang agak berlainan antara satu dan lainnya, akan tetapi pada dasarnya sama, yaitu bahwa zakat ialah sebagian dari harta dengan syarat tertentu, yang Allah SWT telah mewajibkan kepada pemiliknya, untuk diserahkan kepada orang yang berhak menerima dengan syarat tertentu.<sup>35</sup>

Pengertian lain dari zakat sesuai dengan undang-undang nomor 23 tahun 2011. Zakat merupakan harta yang harus dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerima sesuai dengan syariat Islam.<sup>36</sup> Hal tersebut sesuai dengan ajaran dalam Alquran:

a. Q.S. Asy- Syams ayat 9

قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا

<sup>32</sup> Muhyi> al-Di>n Yahya> Ibn Syaraf al-Nawa>wi>, *al-Majmu>' Syarh al-Muhaz>z/ab* (Bairu>t: Da>r al-Kutub al-Ilmiah, Cet. I 2002 M), Jilid ke-6, 454.

<sup>33</sup> Muhammad al-Khat>i>b al-Syirbi>ni>, *al-Iqna>'* (Bairu>t: Da>r al-Fikr), Jilid ke-1, 183.

<sup>34</sup> Ibn Qudda>mah Muhammad Abdullah Ibn Ahmad Ibn Muhammad, *al-Mugni>* (Bairu>t: Da>r al-Kutub al-Arabi> 1983 M), Jilid ke-2, 433.

<sup>35</sup> Iqbal M. Ambarawa, *Problematika Zakat dan Pajak*, (Jakarta :Sketsa), Cet 1, 20

<sup>36</sup> Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, Pasal 1 ayat 2.

Artinya: “Sungguh beruntung orang yang menyucikannya (jiwa itu).”<sup>37</sup>

b. Q.S. At-Taubah ayat 103.

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”<sup>38</sup>

Zakat terbagi menjadi dua macam yaitu: zakat fitrah dan zakat mal. Zakat fitrah disebut juga *zakaḥ al-ʿabdān* karena yang dizakati adalah orangnya atau pribadi itu sendiri. Zakat fitrah wajib bagi setiap muslim laki-laki ataupun perempuan, baik itu tua, muda, ataupun anak-anak yang mempunyai kelebihan dari nafkah keluarga. Pelaksanaan zakat fitrah adalah pada malam idul fitri dan paling lambat pagi hari idul fitri sebelum pelaksanaan slat Ied lebih dari itu dianggap sebagai sedekah biasa bukan zakat.<sup>39</sup>

Sedangkan zakat mal (*zakat Harta*) adalah harta yang dimiliki oleh muzaki perseorangan atau badan dan sudah memenuhi syarat, baik haul, nishab, kadar, dan waktu yang sudah ditetapkan oleh ketentuan hukum agama. Harta yang dikenakan dari zakat mal menurut Undang-undang Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat yaitu emas, perak, uang, perdagangan, perusahaan, hasil pertanian, hasil perkebunan, hasil perikanan, hasil pertambangan, hasil pendapatan, dan jasa.<sup>40</sup>

## 2. Dasar Hukum Zakat

Agama Islam sudah menerangkan dengan tegas, kalau zakat ialah salah satu rukun serta *farḍu* yang harus ditunaikan oleh tiap muslim yang hartanya sudah memadai kriteria serta ketentuan tertentu. Otoritas fikih Islam yang paling tinggi, Alquran serta Al-hadits menerangkan perihal tersebut dalam banyak peluang.

<sup>37</sup> Alquran dan Terjemahannya (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2019), 897.

<sup>38</sup> Alquran dan Terjemahannya, 279.

<sup>39</sup> Departemen Agama RI, *Pedoman Zakat, Bagian Proyek Peningkatan Zakat dan Wakaf*, (Jakarta, 2002), 78

<sup>40</sup> Pasal 4 (ayat 2) Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.

Jumhur ulama pun setuju kalau zakat adalah sesuatu kewajiban dalam agama yang tidak boleh diingkari. Maksudnya, siapa yang mengingkari kewajiban berzakat hingga dia dihukum sudah kufur terhadap ajaran Islam.

Ada pula dasar hukum pengsyariaan zakat, di dalam Alquran zakat disebutkan pada 82 ayat ataupun tempat, oleh sebab itu zakat hukumnya *fardu 'a'in* bagi mereka yang sudah memenuhi syarat-syarat tertentu yang telah ditetapkan.

Di antara Firman Allah yang memerintahkan untuk berzakat, infak dan Se yaitu:

- a. Q.S. al-Baqarah ayat 43:

أَأَقِمْوْا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: Dan laksanakanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku'.<sup>41</sup>

- b. Q.S. At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.

- c. Dalam hadis dijelaskan bahwa:

عن أبي عبد الرحمن عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله عنهما قال: سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: ( بني الإسلام على خمس: شهادة أن لا إله إلا الله ، وأن محمدا رسول الله ، وإقام الصلاة ، وإيتاء الزكاة ، وحج البيت ، وصوم رمضان ) رواه البخاري ومسلم.

Artinya: Dari Abdullah bin Umar -semoga Allah meridainya- ia berkata: Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam bersabda: “Islam dibangun di atas 5

<sup>41</sup> Alquran dan Terjemahannya, 279.

syahadat Laa Ilaha Illallah Muhammad Rasulullah, mendirikan shalat, membayar zakat, haji, puasa ramadhan".(HR. Bukhari dan Muslim).<sup>42</sup>

Tujuan hukum Islam adalah kebahagiaan hidup manusia di dunia serta di akhirat nanti, dengan metode mengambil (semua) yang bermanfaat dan mencegah maupun menolak yang mudarat salah satunya dengan menunaikan zakat.<sup>43</sup>

Zakat adalah salah satu rukun Islam dari rukun Islam yang lima. Di mana zakat terletak pada urutan yang ketiga setelah salat. Bahkan karena keutamaannya hampir semua perintah dalam Alquran yang menyebutkan tentang salat senantiasa dibarengi dengan zakat.

Dalam suatu riwayat Nabi SAW sudah menegaskan bahwa di Madinah zakat itu wajib serta telah dijelaskan kedudukannya di dalam Islam. Yaitu zakat merupakan salah satu rukun Islam yang utama, dipujinya orang-orang yang melaksanakan dan diancamnya orang yang tidak melaksanakannya dengan berbagai upaya dan cara. Hal tersebut dapat kita lihat ketika peristiwa Jibril mengajarkan agama kepada kaum muslimin dengan cara mengajukan pertanyaan yang menarik kepada Rasulullah: "Apakah itu Islam?, Nabi menanggapi "Islam adalah mengikrarkan bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan Muhammad adalah Rasul-Nya, mendirikan salat, membayar zakat, berpuasa pada bulan Ramadan, dan naik haji bagi yang mampu melaksanakannya".<sup>44</sup>

Dengan demikian zakat di dalam sunah dan begitu juga di dalam Alquran merupakan dasar Islam yang ketiga, tanpa dasar yang ketiga bangunan Islam tidak akan berdiri tegak dengan baik. Dipujinya orang-orang yang melakukan zakat, antara lain disebutkan dalam hadis dari Anas menurut Rasulullah SAW bersabda: "Siapa yang membuang dunia hanya untuk beribadah kepada Allah dan tidak mempersekutukannya mendirikan sholat dan membayar zakat, lalu ia meninggal, maka sesungguhnya Allah senang kepadanya." Di dalam hadis yang lain Rasulullah mengancam orang-orang yang tidak membayar zakat dengan hukuman berat di akhirat kelak, agar hati yang lalai tersebut serta sifat kikir dari seseorang bisa berubah. Selanjutnya dengan cara memberikan pujian dan juga menakut-nakuti beliau menunjukkan

---

<sup>42</sup> Imam Nawawie, *Terjemah Al-Arba'in Nawawi*, (Surabaya: AlMiftah), 8.

<sup>43</sup> H. Mohammad Daud Ali, *Hukum Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 61.

<sup>44</sup> Yu>suf al-Qard }awiy, *Fiqh al-Zakah*, (Beirut: Muasassah al-Risalah, 1980), 39.

supaya manusia secara suka rela melaksanakan kewajiban zakat tersebut.<sup>45</sup>

Dalam hadis riwayat Bukhāri, Rasulullah bersabda:

“Siapa yang dikaruniai oleh Allah kekayaan namun tidak mengeluarkan zakatnya, maka pada hari kiamat kelak akan dikunjungi oleh seekor ular jantan gundul, yang sangat berbisa dan sangat menakutkan dengan dua bintik di atas kedua matanya, kemudian melilit dan mematuk lehernya sambil berteriak saya adalah harta kekayaanmu yang kau timbun-timbun dulu”.

Sunah Nabi tidak hanya mengancam orang yang tidak mau membayar zakat dengan hukuman di akhirat, namun juga mengancam orang-orang yang tidak mau memberikan hak fakir miskin itu dengan hukuman di dunia secara kongkrit. Di dalam hadis riwayat Bukhāri Nabi mengatakan: “Bila sedekah itu bercampur dengan kekayaan lain, maka kekayaan itu akan binasa”. Hadis ini mengandung dua pengertian:

- a. Sedekah, dalam arti zakat, jika masih terletak di dalam dan belum dikeluarkan dari kekayaan akan menyebabkan kekayaan itu binasa.
- b. Seseorang yang mengambil zakat sedang ia kaya dan memasukkannya ke dalam kekayaan, maka kekayaan itu akan habis.<sup>46</sup>

Islam bukan saja menghukum mereka yang tidak membayar pajak zakat dengan membagi kekayaan atau hukuman berat lainnya, tetapi juga memerintahkan untuk menghunus pedang dan menyatakan perang terhadap orang-orang bersenjata yang tidak mematuhi untuk membayar zakat. Islam tidak menghiraukan apakah dengan perang banyak jiwa harus melayang serta darah mungkin tertumpah demi membela kebenaran, karena jiwa yang melayang dalam menegakkan keadilan tidak mati atau mati. Kebalikannya orang yang menentang Allah serta Rasulullah, tidak ingin memenuhi kewajiban serta tidak melindungi keyakinan yang diberikan kepada mereka dalam kekayaan mereka, sehingga darah mereka hilang, dan jiwa serta hartanya bisa hilang perlindungan karena kesalahan mereka sendiri. Hadis tersebut membuktikan

---

<sup>45</sup> Bena Isty Kurniaty, *Pelaksanaan Pembayaran Zakat oleh Muzakki di BAZ (Badan Amil Zakat) Kota Bengkulu setelah Berlakunya Peraturan Walikota Bengkulu Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Pembentukan Susunan Organisasi BAZ Kota Bengkulu*, Fakultas Hukum UNIB, Bengkulu, 2013, 8.

<sup>46</sup> Bena Isty Kurniaty, *Pelaksanaan Pembayaran Zakat Oleh Muzakki Di BAZ*, 10.

secara tegas bahwa mereka yang tidak membayar zakat wajib diserbu hingga dia membayarnya.<sup>47</sup>

### 3. Syarat Wajib Zakat

Seperti yang dikatakan Allah dalam Alquran surat al-Taubah 9: 34-35.<sup>48</sup> Orang yang tidak mau membayar zakat akan mendapatkan azab di akhirat kelak. Zakat adalah salah satu bentuk ibadah dalam Islam dan salah satu lima rukunnya adalah fondasi bangunan, sama seperti syahadat, salat, puasa Ramadan dan haji ke Baitullah.<sup>49</sup> Bahkan ketika Alquran mengaitkan zakat dengan salat pada banyak ayat dan menjadikan syahadat dan salat sebagai bukti bahwa seseorang telah masuk Islam dan berhak menyandang predikat saudara seagama, Islam juga menjelaskan bahwa zakat bertujuan untuk memperkuat Islam, meningkatkan martabatnya dan menjaga kepentingan sosial bagi agama dan negara, untuk menarik dan memantapkan keyakinan manusia serta masyarakat yang masih perlu dibesar-besarkan hati mereka (*muallaf*).

Zakat itu diwajibkan berdasarkan ayat-ayat yang jelas dan hadis-hadis yang sahih yang semuanya menegaskan bahwa zakat itu wajib. Kewajibannya itu telah dipraktikkan dari generasi demi generasi. Oleh karena itu, mereka yang tidak mengakuinya bukan karena baru mengenal Islam, lalu orang mengatakan kafir dan telah membuang Islam dari pundaknya. Zakat tidak diwajibkan bagi non muslim, karena zakat adalah bagian terpenting dari ajaran islam. Oleh karena itu tidak mungkin meminta orang kafir untuk melengkapinya, juga bukan merupakan hutang yang harus dilunasi setelah masuk Islam. Sebagaimana hadis Ibnu Abbas yang terdapat dalam kedua kitab hadis sahih, bahwa Rasulullah SAW mengutus sahabat Mu'āz ke Yaman, serta bersabda:

“Kau akan menghadapi pengikut al-Kitab, jadi hal pertama yang perlu kau lakukan adalah memberi tahu mereka untuk percaya bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan Muhammad adalah Rasul-Nya. Jika mereka merespon sesuai itu, barulah ajarkan bahwa Allah mewajibkan mereka sholat lima kali dalam sehari dan jika mereka mengerjakannya barulah kau beritahukan kepada mereka bahwa Allah mewajibkan mereka berzakat, yang

---

<sup>47</sup> Gustian Juanda, *Pelapor Zakat Pengurangan Pajak Penghasilan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.) 20.

<sup>48</sup> M. Ali Hasan, *Zakat dan Infak: Salah Satu Solusi Mengatasi Problem Sosial di Indonesia*, 2006, 17-18

<sup>49</sup> Fakhruddin Al-Muhsin, *Ensiklopedi Mini Zakat*, (Bogor: CV. Darul Ilmi, 2011), 16-21.

dikenakan pada orang kaya untuk diberikan kepada orang miskin di antara mereka.”

Jadi dalam hadis tersebut dengan jelas mengatakan bahwa penggunaan hukum wajib di dunia, zakat dibayarkan setelah orang-orang masuk Islam, karena zakat merupakan salah satu rukun Islam.<sup>50</sup>

#### 4. Harta yang wajib dizakati

Pada hakikatnya, semua yang dihasilkan seorang muslim dari jerih payah usahanya, apapun sumbernya ada hak dari sebagian muslim lainnya. Harta tersebut harus diberikan kepada kaum yang membutuhkan, dalam arti lain harta tersebut harus dikeluarkan zakatnya, tetapi di sisi lain juga terdapat harta yang tidak terkena kewajiban zakat. Harta yang tidak terdapat kewajiban berzakat yaitu harta yang tidak memenuhi syarat wajib mengeluarkan zakat. Adapun syarat tersebut adalah:<sup>51</sup>

- a. Milik penuh, kekayaan itu harus berada di bawah control dan di dalam kekuasaan pemilikinya serta didapatkan dengan cara yang halal. Kekayaan itu harus berada di tangannya, tidak tersangkut di dalamnya hak orang lain, dapat dipergunakan, berfaedah serta dapat dinikmati.
- b. Berkembang, harta tersebut senantiasa bertambah baik secara konkret maupun tidak konkret.
- c. Cukup senisab, nisab merupakan batasan minimal untuk harta yang harus dikeluarkan zakatnya. Disyaratkan nisab memungkinkan orang yang mengeluarkan zakat sudah terlebih dahulu berada dalam kondisi berkecukupan.
- d. Lebih dari kebutuhan biasa, harta tersebut lebih dari kebutuhan rutin yang benar-benar diperlukan untuk memenuhi batas minimal kebutuhan sang pemilik harta demi kelangsungan hidupnya.
- e. Bebas dari hutang, orang yang berhutang tidak diwajibkan untuk berzakat akan tetapi berhak mendapatkan zakat. Pemilikan sempurna yang dijadikan syarat wajib zakat haruslah lebih dari kebutuhan primer, cukup senisab serta bebas dari hutang.
- f. Berlalu setahun, bahwa harta yang wajib dizakati harus berada di tangan pemilik harta dengan ketentuan berlalu 12

---

<sup>50</sup> Yusuf al-Qardhawi, *Fiqh al-Zakah*, (Beirut: Mu'assasah al-Risalah, 1980), 42.

<sup>51</sup> Fahrur Muis, *Zakat A-Z Panduan Mudah, Lengkap dan Praktis Tentang Zakat*, Tiga (Solo: Serangkai Pustaka Mandiri, 2011), 39.

bulan qomariah dalam kategori zakat modal, hewan ternak, uang dan harta benda dagang dan lain-lain.

Menurut Didin Hafidhuddin menjelaskan sesuai dengan perkembangan ekonomi modern meliputi zakat profesi, zakat perusahaan, zakat surat-surat berharga, perdagangan mata uang, zakat hewan ternak yang diperdagangkan, zakat madu dan produk hewani, zakat investasi properti, zakat asuransi syariah, zakat bergerak di bidang tanaman anggrek, bisnis burung walet, ikan hias dan lainnya, serta zakat-zakat yang bergerak di bidang *home funishing* modern.<sup>52</sup>

a. Zakat Profesi

Fatwa ulama pada tanggal 30 April 1984 pada Mukhtar Internasional pertama di Kuwait, dengan hasil salah satu kegiatan yang dapat membangun kekuatan manusia berupa pekerjaan yang bermanfaat, baik itu dilakukan perorangan seperti dokter, arsitek dan lainnya, maupun bersama-sama seperti para karyawan, pegawai dan lainnya. Semua itu menghasilkan gaji atau pendapatan, dan setiap pendapatan harus dikeluarkan zakatnya.

Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dalam fikih dikenal dengan istilah *al-māl al-mustafād*, yaitu setelah penghasilan didapat maka wajib mengeluarkan zakat, meskipun kepemilikannya belum sampai setahun, dan tidak perlu mengeluarkan zakat lagi pada akhir tahun yang sama dengan jumlah nisab dan kadar zakat uang yaitu *rubu' al-usyr* atau 2,5 persen.

Adapun ayat alquran yang mendasari hal ini yaitu surat al-Dzariyat ayat 19:

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya: “Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.”<sup>53</sup>

b. Zakat Perusahaan

Zakat perusahaan sebagaimana termaktub dalam UU No. 23 Tahun 2011 Tentang Zakat pasal 4 ayat 3 yaitu “Zakat maal sebagaimana dimaksud pada ayat (2) merupakan harta

<sup>52</sup> Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta : Gema Insani, 2002), 93-123.

<sup>53</sup> *Alquran dan Terjemahannya*, ٧٦٢.

yang dimiliki oleh muzaki perseorangan atau badan usaha”. Perusahaan adalah termasuk badan usaha, karena memiliki izin usaha termasuk Koperasi Adapun landasan hukum kewajiban zakat perusahaan adalah nas-nas yang bersifat umum seperti al-Baqarah: 267, dan al-Taubah: 103, juga terdapat dalam hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari yang berbunyi:<sup>54</sup>

ولا يجمع بين متفرق، ولا يفرق بين مجتمع خشية الصدقة

Artinya: “Dan janganlah disatukan (dikumpulkan) harta yang mula-mula terpisah, sebaliknya jangan pula dipisahkan harta yang pada mulanya bersatu, karena takut mengeluarkan zakat.”

Zakat perusahaan mirip dengan zakat transaksi atau perdagangan, yang harus berupa aset yang dimiliki atau modal perusahaan ditambah dengan keuntungan, pendapat lain mengatakan yang wajib dizakati adalah keuntungan saja. Perhitungan nisab dan besaran zakatnya sama dengan zakat perdagangan, yaitu ada haul (satu tahun), nisabnya 85 gram emas dan kadar zakat yang dikeluarkan adalah 2,5 persen.<sup>55</sup>

c. Zakat Surat-Surat Berharga

Termasuk surat-surat berharga adalah Saham dan Obligasi, Saham dan Obligasi merupakan aset yang dapat diperdagangkan dan pemiliknya memperoleh keuntungan, maka saham tersebut wajib dizakati sebagaimana zakatnya perdagangan. yaitu ada haul (satu tahun), nisabnya 85 gram emas dan kadar zakat yang dikeluarkan adalah 2,5 persen.

**5. Golongan Penerima Zakat**

Zakat merupakan sejumlah harta tertentu yang dikeluarkan apabila telah memenuhi haul dan nisabnya kepada golongan yang berhak menerima. Ada delapan golongan mustahik yang berhak menerima zakat seperti yang dijelaskan di dalam Q.S. al-Taubah ayat 60:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغُرَمِيِّنَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

<sup>54</sup> Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, 99.

<sup>55</sup> Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, 102.

Artinya: “*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai sesuatu ketetapan yang diwajibkan Allah dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.*”<sup>56</sup>

Golongan ini sering disebut dengan mustahik zakat di antaranya yaitu:<sup>57</sup>

a. Fakir

Fakir menurut mazhab Hanafi adalah orang yang tidak memiliki apa-apa di bawah nilai nisab menurut hukum zakat yang sah, atau nilai sesuatu yang dimiliki mencapai nisab atau lebih yang terdiri dari perabot rumah tangga, barang-barang, pakaian, buku sebagai keperluan pokok sehari-hari. Fakir dalam definisi fikih adalah orang yang tidak memiliki harta atau pekerjaan yang layak yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya sendiri dan orang-orang yang wajib dinafkahi olehnya. Maksud dari kebutuhan hidup adalah sandang, pangan dan papan serta kebutuhan lain sesuai standar kelayakan.

b. Miskin

Miskin adalah kondisi dimana seseorang tidak mempunyai harta dan atau tidak mempunyai pekerjaan yang layak baginya dan mencukupi kebutuhan orang yang wajib ia nafkahi.

c. Amil

Secara bahasa amil berarti pekerja (orang yang melakukan pekerjaan). Secara istilah amil adalah orang yang diangkat oleh pemerintah (imam) untuk mengumpulkan dan mendistribusikan zakat kepada orang-orang yang berhak menerimanya.

d. *Muallaf*

*Muallaf* adalah orang yang dilembutkan hatinya dengan tujuan agar mereka berkenan menerima agama Islam secara utuh.

---

<sup>56</sup> *Alquran dan Terjemahannya*, 219.

<sup>57</sup> M. Yusuf Qordhawi, *Hukum Zakat*, Terj. Salman Harun (Jakarta: Litera Antar Nusa, 1973), 512.

e. *Riqāb*

*Riqāb* atau budak adalah hamba yang tuannya dijanjikan akan dimerdekakan apabila hamba tersebut mampu membayar sejumlah uang atau harta.

f. *Ghārimīn*

*Ghārimīn* adalah orang yang berhutang karna kepentingan yang bukan maksiat dan tidak sanggup membayarnya.

g. *Fī sabīlillah*

Jumhur ulama memberikan pengertian *fī sabīlillah* sebagai mempertahankan dan memperjuangkan agama dan kaum muslimin. Ada pendapat lain yang menjelaskan golongan ini termasuk di dalamnya adalah orang-orang yang memperjuangkan agama melalui sekolah-sekolah, rumah sakit dan lainnya.

h. *Ibnu sabīl*

*Ibnu sabīl* merupakan kiasan dari seorang musafir atau orang yang berada dalam perjalanan dari satu daerah ke daerah lain dan tujuannya bukan untuk maksiat.<sup>58</sup>

## 6. Tujuan Zakat

Yusuf Qordhawi membagi tujuan zakat menjadi tiga sasaran, yaitu tujuan zakat bagi muzaki, bagi mustahik dan bagi masyarakat:

a. Tujuan Zakat bagi Muzaki

- 1) Dengan melakukan zakat maka jiwa dapat terbebas dari sifat yang buruk yaitu kikir. Seringnya sifat kikir. Seringnya sifat kikir muncul karena rasa cinta yang berlebihan terhadap harta benda atau yang bersifat duniawi. Sehingga mau melakukan apa saja untuk mendapatkan materi atau harta yang telah digadangkan meskipun dengan cara yang melanggar norma norma agama. Nabi Muhammad SAW bersabda:

“Jauhilah sifat kikir, karena kehancuran orang sebelum kamu adalah karena sifat kikir, jika diperintahkan kepada mereka untuk berlaku bakhil, mereka akan bakhil. Jika diperintahkan kepada mereka untuk memutus silaturahmi, mereka akan memutusnya. Dan jika diperintahkan kepada mereka untuk berbuat maksiat mereka akan melakukannya.”

---

<sup>58</sup> M. Yusuf Qordhawi, *Hukum Zakat*, 512-513.

- 2) Zakat mengajarkan untuk berbagi, hal yang bisa dilakukan untuk mengurangi penyakit kikir adalah dengan membiasakan diri untuk berbagi, salah satunya dengan bersedekah atau berzakat.
  - 3) Zakat merupakan perwujudan rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat rizki yang sudah diberikan-Nya.
  - 4) Zakat adalah ujian bagi hamba, apakah dengan rizki yang diberikan, dia menggunakannya untuk ketaatan kepada Sang Pemberi rezeki, atau pun malah menggunakannya pada jalan kemaksiatan.
  - 5) Zakat mendatangkan kecintaan akan sesama manusia. Zakat dapat menciptakan kerukunan dan keharmonisan antara orang kaya dan orang miskin. Dengan zakat kita dapat menghilangkan sifat iri dan sombong terhadap orang lain.<sup>59</sup>
- b. Tujuan zakat untuk mustahik
- 1) Zakat membebaskan mustahik dari kesulitan yang dihadapinya.
  - 2) Zakat menghilangkan sifat benci serta dengki.<sup>60</sup>
- c. Tujuan Zakat bagi Masyarakat
- 1) Zakat serta tanggung jawab sosial. Pada sasaran ini ada yang bersifat identitas sosial, seperti membantu orang yang membutuhkan, membantu orang-orang yang lemah, seperti fakir, miskin, orang yang berhutang, dan ibnu sabil.
  - 2) Zakat dan aspek ekonominya. Secara ekonomi zakat adalah merangsang pemilik harta agar terus berkarya untuk mendapatkan rezeki. Dengan mendapatkan rezeki dia bisa membayar zakat.
  - 3) Zakat dan ketimpangan sosial ekonomi. Dalam kehidupan sosial, pendapatan ekonomi masyarakat berbeda. Kesenjangan ini seringkali mengarah pada posisi yang berlawanan serta persinggungan sosial. Potensi konflik sangat besar ketika perbedaan posisi berdasarkan perbedaan sosial ekonomi dipahami hanya pada tataran materi, maka dimungkinkan terjadi konflik sehingga perlu alternatif pencegahan. Dan zakat dapat

---

<sup>59</sup> Hasbi Ash –Shiddieqy, *Pedoman Zakat*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), 24.

<sup>60</sup> Hasbi Ash –Shiddieqy, *Pedoman Zakat*, 24.

digunakan sebagai solusi untuk pencegahan terjadinya konflik akibat kesenjangan ekonomi tersebut.<sup>61</sup>

Berdasarkan uraian tujuan zakat di atas dapat disimpulkan bahwa zakat bertujuan untuk membangun solidaritas sosial di antara anggota masyarakat, mengaktifkan kegiatan ekonomi dan investasi, serta membebaskan masyarakat dari sifat kikir, dan terbiasa untuk berinfak dan berbagi.

## 7. Hikmah yang Terkandung dalam Zakat

Zakat adalah ibadah dalam bidang harta yang mengandung beberapa hikmah yang sangat besar dan mulia, baik hikmah itu berkaitan dengan orang yang berzakat, orang-orang yang menerima zakat, harta yang dikeluarkan zakatnya, maupun bagi masyarakat secara keseluruhan.<sup>62</sup>

Adapun hikmah yang terkandung dalam melaksanakan zakat antara lain sebagai berikut:

- a. Sebagai bentuk keimanan kepada Allah SWT dengan cara mensyukuri nikmatnya, menumbuhkan ahlak mulia dengan rasa kemanusiaan yang tinggi, menghilangkan sifat kikir, rakus dan materialistis, menumbuhkan ketenangan hidup, sekaligus membersihkan serta mengembangkan harta yang dimiliki.
- b. Sebagai penolong mustahik, terutama bagi yang membutuhkan dan tidak mampu supaya hidup lebih baik dan sejahtera, dengan kehidupan yang layak sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, dapat beribadah kepada Allah SWT, terhindar dari bahaya kufur, sekaligus menghilangkan rasa iri, dengki dan hasud yang mungkin muncul dari kalangan mereka ketika mereka melihat orang kaya yang memiliki harta banyak.<sup>63</sup>
- c. Sebagai salah satu sumber pendanaan pembangunan sarana dan prasarana yang harus dimiliki umat Islam, seperti, sarana ibadah, pendidikan, kesehatan, sosial dan ekonomi, serta sarana untuk mengembangkan kualitas sumber daya manusia.
- d. Sebagai pembangunan kesejahteraan umat, karena zakat merupakan alat distribusi pemerataan pendapatan. Melalui pengelolaan zakat yang tepat, pertumbuhan ekonomi dapat ditingkatkan sekaligus mencapai pemerataan pendapatan.
- e. Sebagai motivasi umat untuk mampu bekerja dan berusaha sehingga memiliki harta kekayaan yang dapat memenuhi

---

<sup>61</sup> Hasbi Ash –Shiddieqy, *Pedoman Zakat*, 25.

<sup>62</sup> Didin Hafhiduddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, 9.

<sup>63</sup> Didin Hafhiduddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, 10.

kebutuhan diri dan keluarganya. Zakat yang dikelola dengan baik, akan mampu membuka lapangan kerja dan usaha yang luas, sekaligus sebagai penguasaan aset-aset oleh umat Islam.<sup>64</sup>

## D. Media Sosial

### 1. Pengertian Media Sosial

Saat ini seiring terus berkembangnya teknologi, media sosial merupakan tren dalam melakukan berbagai macam interaksi sosial. Secara sederhana media sosial dapat dipahami sebagai media yang bersifat *online* di mana para penggunanya dapat dengan mudah ikut berpartisipasi, berbagi dan membuat sebuah isi atau konten. Banyak sekali ditemukan dalam berbagai literatur tentang definisi atau pengertian media sosial yang dikemukakan oleh para ahli, yang di antaranya adalah:<sup>65</sup>

- a. Antony Mayfield memberikan gagasannya tentang definisi media sosial di mana menurutnya pengertian media sosial adalah media yang penggunaannya mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan peran, khususnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia *online*, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan avatar/karakter 3D).
- b. Marjorie Clayman menjelaskan bahwa definisi atau pengertian media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin.
- c. Philip Kotler dan Kevin Keller memaparkan bahwa pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.
- d. Henderi, Muhammad Yusup, dan Yuliana Isma mengatakan bahwa media sosial adalah situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.
- e. Menurut Rulli Nasrullah, media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan penggunaannya untuk

<sup>64</sup> Didin Hafhiduddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, 14.

<sup>65</sup> Arum Wahyuni Purbohastuti. Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*. Vol. 12, No. 2 (2017), 218- 219.

mempresentasikan dirinya maupun berintraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (nyata).<sup>66</sup>

Perkembangan teknologi khususnya media sosial yang semakin pesat tidak hanya terjadi pada negara-negara maju saja, di negara berkembang seperti tanah air Indonesia ini saja banyak sekali *user* atau pengguna sosial media dan perkembangan yang pesat ini bisa menjadi pengganti peran media masa atau konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi, bahkan Indonesia menempati peringkat ke 5 di dunia dalam pengguna akun twitter. Selain untuk membagi informasi, media sosial maupun internet juga dapat dijadikan sebagai suatu kegiatan bisnis, seperti membuka toko *online* dan lain sebagainya.<sup>67</sup>

Media sosial telah menjadikan keseluruhan masyarakat global memiliki kesempatan yang sama. Media sosial telah mampu mewujudkan kolaborasi manusia tanpa batasan waktu dan tempat, sehingga media sosial bisa dikatakan sebagai alat komunikasi generasi saat ini. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan dunia dalam genggaman.

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang, itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

## 2. Jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial.<sup>68</sup>

### a. Media Jejaring Sosial (*sosial networking*)

Media jejaringan sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial

<sup>66</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Prespektif Komunikasi*, 128.

<sup>67</sup> Abdul Karim Syahputra dkk, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi UPT. Puskesmas Porsea*, Jurdimas, Vol. 2, No. 2, 2019, 116.

<sup>68</sup> Ahmad Setiadi, "*Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi*, 2.

adalah setiap pengguna membentuk jaringan petemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (*offline*) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaringan sosial yang banyak digunakan adalah Facebook, Instagram dan WhatsApp.

#### 1) Facebook

Facebook merupakan situs yang layanan utamanya adalah layanan jejaring sosial. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga.<sup>69</sup>

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti “Rekan Kerja” atau “Teman Dekat”.<sup>70</sup>

Sejak munculnya Facebook di dunia maya, semua perhatian tertuju kepadanya. Hal ini dikarenakan pada setiap pemuktahiran selalu dipertimbangkan atas dasar kemudahan pengaksesanya. Facebook memiliki banyak keunggulan dibandingkan situs lainnya, diantara keunggulannya adalah sebagai berikut :

- a) Facebook merupakan situs jaringan sosial terbesar di dunia.

<sup>69</sup> Hoover Edwin, *Facebook*, (Bandung: Rajawali Persada, 2008), cet.ke-3, 3.

<sup>70</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>, diakses 31 Oktober 2022 pukul 23.15

- b) Di Facebook kita dapat mengetahui siapa-siapa saja teman kita yang sedang *online* dan dapat melakukan *chat* dengan mudah.
  - c) Dalam hal *translate* bahasa, Facebook nomor satu, karena Facebook menyediakan layanan *translate* bahasa-bahasa yang lengkap.
  - d) Info-info Facebook lebih lengkap seperti lowongan pekerjaan, organisasi, universitas dan lain-lain.
  - e) Aplikasi di Facebook tidak kalah menarik dengan aplikasi situs jaringan sosial lainnya.
  - f) Kebanyakan artis, pejabat, penyanyi, group band, dan lain-lain menggunakan Facebook sebagai situs jaringan sosial yang mereka andalkan.<sup>71</sup>
- 2) Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*Smartphone*). Nama Instagram diambil dari kata “Insta” yang asalnya “Instan” dan “gram” dari kata “telegram”.<sup>72</sup> Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*share*) ke jejaring sosial yang lain. Orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia fotografi pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyaknya fungsi-fungsi aplikasi Instagram untuk mengolah foto, Instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Selain itu, Instagram adalah aplikasi untuk *photo-sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi hasil foto melalui berbagai layanan social media seperti Facebook, Twitter dan situs media lainnya.<sup>73</sup>

Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, Instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk

---

<sup>71</sup> Akbar, *Tips and Trik Gaul Lewat Facebook*, (Jakarta: Milestone, 2009), cet.ke-3, 8.

<sup>72</sup> Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), 8.

<sup>73</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses 15 November 2021 pukul 13:00 WIB.

persegi, mirip dengan gambar Kodak Instamatic dan Polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel.<sup>74</sup>

Instagram memiliki kelebihan dalam penggunaannya, di antaranya adalah sebagai berikut:<sup>75</sup>

- a) Gratis, untuk menggunakan instagram anda tidak perlu mengeluarkan uang karena anda hanya cukup mendownload aplikasinya atau membuka situsnya. Tidak seperti saat Anda menggunakan website untuk promosi, yang tentu saja harus menyewa domain dengan porto bervariasi.
- b) Mudah dioperasikan, karena kemudahan yang disuguhkan, menjadikan Instagram media yang sangat cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Seperti memposting foto atau video, memberi *like* dan komentar pada postingan, *memfollow* hingga *searching* yang relevan dengan *hashtag* pun dapat dilakukan dengan sangat mudah.
- c) Koneksi dengan media sosial lain, Instagram memang memiliki koneksi dengan beberapa media sosial lainnya sehingga memberikan kemudahan tersendiri untuk para pelaku bisnis.
- d) Mudah untuk promosi/pengenalan, karena Anda sudah menggunakan Instagram, jadi anda bisa leluasa melakukan promosi dengan berbagai cara yang mudah. Seperti memanfaatkan jasa *endorment*, menggunakan *hashtag*, Instagram ads, ataupun *paid promote*.
- e) Media utama berupa foto, Instagram memiliki keunggulan dalam hal memposting foto maupun video, sosial media ini memberikan kualitas serta tampilan foto yang baik, sehingga sangat cocok jika dijadikan sarana promosi yang pada umumnya mengandalkan foto produk.

Instagram juga memiliki kekurangannya dalam penggunaannya, di antaranya adalah sebagai berikut:<sup>76</sup>

---

<sup>74</sup> Sherief Salbino, *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, (Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014), 47.

<sup>75</sup> <https://www.citrahost.com/blog/instagram-sebagai-sarana-promosi/>, diakses pada tanggal 24 Oktober pukul 15:30 WIB.

- a) Harus rajin update, hampir mirip dengan media sosial lain, Instagram juga memiliki *timeline* yang berjalan dengan cepat. Sehingga sebagai pemilik bisnis harus rajin untuk memposting foto ataupun video agar produknya atau programnya tetap dapat dilihat oleh para pengikut.
  - b) Spamming, kemudahan yang telah diberikan oleh media sosial Instagram dalam hal berinteraksi dapat membuat sosial media ini rawan terkena spamming. Biasanya spamming banyak ditemukan pada komentar, namun dapat disiasati dengan memberlakukan private akun agar tidak ada orang-orang yang sembarangan komentar pada setiap postingan anda.
  - c) Transaksi yang kurang praktis, pada dasarnya Instagram tidak dibangun untuk sarana penghimpunan dana, sehingga wajar saja apabila proses transaksinya dalam menghimpun dana terlihat kurang praktis, ketika ada donatur ingin menyalurkan zakatnya. Oleh sebab itu, untuk para penghimpun dana harus mencantumkan kontak pada bagian *caption* serta profil pada setiap postingan.
- 3) WhatsApp

WhatsApp Messenger adalah aplikasi pesan untuk ponsel cerdas. WhatsApp Messenger merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa pulsa, karena WhatsApp Messenger menggunakan paket data internet. Aplikasi WhatsApp Messenger menggunakan koneksi internet 3G, 4G atau WiFi untuk komunikasi data. WhatsApp dapat digunakan untuk melakukan obrolan daring, berbagi file, bertukar foto, dan lain-lain.<sup>77</sup>

WhatsApp memiliki beberapa kelebihan seperti:<sup>78</sup>

- a) Sinkronisasi Otomatis, artinya tidak perlu menyimpan satu per satu kontak WhatsApp orang

---

<sup>76</sup> <https://www.citrahost.com/blog/instagram-sebagai-sarana-promosi/>, diakses pada tanggal 24 Oktober pukul 15:30 WIB.

<sup>77</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>, di akses 15 September 2022, 20:30 WIB.

<sup>78</sup> <https://masdzikry.com/kelebihan-dan-kekurangan-whatsapp/>, di akses 15 September 2022, 20:35 WIB.

lain karena semua kontak sudah tersinkronisasi secara otomatis pada ponsel. Sehingga ketika ada kontak baru yang masuk, maka secara otomatis pengguna bisa langsung menghubungi melalui WhatsApp selama kontak tersebut juga memiliki aplikasi yang sama.

- b) *Backup chat* secara otomatis. WhatsApp memiliki fitur backup otomatis dalam sehari pemakaian ke Google Drive. Artinya, pengguna tidak perlu takut ketika menggunakan smartphone baru sedangkan data chat berada di smartphone lama.
- c) Fitur *Stories*, Layaknya media sosial seperti Instagram dan Facebook, WhatsApp juga mengeluarkan fitur *stories* pada aplikasinya. Fitur ini memungkinkan Anda untuk membuat story setiap waktu dan akan hilang dalam waktu 24 jam. Cara penggunaan dan fungsinya pun pada dasarnya sama seperti media sosial lainnya. Sehingga dapat berbagi momen dalam bentuk gambar, video, maupun teks. Banyak yang memanfaatkan stories untuk berjualan karena cukup efektif untuk menarik konsumen.

Meskipun WhatsApp dinilai memiliki beberapa kelebihan, tentunya terdapat juga beberapa kekurangan WhatsApp di antaranya:<sup>79</sup>

- a) Permintaan update, Pihak developer WhatsApp sering melakukan update untuk memberikan fitur dan kenyamanan terbaik kepada pengguna. Namun, seringkali hal ini juga cukup mengganggu karena harus melakukan sinkronisasi.
  - b) Volume data yang cukup besar, Untuk bisa mengunduh WhatsApp pada smartphone, maka dibutuhkan volume data yang cukup besar. Terutama ketika digunakan untuk menonton status video, mengirim video, dan lainnya maka kuota akan terkurus cukup banyak secara otomatis.
- b. *Jurnal Online (Blog)*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling

---

<sup>79</sup> <https://masdzikry.com/kelebihan-dan-kekurangan-whatsapp/>, di akses 15 September 2022, 20:35 WIB

mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbaharui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, blog banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengguna. Secara mekanisme, jenis media sosial ini bisa dibagi menjadi dua, yaitu kategori *personal homepage*, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti wordpress atau blogspot.<sup>80</sup>

Blog menurut Herman Saksono adalah website yang menampilkan informasi secara kronologis dalam urutan mundur. Blog dilihat dari bentuknya merupakan sebuah website biasa, namun tidak seperti website konvensional, blog bisa diperbaharui isinya dan mengatur penampilanya secara langsung saat orang melakukan blogging atau dengan kata lain, melakukan aktivitas dalam blog masing-masing. Blog adalah merupakan situs penyedia layanan web gratis tanpa mengharuskan seseorang untuk menjadi web master, karena sudah banyak mesin blog jadi tinggal dipakai oleh siapapun yang menguasai bahasa pemrograman web, seperti (1) Hypertext Markup Language (HTML), (2) javascript, (3) Hipertext PreProcessor (PHP), (4) Extensible Markup Language (XML). Blog lebih identik dengan sebuah diari, perbedaan mendasar adalah bahwa blog bisa dibaca siapa saja, banyak blog yang fokus terhadap satu objek informasi, misalnya politik, web design, olah raga dll. Kebanyakan blog itu lebih seperti jurnal pribadi yang berisi informasi perjalanan dan kehidupan sehari-hari seseorang blogger dan pemikirannya.<sup>81</sup>

c. Mikroblog (*Micro-Blogging*)

Mikroblog adalah suatu bentuk blog yang memungkinkan penggunaanya untuk menulis teks pembaharuan singkat yang biasanya kurang dari 200 karakter dan mempublikasikannya, baik untuk dilihat semua orang

---

<sup>80</sup> Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan media sosial,3.

<sup>81</sup> Zadrian Ardi dan Indah Sukmawati, Social Media and the Quality of Subjective Well-Being; Counseling Perspective in Digital Era, PROCEEDINGS | International Conseling and Education Seminar 2017, 30.

atau kelompok terbatas yang dipilih oleh pengguna tersebut. Pesan-pesan ini dapat dikirim melalui berbagai cara, yaitu melalui SMS, pesan instan, surat elektronik, digital audio atau web.<sup>82</sup> Contoh *micro-blogging* yang paling banyak digunakan adalah Twitter.

Media Sosial Twitter ialah jejaring sosial yang membatasi penggunaannya untuk mengirim sebuah tweet dengan batas 140 Kata, Tidak lebih. Twitter dengan Facebook mempunyai kesamaan dan perbedaan. Kesamaannya ialah Twitter dan Facebook sama-sama layanan Jejaring Sosial yang berguna untuk saling menghubungkan antara pengguna satu dengan pengguna lainnya.<sup>83</sup>

Perbedaannya ialah Kalau Facebook Membatasi penggunaannya mengirim status facebook hingga 400 kata lebih, tetapi jika twitter hanya membolehkan 140 kata. Twitter didirikan dan diresmikan pada tahun 2006 tepatnya pada bulan maret. Didirikan oleh Jack Dorsey. Jejaring Sosial Twitter sudah sangat dikenal oleh setiap orang di dunia. Bahkan di Tahun 2014 ini Twitter menjadi salah satu dari 5 besar situs yang paling sering dikunjungi oleh banyak orang.<sup>84</sup>

Adapun Fitur-fitur yang terdapat di Twitter ialah sebagai berikut:<sup>85</sup>

- 1) Tweet, Fitur Tweet ini ialah fitur utama di Twitter. Tweet ialah kicauan, yaitu untuk mengirim dan melihat kicauan setiap pengguna twitter.
- 2) *Following*, Fitur *Following* ialah fitur untuk mengikuti teman atau kerabat di Twitter, Fitur ini merupakan salah satu Fitur utama di Twitter.
- 3) *Followers*, Fitur yang satu ini adalah fitur untuk melihat siapa yang mengikuti anda di twitter.

---

<sup>82</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Mikroblog>, di akses 15 September 2022, 20:45 WIB

<sup>83</sup> Taufiq Rahman, *Pengertian Media Sosial Twitter*, (Bandung:Jaya Pustaka, 2011), 15.

<sup>84</sup> Taufiq Rahman, *Pengertian Media Sosial Twitter*, 16.

<sup>85</sup> Hasan Basri, Peranmedia Sosial Twitter dalam Interaksi Sosial Pelajar Sekolah Menengah Pertama di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pelajar SMPN 1 Kota Pekanbaru), *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNRI*, Vol. 4, No. 2 (2017), 10-11.

- 4) Bio, Fitur Bio adalah fitur yang digunakan untuk mengetahui pesan akun Twitter anda yang terdapat di Profil.
- 5) Profil, Ini juga merupakan fitur utama dari Twitter. Ini adalah fitur untuk melihat Avatar Twitter, Bio twitter dan lainnya.
- 6) Masih banyak fitur fitur twitter lainnya yang sangat membantu penggunaannya.

Twitter sangat memudahkan penggunaannya untuk saling menjalin pertemanan dengan pengguna lainnya. Di Twitter juga ada Fitur *Top Trending* yaitu fitur yang memudahkan penggunaannya untuk melihat kicauan apa yang paling populer dan paling sering dikicaukan oleh pengguna twitter.

d. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, melalui dari dokumen (file), Video, Audio, Gambar dan sebagainya. Contoh media ini adalah, YouTube, Flickr, Photo-Bucket, ataupun Snapfish.<sup>86</sup>

Media YouTube adalah sebuah situs web *video sharing* (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Tidak banyak orang menyadari bahwa sebenarnya YouTube memiliki kemampuan mesin pencari yang sangat hebat, karena itu Anda dapat menemukan video dengan berbagai cara dengan mudah. YouTube diluncurkan secara resmi pada Desember 2005, dan segera menjadi populer dalam waktu singkat. Akhirnya Google membelinya pada 2006 dengan nilai mencapai 1,6 juta dolar, meski saat itu YouTube belum mampu memberi keuntungan. di sinilah hebatnya visi Google.<sup>87</sup>

Google sendiri menyatakan bahwa akan tetap mengembangkan YouTube sebagai brand terpisah dari Google, hal sama yang dilakukan dalam menangani Blogger. Mencari video berdasarkan kata kunci (*keyword*), berdasarkan topik, saluran dan sebagainya. Begitu anda temukan saluran atau pembuat konten yang anda senangi,

---

<sup>86</sup> Ahmad Setiadi, "*Pemanfaatan media sosial*",3.

<sup>87</sup> Yudhi Herwibowo, *Youtube*, (Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2008), 3.

anda lalu bisa berlangganan saluran mereka.<sup>88</sup> Media YouTube menggunakan format Adobe Flash untuk memutar video. Ini merupakan satu format standar yang didukung banyak peramban (*browser*), termasuk Internet Explore, Opera, Safari, Firefox dan Chrome. Video media YouTube juga bisa diputar dari berbagai perangkat mobile menggunakan format ini.<sup>89</sup>

Media YouTube menerima video yang diunggah dengan sebagian besar format kontainer, termasuk .AVI, .MKV, MOV, MP4, DivX, FLV, ogg dan ogv. Format video seperti MPEG-4, MPEG, VOB, dan WMV juga dapat diunggah. Media YouTube mendukung 3GP, sehingga video bisa diunggah dari telepon genggam. Video dengan pindai progresif atau terikat bisa diunggah, tetapi untuk kualitas video terbaik, media YouTube menyarankan agar video pindai terikat di-deinterlace sebelum diunggah. Semua format video di Youtube memakai pemindaian progresif. Adapun kekuatan atau istilah-istilah dalam media Youtube yaitu:<sup>90</sup>

- 1) *Subscribe*: membantu kita untuk dengan mudah mengikuti informasi terbaru dari chanel favorit.
- 2) *Streaming*: proses mengalirkan atau mentransfer data dari server kepadahost dimana data tersebut merepresentasikan informasi yang harus disampaikan secara langsung (*real time*).
- 3) *Buffering*: jeda waktu yang kita rasakan pada saat kita ingin mengakses sesuatu di internet, terutama file video semisal di Youtube, dimana kita melihat tanda seperti jam pasir, melingkar lingkaran beberapa saat sampai akhirnya file yang ingin kita akses pun berhasil keluar.
- 4) *VLOG (Video Blog)*: Sebuah konten kreatif yang dibuat oleh seseorang atau YouTubers untuk membagikan diary kehidupannya dalam bentuk video yang sengaja di tayangkan kepada banyak orang secara gratis.

---

<sup>88</sup> Andika Handayanto, *Berani Sukses Karena Andal Memakai Youtube*, (Yogyakarta :Mediakom, 2014), 96.

<sup>89</sup> Jefferly Helianthusonfri, *YouTube Marketing*, (Jakarta : PT. Gramedia. 2014), 29.

<sup>90</sup> Jefferly Helianthusonfri, 35.

- 5) *Youtubers*: Adalah Sebuah istilah yang ditujukan bagi mereka yang sering berbagi video melalui kanal YouTube. Profesi ini memang bisa mendatangkan keuntungan. YouTubers biasanya membuat sebuah video lucu, menarik, unik, kreatif, ataupun video tentang kesehariaanya (VLOG). Dan merupakan hobinya di waktu luang. Kalau videonya cukup ramai subscribarnya pun akan bertambah setiap harinya tapi itu tergantung dengan video yang dibuatnya.
- e. Penanda Sosial (*Sosial Bookmarking*)  
 Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs sosial *bookmarking* yang populer adalah, delicious.com, dan untuk di Indonesia ada LintasMe.com.<sup>91</sup>
- f. Media Konten Bersama atau Wiki  
 Media Konten Bersama Atau Wiki merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata.<sup>92</sup>

## E. Pemetaan

Pemetaan merupakan tahapan penting yang harus dilaksanakan sebelum memulai suatu pemberdayaan. Hasil akhir pemetaan dapat menjadi dasar dalam penentuan bentuk pemberdayaan yang tepat untuk dilakukan pada komunitas masyarakat tertentu. Pemetaan umumnya dilakukan untuk melihat potensi atau peluang yang dapat dikembangkan dalam kelompok masyarakat. Terdapat beberapa jenis pemetaan di antaranya penyusunan profil komunitas, pemetaan aset komunitas dan pemetaan sosial.<sup>93</sup>

Profil komunitas biasa digunakan untuk merujuk pada berbagai program yang dilaksanakan oleh organisasi, termasuk komunitas itu sendiri, lembaga hukum, dan organisasi-organisasi kerelawanan. Profil komunitas mencakup segala kebutuhan dan

---

<sup>91</sup> Ahmad Setiadi, "*Pemanfaatan media sosial*,3.

<sup>92</sup> Ahmad Setiadi, "*Pemanfaatan media sosial*,3.

<sup>93</sup> Wahyu Gunawan dan Budi Sutrisno, Pemetaan Sosial Untuk Perencanaan Pembangunan Masyarakat, *Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, Vol. 2 No. 2, 2021, 95.

sumberdaya yang dimiliki komunitas berikut segala permasalahan yang mempengaruhi komunitas tersebut. Penyusunan profil komunitas yang baik membutuhkan keterlibatan aktif masyarakat terutama dalam tahap *needs assesments* dan audit sosial.<sup>94</sup>

Sedangkan pemetaan komunitas menurut Lydon merupakan suatu proses untuk membuat representasi geografis dan spasial dalam bentuk grafis, bukan secara lisan yang mana di dalamnya terangkum segala sesuatu yang terjadi di dalam masyarakat. Pemetaan komunitas memungkinkan masyarakat dapat membuat peta untuk mengekspresikan cerita kehidupan dan tempat asal mereka. Pemetaan komunitas ini juga dapat dikatakan sebagai suatu proses pembelajaran untuk memahami kondisi masyarakat serta untuk melakukan perencanaan tindakan yang sebaiknya dilakukan untuk memperbaiki kondisi masyarakat atau untuk mendorong kemajuan masyarakat.<sup>95</sup>

Selama pemetaan komunitas dilakukan maka para anggota masyarakat berkumpul dan saling berbagi informasi. Informasi yang terkumpul dapat dianalisis dengan berbagai metode serta dapat pula diidentifikasi hubungannya dengan berbagai data lainnya untuk melihat perubahan dari waktu ke waktu. Peta yang dihasilkan dapat digunakan untuk mendokumentasikan kebutuhan masyarakat dan membantu mengarahkan pada konsensus atau pengambilan keputusan yang ditujukan untuk mendorong masyarakat menuju kondisi yang lebih baik lagi.<sup>96</sup>

Selanjutnya adalah pemetaan aset komunitas yang biasa digunakan ketika hendak memulai suatu proses pengembangan atau pemberdayaan masyarakat. Kretzmann dan Mcknight's membuat suatu model pemberdayaan yang berdasarkan aset yang dimiliki oleh masyarakat. Dimulai dengan peta sumberdaya lokal yang memberikan dasar keberlangsungan masyarakat serta rencana aksi yang akan dilakukan. Pemberdayaan masyarakat yang berbasis pada aset lebih terfokus untuk melihat potensi atau kekuatan yang dimiliki komunitas dan bukan pada kelemahannya.<sup>97</sup>

Terakhir adalah pemetaan sosial. Menurut McMurtry, pemetaan sosial adalah pembuatan profil, potret, ataupun keragaan dari suatu masyarakat. Menurutnya, pemetaan sosial dapat pula didefinisikan sebagai suatu proses penggambaran masyarakat yang

---

<sup>94</sup> Wahyu Gunawan dan Budi Sutrisno, Pemetaan Sosial Untuk ....., 95.

<sup>95</sup> Wahyu Gunawan dan Budi Sutrisno, Pemetaan Sosial Untuk ....., 95.

<sup>96</sup> Wahyu Gunawan dan Budi Sutrisno, Pemetaan Sosial Untuk ....., 96.

<sup>97</sup> Wahyu Gunawan dan Budi Sutrisno, Pemetaan Sosial Untuk ....., 96.

didalamnya melibatkan pengumpulan data dan informasi masyarakat terutama dalam hal profil dan masalah sosial. Sedangkan menurut Chamber, pemetaan sosial merupakan proses pengumpulan dan penggambaran data serta informasi yang mencakup potensi dan kebutuhan masyarakat berikut permasalahan yang dihadapinya. Pemetaan sosial mencakup berbagai aspek yang ada di masyarakat seperti aspek sosial, aspek ekonomi, aspek kelembagaan, dan lain sebagainya.<sup>98</sup>

## F. Potensi

### 1. Pengertian Potensi

Potensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *potency*, *potential* dan *potentiality*. Masing-masing kata tersebut mempunyai arti tersendiri. Kata *potency* yang berarti kekuatan, daya, tenaga dan kemampuan. Kemudian kata *potential* memiliki arti kemampuan yang terpendam dan memiliki kemungkinan untuk bisa dikembangkan serta dapat menjadi aktual.<sup>99</sup> Sedangkan kata *potentiality* berarti karakteristik atau ciri khas yang mempunyai satu kemampuan, daya atau kekuatan bertingkah laku untuk masa mendatang yang dilakukan dengan cara tertentu.<sup>100</sup>

Menurut Sri Habsari potensi adalah kemampuan dan kekuatan seseorang baik secara fisik maupun mental dapat berkembang ketika adanya suatu latihan dan tunjangan sarana yang baik.<sup>101</sup> Secara umum potensi dapat diartikan sebagai kemampuan manusia yang dapat dikembangkan dan dioptimalkan. Jadi potensi berarti kemampuan secara dasar yang manusia miliki dan diperlukan latihan agar dapat berkembang secara optimal.

Menurut pandangan ulama dan ilmuwan Islam makna *fiṭrah* berarti kemampuan dasar dalam setiap perkembangan yang dianugerahkan kepada manusia oleh Allah. Komponen-komponen penting yang terdapat dalam fitrah diantaranya yaitu: pertama, kemampuan dasar untuk beragama Islam (*al-Dīn al-Qayyimah*). Kedua, bakat (*mawāhib*) dan kecenderungan (*qābiliyyah*) yang mengacu terhadap iman kepada Allah. Ketiga,

<sup>98</sup> Wahyu Gunawan dan Budi Sutrisno, *Pemetaan Sosial Untuk . . . . .*, 96.

<sup>99</sup> Kartono, *dkk, Kamus Psikologi*, (Bandung: Pionir Jaya, 2000), 364.

<sup>100</sup> Chaplin, James P, *Kamus Lengkap Psikologi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 378.

<sup>101</sup> Agus Surani, *Tesis, Bimbingan Agama Islam dalam Mengembangkan Potensi Diri Remaja di Balai Rehabilitasi Sosial Eks Penyalahguna Napza “Mandiri” Semarang*, (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2016), 25-26.

naluri dan wahyu.<sup>102</sup> Keempat, kemampuan dasar untuk beragama. Kelima, kemampuan untuk merespon terhadap pengaruh luar.<sup>103</sup> Sehingga *fitrah* merupakan komponen yang dinamis, responsif terhadap pengaruh lingkungan

luar, termasuk juga pengaruh pendidikan. Komponen dasar tersebut

yaitu bakat, insting, nafsu dan karakter.<sup>104</sup>

Jadi potensi atau *fitrah* adalah kemampuan manusia sejak lahir yang perlu dikembangkan khususnya lewat kependidikan untuk menjadi lebih baik yang ditiupkan oleh Allah sejak masih dalam kandungan.<sup>105</sup>

## 2. Jenis-Jenis Potensi Manusia

Manusia merupakan makhluk yang potensial. Potensi yang ada pada diri manusia merupakan keseluruhan badan yang utuh dan suatu sistem yang sempurna dibandingkan dengan makhluk ciptaan Allah lainnya. Sesuai dengan firman Allah dalam surat al-Tin ayat 4:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

Artinya: “Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaikbaiknya.”

Secara garis besar potensi manusia terdiri atas 4 pokok utama yang dianugerahkan Allah kepadanya.<sup>106</sup> Di antaranya yaitu:

### a. Potensi Naluri

Potensi ini merupakan dorongan primer yang memiliki fungsi untuk memelihara keutuhan maupun kelanjutan hidup manusia. Diantara dorongan tersebut yaitu *pertama*, berupa insting untuk memelihara diri, misalnya makan, minum, penyesuaian tubuh terhadap lingkungan dan lain-lain. *Kedua*, yaitu dorongan untuk mempertahankan diri. Dorongan ini dapat berbentuk nafsun amarah,

<sup>102</sup> Azimatil Khoirot, “Studi Komparatif Tentang Konsep Potensi Anak Didik dalam Perspektif John Dewey dan Pendidikan Islam”, *Jurnal Studi Islam*, Vol. 6, No. 2 (2015), 190-191.

<sup>103</sup> M. Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 49.

<sup>104</sup> M. Arifin, *Filsafat Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), 48-50.

<sup>105</sup> Azimatil Khoirot, “*Studi Komparatif Tentang Konsep Potensi Anak Didik ...*”, 181.

<sup>106</sup> Jalaluddin, *Teologi Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), 33-35.

menghindar dari gangguan baik sesama makhluk atau oleh lingkungan alam yang mengancam terhadap dirinya. Kemudian *ketiga*, dorongan untuk mengembangkan jenis. Bentuk dorongan ini berupa naluri seksual. Pencapaian manusia pada tahap kematangan fisik (dewasa) yang menjadikan tertarik terhadap lain jenis.<sup>107</sup>

Ketiga dorongan tersebut melekat pada diri manusia secara fitrah, diperoleh tanpa melalui proses belajar. Karena itu dorongan ini disebut dorongan *gharīzah* atau insting yang merupakan bawaan sejak lahir. Dalam psikologi pendidikan ini termasuk kapabilitas, yaitu kemampuan tanpa melalui belajar dalam berbuat sesuatu.<sup>108</sup>

b. Potensi Inderawi

Potensi ini berkaitan erat dengan peluang manusia untuk mengenal sesuatu yang ada di luar dirinya. Melalui alat indera yang manusia miliki dapat mengenal suara, rasa, warna, bau, aroma, maupun sesuatu lainnya. Indera ini merupakan sarana penghubung antara manusia dengan dunia yang ada di luar dirinya.<sup>109</sup>

Potensi inderawi ini secara umum terdiri atas indera penglihat, pendengar, peraba, pencium dan perasa. Selain indera indera tersebut masih ada indera lainnya yang ada dalam tubuh manusia seperti indera keseimbangan dan taktil. Potensi tersebut dapat berfungsi melalui alat indera yang siap pakai yaitu mata, telinga, kulit, lidah, hidung, otak maupun fungsi syaraf.<sup>110</sup>

c. Potensi Akal

Potensi ini hanya dianugerahkan oleh Allah untuk manusia. Dengan potensi ini menjadikan manusia dapat meningkatkan dirinya melebihi dengan makhluk-makhluk ciptaan Allah lainnya.<sup>111</sup>

Potensi akal memberi pengaruh terhadap kemampuan manusia seperti untuk memahami hal-hal abstrak, simbol-simbol, menganalisa maupun menarik kesimpulan sehingga mampu memilih atau memisahkan antara yang benar

---

<sup>107</sup> Akhirin, *Pengembangan Potensi Anak Perspektif Pendidikan Islam, Jurnal Tarbawi*, Vol. 12, No. 2 (2015) 209.

<sup>108</sup> M. Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam; Tinjauan Teoritis dan Praktis Berdasarkan Pendekatan Interdisipliner*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 141.

<sup>109</sup> Akhirin, *Pengembangan Potensi Anak Perspektif.....*, 209.

<sup>110</sup> Akhirin, *Pengembangan Potensi Anak Perspektif.....*, 209.

<sup>111</sup> Akhirin, *Pengembangan Potensi Anak Perspektif.....*, 210.

dengan yang salah Kemampuan akal selain mendorong manusia untuk berkreasi dan berinovasi juga mampu menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, merekayasa lingkungan, menuju kehidupan yang lebih baik serta aman dan nyaman.<sup>112</sup>

d. Potensi Keagamaan

Potensi keagamaan sudah ada pada diri manusia, yaitu berupa dorongan untuk mengabdikan kepada sesuatu yang dianggap memiliki kekuasaan yang lebih tinggi. Dorongan ini dari berbagai unsur emosi, seperti perasaan kagum, perasaan takut, perasaan ingin dilindungi, perasaan tak berdaya, perasaan bersalah dan lain-lain.<sup>113</sup>

Potensi ini menunjukkan bahwa sejak asal kejadiannya manusia membawa potensi beragama yang lurus dan juga potensi dasar dalam Islam yang berfungsi untuk mengarahkan potensi-potensi yang ada dari insting, inderawi dan aqli.<sup>114</sup>

Keempat potensi ini terdapat pada potensi dasar yang dimiliki manusia, yaitu: jasmani, akal, nafs dan ruh. Dalam diri manusia terdapat *Hidāyāt al-Gharīziyyāt* dan *hissiyyāt* sebagai makhluk biologis (*basyr* dan *nafs*). Sedangkan dalam ruh (bukan ruh) terdapat *Hidāyāt al-Aqliyyah* (akal) dan *Hidayat al-Diniyyah*.<sup>115</sup>

## G. Muzaki

Muzaki adalah orang yang dikenai kewajiban membayar zakat atas kepemilikan harta yang telah mencapai nisab dan haul. Berzakat hanya diwajibkan kepada orang muslim saja. Seseorang yang beragama Islam yang telah memenuhi syarat wajib zakat maka harus menunaikan zakatnya.<sup>116</sup>

Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Muzaki adalah orang yang wajib membayar zakat. Menurut UU No. 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat pasal 1, muzaki adalah orang atau badan yang dimiliki oleh orang muslim yang

<sup>112</sup> Jalaluddin, *Teologi Pendidikan*, 35

<sup>113</sup> Jalaluddin, *Teologi Pendidikan*, 35-36.

<sup>114</sup> Akhirin, *Pengembangan Potensi Anak Perspektif.....*, 210.

<sup>115</sup> Akhirin, *Pengembangan Potensi Anak Prespektif.....*, 210.

<sup>116</sup> Muhammad Ibrahim Jannati, *Fiqh Perbandingan Lima Mazhab 2*, (Jakarta: Cahaya, 2007), 65.

berkewajiban menunaikan zakat. Berdasarkan pernyataan tersebut jelas bahwa zakat tidak hanya diwajibkan kepada perorangan saja.<sup>117</sup>

Para ahli fikih sepakat bahwa setiap muslim, merdeka baligh dan berakal wajib menunaikan zakat. Orang yang wajib berzakat disebut dengan Muzakki. Telah disepakati oleh umat Islam bahwa zakat hanya diwajibkan kepada seorang muslim, merdeka, dewasa yang berakal, yang memiliki kekayaan dalam jumlah tertentu dengan syarat tertentu. Selain dari ulama dan pemerintah, muzakki menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pelaksanaan perintah wajib zakat ini karena merekalah orang yang dibebani kewajiban untuk mengeluarkan bagian tertentu dari harta kekayaannya untuk kemudian diberikan kepada yang berhak menerimanya.<sup>118</sup>

## H. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan melengkapi dari berbagai sudut pandang. Adapun kajian penelitiannya antara lain:

*Pertama*, Arief Teguh Nugroho, Ali Nur Ahmad, Wirjo Wijoyo dengan judul penelitian Analisis Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzaki (Studi pada LAZ BaitulMaalKu Kabupaten Karawang). Adapun hasil penelitiannya menunjukkan strategi fundraising zakat dalam meningkatkan jumlah muzaki di LAZ BaitulMaalKu, yaitu menggunakan 2 (dua) strategi, yang pertama Strategi Langsung (*offline*) seperti kampanye fundraising, pelayanan jemput zakat, dan ritel fundraising yaitu sosialisasi dan edukasi zakat ke majelis taklim dan perusahaan-perusahaan. Kedua, Strategi tidak langsung (*online*), diantaranya melalui kanal sahabat kebaikan, media-media sosial, melalui rekening zakat, dan payroll atau kerjasama kemitraan dengan korporasi yang ada di karawang. Dengan strategi yang sudah diterapkan oleh LAZ Baitulmaalku, terbukti telah meningkatkan jumlah muzaki di BaitulMaalKu pada tahun 2018 berjumlah 171 muzaki dan dana yang terkumpul Rp.22.500.000, mengalami peningkatan di tahun 2019, menjadi 1000 lebih muzaki dan dana penerimaan zakat sebesar Rp.2.133.415.000, begitu juga di tahun 2020 sampai bulan agustus, jumlah muzaki ada lebih dari 1000 dan penerimaan dana zakat sebesar Rp.1.923.180.000, strategi yang dinilai paling efektif adalah strategi tidak langsung (*online*), yaitu payroll melalui transfer

<sup>117</sup> Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat.

<sup>118</sup> Muhammad Ibrahim Jannati, *Fiqih Perbandingan Lima Mazhab* 2, 67.

rekening kerjasama kemitraan dengan korporasi yang ada di Karawang.

Untuk faktor-faktor pendorong strategi fundraising zakat dalam meningkatkan jumlah muzaki di LAZ BaitulMaalKu, yaitu adanya legalitas lembaga, program-program Santunan Jompo setiap bulan, program pemberdayaan mustahik, Beasiswa dhuafa/ siswa-siswi berprestasi, Dan program-program lainnya yang bisa membuat muzaki tertarik menunaikannya di BaitulMaalku. Sedangkan faktor penghambat strategi fundraising zakat di LAZ BaitulMaalKu, yaitu Pengetahuan tentang zakat sebagian masyarakat masih kurang, sebagian masyarakat lebih percaya kepada tokoh-tokoh agama dan ada juga masyarakat yang menyalurkan secara langsung, Lembaga Amil Zakat berjamuran di tengah-tengah masyarakat walaupun legalitas lembaga tersebut tidak ada, dan Lembaga filantropi Islam LAZNAS melakukan fundraising di Kabupaten Karawang.<sup>119</sup>

*Kedua*, Nurhidayat dengan judul penelitian Strategi Fundraising Zakat Pasca Pandemi Covid-19. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan institusi zakat di Indonesia (Baznas maupun LAZ) saat ini masih mengintegrasikan penghimpunan secara manual dan digital. Kedua strategi ini masih menjadi andalan. Hal tersebut disesuaikan dengan segmentasi muzaki. Segmentasi muzaki diperkotaan dan muzaki milenial lebih menyukai digital fundraising.<sup>120</sup>

*Ketiga*, Abdurrokhman Trisna Saputra, dengan judul penelitian, “Strategi Fundraising Dalam Peningkatan Penerimaan Dana Zakat Infak Shodaqoh Di Lazismu PP Muhammadiyah”, Tesis, 2019, adapun penelitian ini menunjukkan bahwa fundraising di LAZISMU PP Muhammadiyah Jakarta menunjukkan bahwa strategi fundraising yang diterapkan di LAZISMU PP Muhammadiyah Jakarta sudah baik. Hal ini dapat diketahui dari terjadinya peningkatan jumlah muzaki setiap tahunnya. Adapun formulasi strategi fundraising di LAZISMU PP Muhammadiyah Jakarta adalah dengan melakukan strategi fundraising baik langsung maupun tidak langsung di berbagai area yang berpotensi. Strategi fundraising langsung terdiri dari *direct mail*, *direct advertising*, presentasi langsung, kotak infak, bayar langsung dan transfer via bank

---

<sup>119</sup> Arief Teguh Nugroho, dkk., Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Studi pada LAZ Baitul MaalKu Kabupaten Karawang), Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa, Vol. 06 No. 01 April 2021.

<sup>120</sup> Nurhidayat, Strategi Fundraising Zakat Pasca Pandemi Covid-19, SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i, FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol. 7 No. 8 (2020)

sedangkan strategi fundraising tidak langsung terdiri dari iklan media cetak dan elektronik, *events* dan *sponsorship*.<sup>121</sup>

Adapun perbedaan dan persamaan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti dengan beberapa penelitian di atas yaitu: 1) Latar belakang cenderung berbeda, 2) Objek dan subjek penelitian juga berbeda. 3) sama-sama menggunakan metode penelitian *field research*, 4) Sama-sama menggunakan teori strategi fundraising dana zakat.

## I. Kerangka Berfikir

Zakat merupakan salah satu pilar Islam dalam upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, di mana munculnya lembaga-lembaga pengelola zakat dinilai sangat diperlukan agar tujuan tersebut dapat terwujud secara optimal.

LAZISMU Kudus merupakan salah satu lembaga pengelola dana zakat yang ada di Indonesia, di mana salah satu kegiatannya yang begitu krusial dalam pengelolaan dana zakat ialah fundraising atau penghimpunan dana zakat. Seiring berkembangnya teknologi, salah satu cara LAZISMU Kudus dalam melakukan Fundraising ialah dengan melalui berbagai macam platform media sosial yang saat ini banyak sekali digunakan dan begitu digemari oleh berbagai macam kalangan, seperti Instagram, Facebook, Twitter dan lain sebagainya, akan tetapi sebagai lembaga pengelola zakat yang profesional diharuskan memiliki strategi dalam menjalankan program-program kerjanya sehingga menjadi terstruktur dan dapat berjalan secara optimal, tak terkecuali dalam kegiatan fundraising atau penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah yang mereka jalankan. Karena dengan ini LAZISMU Kudus dapat mengetahui potensi muzaki serta memetakannya, sehingga dapat menjalankan penghimpunan dana secara lebih efektif dan terarah.

Kerangka berpikir merupakan alur berpikir yang digunakan dalam penelitian ini, yang digambarkan secara menyeluruh dan sistematis setelah mempunyai teori-teori yang relevan, untuk mengarahkan penelitian ini agar sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang ditetapkan, maka perlu disusun kerangka pemikiran dalam melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>121</sup>Abdurrokhman Trisna Saputra, "Strategi Fundraising Dalam Peningkatan Penerimaan Dana Zakat Infak Shodaqoh di Lazismu Pp Muhammadiyah", (Tesis, UIN Suka, 2019).

**Gambar 2.1: Kerangka Berfikir**

