

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Konsep Zakat

##### 1. Pengertian Zakat

Zakat secara bahasa bermakna “mensucikan”, “tumbuh” atau berkembang. menurut istilah *syara'*, zakat bermakna mengeluarkan sejumlah harta tertentu untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (*mustahik*) sesuai dengan syarat-syarat yang ditentukan oleh syariat Islam.<sup>8</sup> Ditinjau dari segi bahasa, kata zakat mempunyai beberapa arti yaitu *al-barokatu* (keberkahan), *an-namaa* (pertumbuhan dan perkembangan), *at-thoharotu* (kesucian) dan *ash-shalahu* (keberesan).<sup>9</sup>

Zakat menurut Undang-Undang No.23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat dijelaskan bahwa zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam.<sup>10</sup>

Menurut terminologi, zakat adalah sebagian (kadar) harta tertentu yang memenuhi syarat minimal (*nishab*) dalam rentang waktu satu tahun

---

<sup>8</sup> Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2009), hal. 11

<sup>9</sup> Kutbuddin Aibak, *Pengelolaan Zakat dalam Perspektif Maqoshid Al-Syariah*, (Yogyakarta: Editie Pustaka, 2015), hal. 13

<sup>10</sup> Fakhrudin, *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hal. 13

(*haul*) yang diberikan kepada yang berhak menerimanya (*mustahiq*) dengan syarat-syarat tertentu.<sup>11</sup>

Zakat adalah bagian dari harta yang dikelola seseorang yang harus dikeluarkan jika persyaratan tertentu terpenuhi. Apabila persyaratan yang ditentukan telah terpenuhi, maka wajib bagi pemilik harta (*muzakki*) untuk mengeluarkan zakat dan menyerahkan kepada yang berhak menerimanya (*mustahik*). Harta yang memenuhi syarat nishab dan haul yang telah dikeluarkan zakatnya diyakini menjadi investasi yang terus tumbuh dan berkembang, suci, dan penuh berkah. Tumbuh, suci, berkembang, dan penuh keberkahan adalah makna dasar dari zakat.<sup>12</sup>

Zakat dari segi istilah *fiqh* adalah sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah SWT untuk diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya.<sup>13</sup> Zakat dalam Bahasa Arab memiliki beberapa makna yaitu:

*Pertama*, zakat bermakna *at-thahuru*, yang artinya mensucikan atau membersihkan. Makna ini menegaskan bahwa orang yang selalu menunaikan zakat karena Allah SWT dan buan karena ingin dipuji manusia, Allah akan membersihkan dan mensucikannya, baik harta maupun jiwa.

---

<sup>11</sup> Kutbuddin Aibak, *Kajian Fiqh Kontemporer*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2017), hal. 157

<sup>12</sup> Muhammad dan Abu Bakar, *Manajemen Organisasi Zakat*, (Malang: Madani, 2011), hal. 10

<sup>13</sup> Didiek Ahmad Supadie, dkk, *Studi Islam II*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015), hal. 159

*Kedua*, zakat bermakna *al-barokatu*, yang artinya berkah. Makna ini bermakna bahwa orang yang selalu menunaikan zakat pada hartanya akan dilimpahkan keberkahan, kemudian keberkahan ini akan berdampak pada keberkahan hidup. Keberkahan ini lahir karena harta yang kita gunakan adalah harta yang suci dan bersih.

*Ketiga*, zakat bermakna *an-namuw* yang artinya tumbuh dan berkembang. Makna ini menegaskan bahwa harta yang dizakatkan (dengan izin Allah) akan selalu tumbuh dan berkembang. Hal ini disebabkan oleh kesucian dan keberkahan harta yang telah ditunaikan kewajiban zakatnya.

*Keempat*, zakat bermakna *as-shalahu* yang artinya beres atau keberesan. Bahwa orang-orang yang selalu menunaikan zakatnya hartanya akan selalu beres dan jauh dari masalah.<sup>14</sup>

Hubungan antara pengertian zakat menurut bahasa dan dengan pengertian menurut istilah, sangat nyata dan erat sekali, yaitu bahwa harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadi berkah, tumbuh, berkembang dan bertambah, suci dan beres (baik). Hal ini sebagaimana dinyatakan dalam Qur'an surat at-Taubah: 103 dan ar-Ruum: 39 sebagai berikut:<sup>15</sup>

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ١٠٣

<sup>14</sup> Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Pedoman Penyuluhan Zakat*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2013), hal. 29

<sup>15</sup> Didin Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: Gema Insani, cet-1, 2002), hal. 7

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” (QS. At-Taubah 103).<sup>16</sup>*

وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ٣٩

Artinya:

*“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhoan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipatgandakan hartanya.” (QS. Ar-Ruum: 39).<sup>17</sup>*

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa, zakat adalah suatu kewajiban bagi setiap muslim untuk mengeluarkan sebagian harta yang dimilikinya yang telah mencapai nishobnya, dan dikeluarkan dengan jumlah tertentu serta diberikan kepada golongan tertentu untuk keperluan tertentu.

Zakat merupakan salah satu dari rukun Islam dan wajib bagi setiap muslim. Kewajiban zakat dalam Islam sebagian besar dikaitkan dengan kewajiban shalat, hal ini menunjukkan bahwa kewajiban zakat dapat disejajarkan dengan kewajiban shalat.

---

<sup>16</sup> Departemen Agama RI, *Al-Hidayah Al-qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka*, (Tangerang: PT. Kalim, 2011), hal. 204

<sup>17</sup> *Ibid.*, hal. 347

Zakat, secara umum, dinyatakan berupa bilangan tertentu dari harata orang muslim mempunya yang perlu dikeluarkan menurut hitungan periode tertentu antara perbulan hingga pertahun untuk memperbaiki tingkat kesejahteraan mereka yang tidak berdaya di tengah ketatnya persaingan ekonomi. Ada dua macam zakat yang wajib ditunaikan oleh umat Islam: zakat *fitrah* (zakat jiwa) dan zakat *mall* (zakat atas pemilikan harta).<sup>18</sup>

Pada dasarnya zakat itu sendiri mengandung makna produktif, artinya zakat itu tidak hanya ditujukan untuk sekedar memenuhi kebutuhan konsumtif fakir-miskin dan mustahik lainnya, tapi lebih dari itu ditujukan untuk memberdayakan kaum fakir-miskin dalam dalam rangka keluar dari jeratan kemiskinan mereka. Itulah sebenarnya tujuan dari ditegakannya hukum zakat. Karena ketika zakat hanya diperuntukan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif yang sifatnya harian, maka zakat itu sendiri tidak memenuhi tujuan idealnya.<sup>19</sup>

Dengan adanya zakat, permintaan akan tenaga kerja semakin bertambah dan akan mengurangi pengangguran. Zakat akan meningkatkan produksi dan investasi dalam dunia usaha sehingga permintaan terhadap karyawan akan bertambah. Zakat memiliki peran signifikan untuk mengatasi pengangguran. Tujuan zakat bukan hanya mengurangi pengangguran yang fakir dan miskin dalam jangka pendek.

---

<sup>18</sup> Satria Adi, *Penetapan Wajib Zakat*, (Tangerang: Alfabet Pres, 2005), hal. 3

<sup>19</sup> M. Umar, *Pendayagunaan Zakat Untuk Usaha Produktif*, (Jakarta: GP Press, 2008), hal.

Akan tetapi, tujuan esensialnya adalah mengentaskan pengangguran dalam jangka panjang, dengan cara mendayagunakan harta zakat untuk memodali mereka yang darinya mereka mampu mengembangkannya sendiri sampai memiliki pemasukan yang mencukupi kebutuhan mereka selamanya. Salah satu upaya mendasar dan fundamental untuk mengentaskan atau meminimalisir masalah kemiskinan adalah dengan cara mengoptimalkan pengelolaan zakat. Hal itu dikarenakan zakat adalah sumber dana yang tidak akan pernah kering dan habis. Dengan kata lain selama umat Islam memiliki kesadaran untuk berzakat dan selama dana zakat tersebut mampu dikelola dengan baik, maka dana zakat akan selalu ada serta bermanfaat untuk kepentingan dan kesejahteraan masyarakat. Sehubungan dengan hal itu, maka zakat dapat berfungsi sebagai salah satu sumber dana sosialekonomi bagi umat Islam.<sup>20</sup>

## 2. Dasar Hukum

### a. Al-Quran

Zakat merupakan rukun Islam yang ketiga dan merupakan perintah wajib. Hal tersebut sangat ditekankan dalam Al-Quran surat At-Taubah ayat 103 yaitu:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ  
وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ١٠٣

---

<sup>20</sup> Kutbuddin Aibak, *Zakat Dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jurnal AHKAM Volume 3, Nomor 2, November 2015, hal. 200

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” (QS. At-Taubah 103).*<sup>21</sup>

Firman Allah *Subhanahu wata'ala* dalam Al-Quran surat At-Taubah ayat 60:

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ  
وَالْغُرْمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ٦٠

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 untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana”.*<sup>22</sup>

Firman Allah Swt surat al-Baqarah ayat 43:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ٤٣

Artinya:

*”Dan dirikanlah sholat, tunaikanlah zakat, dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku”.*<sup>23</sup>

## b. Hadis

<sup>21</sup> Departemen Agama RI, *Qur'an Terjemah Tajwid*, (Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2006), hal. 203

<sup>22</sup> *Ibid.*, hal. 192

<sup>23</sup> *Ibid.*, hal. 7

Adapun dalil dari *As-Sunnah* atau Hadis adalah sabda Nabi

Muhammad SAW dalam sebuah Hadisnya:

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا: ( أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَعَثَ مُعَاذًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ إِلَى الْيَمَنِ ) فَذَكَرَ الْحَدِيثُ، وَفِيهِ: ( أَنَّ اللَّهَ قَدْ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً فِي أَمْوَالِهِمْ، تُؤْخَذُ مِنْ أَعْيَانِهِمْ، فَتُرَدُّ فِي فُقَرَائِهِمْ ) مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ وَاللَّفْظُ لِلْبُخَارِيِّ

Artinya:

*“Dari Ibnu Abbas r.a bahwa nabi shallallohu ‘alaihi wasallam mengutus Mu’adz ke Yaman. Ia meneruskan hadis tersebut dan didalamnya (beliau bersabda): “sesungguhnya Allah SWT telah mewajibkan mereka zakat dari harta mereka yang diambil dari orang-orang kaya diantara mereka dan dibagikan kepada orang-orang fakir diantara mereka.” Muttafakun ‘alaih dan lafadznya menurut Bukhari.”<sup>24</sup>*

وَعَنْ سَالِمِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ، عَنْ أَبِيهِ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: (فِيمَا سَقَتِ السَّمَاءُ وَالْعُيُونُ، أَوْ كَانَ عَثْرِيًّا: الْعَشْرُ، وَفِيمَا سُقِيَ بِالنَّضْحِ: الْعَشْرُ) رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ. وَلِأَبِي دَاوُدَ: (أَوْ كَانَ بَعْلًا: الْعَشْرُ، وَفِيمَا نِصْفُ سُقِيَ بِالسَّوَانِي أَوْ النَّضْحِ: نِصْفُ الْعَشْرِ)

Artinya

*”Dari Salim Ibnu Abdullah, dari ayahnya r.a, bahwa Nabi Shallallaahu ‘alaihi wa Sallam bersabda: “Tanaman yang disiram dengan air hujan atau dengan sumber air atau dengan pengisapan air dari tanah, zakatnya sepersepuluh, dan tanaman yang disiram dengan tenaga manusia, zakatnya seperduapuluh.” Riwayat Bukhari. Menurut riwayat Abu Dawud: “Bila tanaman ba’al (tanaman yang menyerap air dari tanah), zakatnya sepersepuluh, dan tanaman yang disiram dengan tenaga manusia atau binatang, zakatnya setengah dari sepersepuluh (1/20).”<sup>25</sup>*

### 3. Undang-Undang Zakat

<sup>24</sup> Kitab *Bulughul Marom Min Adallatil Ahkam*, hadits 1, hal. 125

<sup>25</sup> Kitab *Bulughul Marom Min Adallatil Ahkam*, hadits 1, hadits 6, hal. 127



Pemerintah mengeluarkan undang-undang zakat yaitu Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Dalam Undang-Undang tersebut meliputi berbagai aspek. Pengertian zakat tertera pada Pasal 1 ayat 2 yaitu zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat islam. Tujuan dari pengelolaan zakat tertera pada Pasal 3 yaitu: a) meningkatkan efektifitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat, b) meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Macam-macam zakat tertera pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 pada pasal 4, yaitu:

- a) Zakat meliputi zakat mal dan zakat fitrah
- b) Zakat mal sebagaimana dimaksud pada ayat satu meliputi: 1) emas; perak, dan logam mulia lainnya; 2) uang dan surat berharga lainnya; 3) perniagaan; 4) pertanian, perkebunan, dan kehutanan; 5) peternakan dan perikanan; 6) pertambangan; 7) perindustrian; 8) pendapatan dan jasa; 9) rikaz.

#### **4. Syarat Wajib Zakat**

Dalam mengeluarkan zakat, agama memberikan syarat-syarat yang wajib dilakukan untuk mengeluarkan zakat. Syarat-syarat tersebut yaitu:<sup>26</sup>

#### A. Syarat Orang yang Wajib Zakat

##### 1) Muslim

Ulama fikih sepakat menyatakan bahwa yang wajib dikenai zakat adalah orang Muslim.

##### 2) Merdeka

Merdeka artinya orang yang terbebas dari kekuasaan orang lain, lawannya adalah hamba sahaya. Para ahli fiqih berpendapat bahwa hamba sahaya (budak) tidak dikenai wajib zakat, karena secara hukum mereka tidak memiliki harta, karena diri mereka sendiri dianggap harta.

##### 3) Baligh dan Berakal

Syarat ini dikemukakan oleh madzhab hanafi. Oleh sebab itu, anak kecil atau orang gila yang memiliki harta mencapai satu nishab, tidak dikenai wajib zakat, karena mereka tidak dituntut untuk beribadah, seperti sholat dan puasa. Akan tetapi mayoritas jumbuh ulama' fikih tidak menerima pendapat ini. Mereka berpendirian bahwa apabila anak kecil atau orang gila memiliki harta satu nishab atau lebih, maka wajib dikeluarkan zakatnya. Alasan mereka adalah bahwa teks-teks suci (ayat/hadits) yang

---

<sup>26</sup> Didiek Ahmad Supadie, dkk, *Studi Islam II...*, hal. 165-172

mewajibkan zakat terhadap kekayaan muslim tidak membedakan apakah pemiliknya baligh dan berakal atau tidak.

#### B. Syarat Harta yang Wajib Dizakatkan:<sup>27</sup>

##### 1) Milik penuh atau milik sempurna

Artinya harta itu di bawah kontrol dan kekuasaan orang yang wajib zakat atau berada ditangannya, tidak tersangkut di dalamnya hak orang lain, secara penuh ia dapat bertindak hukum dan menikmati manfaat harta tersebut.

##### 2) Harta berkembang (*An-Nama`*)

Artinya, harta itu dikembangkan dengan sengaja atau memiliki potensi untuk berkembang dalam rangka mendapatkan keuntungan.

##### 3) Berlalu satu tahun

Kepemilikan harta tersebut telah dimiliki seseorang telah melalui masa satu tahun atau 12 bulan komariah (Hijriyah).

## 5. Macam-Macam Zakat

Zakat ada dua macam yaitu zakat mal dan zakat fitrah. Zakat mal adalah zakat harta benda. Sedang zakat fitrah disebut juga zakat jiwa. Artinya zakat yang berfungsi membersihkan jiwa setiap orang Islam dan menyantuni orang miskin.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> *Ibid.*, hal. 172

<sup>28</sup> *Ibid.*

a. Zakat Fitrah

Zakat fitrah merupakan zakat yang diwajibkannya terkait dengan bulan suci ramadhan. Zakat fitrah untuk mensucikan orang yang berpuasa dari perbuatan yang tidak ada gunanya dengan memberikan makan pada orang-orang miskin dan mencukupkan mereka dari kebutuhan dan minta-minta pada hari raya.<sup>29</sup>

Zakat fitrah disyari'atkan pada tahun kedua Hijriyah bulan Syakban. Sejak saat itu zakat fitrah menjadi pengeluaran wajib yang dilakukan setiap muslim yang mempunyai kelebihan dari keperluan keluarga yang wajar pada malam dan hari raya Idul Fitri, sebagai tanda syukur kepada Allah karena telah menyelesaikan ibadah puasa.<sup>30</sup>

Imam Malik, imam Syafi'i, Imam Ahmad dan para ulama lain sepakat bahwa zakat fitrah ditunaikan sebesar satu *sha'* (di Indonesia berat satu *sha'* dibakukan menjadi 2,5 kg) kurma, gandum, atau makanan lain yang menjadi makanan pokok negeri yang bersangkutan. Imam Hanafi membolehkan membayar zakat fitrah dengan uang senilai bahan makanan pokok yang wajib dibayarkan. Namun, ukuran satu *sha'* menurut madzhab hanafiyah lebih tinggi dari pendapat para ulama' yang lain, yakni 3,8 kg.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Direktorat Masyarakat Islam & Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Panduan Zakat Praktis*, (Kementrian Agama Republik Indonesia, 2013), hal. 43

<sup>30</sup> Ahmad Hadi Yasin, *Buku Panduan Zakat Praktis*, (Jakarta: Dompot Dhuafa Republika, 2012), hal. 45

<sup>31</sup> Ahmad Hadi Yasin, *Buku Panduan Zakat Praktis...*, hal. 47

## b. Zakat Maal

Zakat maal adalah segala sesuatu yang diinginkan oleh manusia untuk dimiliki, dimanfaatkan dan juga disimpan.<sup>32</sup> Sesuatu inilah yang perlu dikeluarkan zakatnya jika sudah memenuhi syarat dan rukunnya. Adapun syarat zakat maal adalah:<sup>33</sup>

- 1) Milik penuh, bukan milik bersama.
- 2) Berkembang, artinya harta tersebut bertambah atau berkurang bila diusahakan atau mempunyai potensi untuk berkembang.
- 3) Mencapai nisabnya atau sudah mencapai nilai tertentu.
- 4) Cukup haulnya atau sudah mencapai satu tahun.
- 5) Lebih dari kebutuhan pokok dan
- 6) Bebas dari hutang.

Dalam perekonomian modern zakat *maal* dapat berupa:<sup>34</sup>

- 1) Zakat profesi.
- 2) Zakat perusahaan.
- 3) Zakat surat-surat berharga (saham dan obligasi).
- 4) Zakat perdagangan mata uang.
- 5) Zakat hewan ternak yang diperdagangkan.
- 6) Zakat madu dan produk hewani (sutra dan susu).
- 7) Zakat investasi property.

---

<sup>32</sup> Direktorat Masyarakat Islam & Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Panduan Zakat Praktis...*, hal. 49

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> Didin Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern...*, hal. 7

- 8) Zakat usaha tanaman anggrek, sarang burung wallet, ikan hias, dan sector modern lainnya yang sejenis.
- 9) Zakat sektor rumah tangga modern.

## 6. Harta yang Wajib Dizakati

### a) Binatang Ternak

Binatang ternak amat banyak bentuk dan dan macamnya. Namun, tidak semua terkena wajib zakat. Binatang ternak yang terkena wajib zakat yaitu sapi, kambing, kerbau, dan unta.

#### 1) Zakat unta

Nishab dari zakat unta yaitu 5-120 dapat dilihat pada daftar berikut.<sup>35</sup>

**Tabel 1.1**

**Daftar Nishab Zakat Unta**

Nishab Unta (dari-sampai)	Banyak Zakat yang Wajib Dikeluarkan
5-9	Zakatnya seekor kambing
10-14	2 ekor kambing
15-19	3 ekor kambing
20-24	4 ekor kambing
25-35	Seekor anak unta betina (berumur 1 tahun lebih)
36-45	Seeekor anak unta betina (berumur 2 tahun lebih)

<sup>35</sup> Direktorat Masyarakat Islam, Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Panduan Zakat Praktis...*, hal. 53

46-60	Seekor anak unta betina (berumur 3 tahun lebih)
61-75	2 ekor anak unta betina (berumur 2 tahun lebih)
76-90	2 ekor anak unta betina (berumur 3 tahun lebih)
91-120	3 ekor anak unta betina

## 2) Zakat Sapi

Pendapat yang masyhur dari madzhab empat bahwa nisab dari sapi 30 ekor, dibawah jumlah itu tidak ada zakatnya. Apabila jumlahnya sampai 30 ekor, maka zakatnya seekor anak sapi jantan atau betina (umur satu tahun). Apabila jumlahnya hingga 40 ekor, zakatnya seekor anak sapi betina umur 2 tahun sampai jumlah 59 ekor tidak ada tambahan. Apabila sampai jumlah 60 ekor zakatnya 2 ekor anak sapi jantan. Jumlah 70 ekor, zakatnya anak sapi betina (umur 2 tahun) dan anak sapi jantan (umur 1 tahun).<sup>36</sup>

## 3) Zakat Kambing/domba

Nishab kambing atau domba yaitu 40 ekor. Artinya, apabila seseorang telah memiliki 40 ekor kambing atau domba, ia telah

---

<sup>36</sup> *Ibid.*, hal. 53

terkena kewajiban zakat.<sup>37</sup> Zakat kambing domba yaitu sebagai berikut.<sup>38</sup>

**Tabel 1.2**

**Daftar Nishab Zakat Kambing**

Dari-sampai	Kadar kewajiban zakat
1-39	Tidak ada zakatnya
40-120	1 ekor kambing
121-200	2 ekor kambing
201-399	3 ekor kambing
400-499	4 ekor kambing
500-599	5 ekor kambing
Demikian setiap 100 ekor zakatnyaseekor kambing.	

4) Emas dan Perak

Emas dan perak yang wajib dizakati adalah emas dan perak yang sampai *nishabnya* dan telah cukup setahun dimiliki. Terkecuali jika emas dan perak yang baru didapati dari galian, maka tidak disyaratkan cukup setahun. Nisab emas dan perak adalah 20 dinar (setara 85 gr emas murni), dan perak adalah 200 dirham (setara 595 gr perak).<sup>39</sup> Emas dan perak wajib dikeluarkan zakatnya walaupun tidak sampai nishab, apabila

<sup>37</sup> Ahmad Hadi Yasin, *Buku Panduan Zakat...*, hal. 25

<sup>38</sup> Direktorat Masyarakat Islam & Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Panduan Zakat Praktis...*, hal. 54

<sup>39</sup> Ahmad Hadi Yasin, *Buku Panduan Zakat...*, hal. 29



emas dan perak tersebut diperdagangkan. Adapun kadar zakatnya yaitu 2,5% dihitung dari nilai uang emas tersebut. Misalnya, seseorang mempunyai 90 gr emas. Harga 1 gr emas 70.000. maka besarnya zakat yang dikeluarkan sebesar :  $90 \times 70.000 \times 2,5\% = 157.500$ .<sup>40</sup>

#### 5) Zakat Pertanian

Zakat hasil pertanian nishabnya adalah 5 wasq atau setara dengan 653 kg. apabila hasil pertanian tersebut termasuk makanan pokok, seperti beras, jagung, gandum, dan kurma, nishabnya adalah 653 kg dari hasil pertanian tersebut. Namun jika hasil pertanian tersebut bukan makanan pokok seperti, buah-buahan, sayuran, daun, dan bunga, maka nishabnya disetarakan dengan harga nisab dari makanan pokok yang paling umum di daerah tersebut.<sup>41</sup>

Dasar wajib zakat pertanian bersumber dari al-Qur'an dan Hadist. Salah satu ayat al-Qur'an yang menjelaskan tentang hal itu terdapat dalam surat al-Baqarah ayat 267 yaitu:<sup>42</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ط وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya:

*”Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah sebagian yang baik-baik dari perolehan kalian dan*

<sup>40</sup> Direktorat Masyarakat Islam & Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Panduan Zakat Praktis...*, hal. 51

<sup>41</sup> Ahmad Hadi Yasin, *Buku Panduan Zakat...*, hal. 18

<sup>42</sup> *Ibid.*

*sebagian hasil-hasil yang kami keluarkan dari bumi untuk kalian”.*<sup>43</sup>

Sedangkan hadist Nabi Muhammad Saw menjelaskan “*Yang diairi dengan sungai atau hujan zakatnya 10%, sedangkan yang diairi dengan pengairan 5%”.*<sup>44</sup>

#### 6) Zakat Barang Tambang dan Hasil Laut

Barang tambang dan hasil laut wajib dikeluarkan zakatnya, pendapat ini berdasarkan madzhab Hambali. Menurut madzhab ini tidak ada bedanya antara barang tambang padat dan barang tambang cair, juga tidak ada bedanya antara yang diolah dengan yang tidak. Besar zakat barang tambang adalah 20% atau 2,5%.<sup>45</sup>

#### 7) Zakat profesi

Pekerjaan yang menghasilkan uang ada dua, yaitu *pertama* pekerjaan yang dikerjakan sendiri tanpa bergantung pada pihak lain. *Kedua*, pekerjaan yang dikerjakan pihak lain, baik pemerintahan, perusahaan, maupun perorangan dengan memperoleh upah pencarian dari profesi yang dimiliki seseorang.<sup>46</sup> Zakat profesi memang belum familiar dalam khazanah keilmuan Islam klasik. Maka dari itu, hasil profesi dikategorikan sebagai jenis harta wajib zakat berdasarkan kias

---

<sup>43</sup> Departemen Agama RI, *Qur'an Terjemah Tajwid ...*, hal. 45

<sup>44</sup> Direktorat Masyarakat Islam & Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Panduan Zakat Praktis...*, hal. 55

<sup>45</sup> *Ibid.*

<sup>46</sup> *Ibid.*, hal. 56

(analogi) atas kemiripan (*syabbah*) terhadap karakteristik harta zakat yang telah ada, yakni:

- a) Model memperoleh harta penghasilan (profesi) mirip dengan panen (hasil pertanian), sehingga harta ini dapat dikiaskan pada zakat pertanian berdasarkan nisab (653 kg gabah kering giling atau setara dengan 522 kg beras) dan waktu pengeluaran zakatnya (setiap kali panen),
  - b) Model harta yang diterima sebagai penghasilan berupa uang, sehingga jenis harta ini dapat dikiaskan pada zakat harta (simpanan atau kekayaan) berdasarkan kadar zakat yang harus dibayarkan (2,5%). Dengan demikian, apabila hasil profesi seseorang telah memenuhi ketentuan wajib zakat, ia berkewajiban menunaikan zakatnya.<sup>47</sup>
- 8) Zakat hadiah dan sejenisnya

Pada masa sekarang banyak sekali bentuk hadiah, baik yang diberikan oleh perseorang maupun perusahaan, terutama ketika masa promosi suatu produk. Menurut sebagian ulama jika hadiah tersebut diterima dan besarnya sama dengan penghasilannya selama ia bekerja 1 bulan, maka ia terkena wajib zakat sebesar 2,5%.<sup>48</sup> Apabila perolehan harta hadiah itu mencapai nishab (setara emas 85 gram), harta tersebut dikenai

---

<sup>47</sup> Ahmad Hadi Yasin, *Buku Panduan Zakat...*, hal. 35

<sup>48</sup> Direktorat Masyarakat Islam & Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Panduan Zakat Praktis...*, hal. 57

zakat sebesar 20% yang harus dikeluarkan pada saat memperolehnya setelah dikurangi biaya administrasi, pajak, dan lain sebagainya.<sup>49</sup>

#### 9) Zakat perdagangan

Seseorang yang memiliki kekayaan perdagangan, masanya sudah berlalu setahun, dan nilainya sudah mencapai nishab pada akhir tahun, maka ia wajib mengeluarkan zakatnya sebesar 2,5% dihitung dari modal dan keuntungan.<sup>50</sup> Ketentuan zakat perdagangan:

- a) Berjalan satu tahun (*haul*)
- b) Nisab zakat perdagangan sama dengan nisab emas.
- c) Kadarnya zakat sebesar 2,5%.
- d) Dapat dibayar dengan uang atau barang.
- e) Dikenakan pada perdagangan maupun perseroan .

Perhitungan : (modal diputar + keuntungan + piutang yang dapat dicairkan) – (hutang + kerugian) x 2,5%.<sup>51</sup>

#### 10) Zakat perusahaan

Nisab dan kadar zakat perusahaan dianalogikan dengan wajib zakat perniagaan, yaitu 85 gram emas. Adapun kadar zakatnya adalah 2,5% dari aset wajib zakat yang dimiliki

---

<sup>49</sup> Ahmad Hadi Yasin, *Buku Panduan Zakat...*, hal. 39

<sup>50</sup> Direktorat Masyarakat Islam & Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Panduan Zakat Praktis...*, hal. 58

<sup>51</sup> *Ibid.*

perusahaan selama masa satu tahun.<sup>52</sup> Jika perusahaan tersebut bergerak dalam bidang produksi, maka zakat yang dikeluarkan sesuai dengan aturan zakat investasi atau zakat pertanian. Dengan demikian zakat perusahaan dikeluarkan pada saat menghasilkan, sedangkan modal tidak dikenai zakat. Kadar zakat yang dikeluarkan sebesar 5% untuk penghasilan kotor atau 10% untuk penghasilan bersih.<sup>53</sup>

## 7. Golongan yang Berhak Menerima Zakat

Golongan yang berhak menerima zakat yaitu ada 8 golongan, atau dalam istilah disebut golongan delapan ashnaf, mereka adalah:

### a. Fakir dan miskin

Fakir adalah orang yang tidak memiliki harta dan usaha, atau mempunyai harta atau usaha yang kurang dari seperdua kebutuhannya.<sup>54</sup> Dapat dikatakan bahwa, apabila seseorang memiliki setengah dari makanan untuk sehari-semalam, maka ia tergolong fakir. dan apabila ia memiliki sehelai gamis tetapi tidak memiliki penutup kepala, sepatu dan celana, sedang nilai gamisnya itu tidak mencakup harga semua itu, sekedar yang layak bagi bagi kaum fakir sesamanya, maka ia disebut fakir. Sebab dalam keadaan

---

<sup>52</sup> Ahmad Hadi Yasin, *Buku Panduan Zakat...*, hal. 27

<sup>53</sup> Direktorat Masyarakat Islam & Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Panduan Zakat Praktis...*, hal. 61

<sup>54</sup> Ahmad Hadi Yasin, *Buku Panduan Zakat...*, hal. 42

seperti itu dia tidak cukup memiliki apa yang patut baginya dan tidak memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pokoknya.<sup>55</sup>

Miskin adalah apabila penghasilannya tidak mencukupi kebutuhannya. Adakalanya ia memiliki seribu dirham ia tergolong miskin, namun adakalanya ia hanya memiliki sebuah kapak dan tali sedangkan ia tergolong berkecukupan.<sup>56</sup> Dari literatur lain, miskin adalah orang yang mempunyai harta seperdua dari kebutuhannya atau lebih tetapi tidak mencukupi. Atau orang yang berpenghasilan, tetapi pada suatu ketika penghasilannya tidak mencukupi.<sup>57</sup>

#### b. Amil

Amil zakat adalah orang yang diangkat oleh pemerintah/peguasa atau wakilnya untuk mengurus zakat. Tugasnya meliputi penghimpunan, pengelolaan, dan pendayagunaan, serta pendistribusian zakat. Sebagian ulama berpendapat bahwa bagian amil dari harta zakat adalah seperdelapan dari total yang terhimpun.<sup>58</sup> Menurut Yusuf Qardhawi sebagaimana dikutip Asnaini, ‘amil adalah semua orang yang bekerja dalam mengurus perlengkapan administrasi urusan zakat, baik urusan pengumpulan, pemeliharaan, ketatausahaan, perhitungan, pendayagunaan, dan seterusnya.<sup>59</sup>

---

<sup>55</sup> Asnaini, *Zakat Produktif Dalam Perspektif Hukum Islam*, cet-1, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 49

<sup>56</sup> *Ibid.*, hal. 50

<sup>57</sup> Ahmad Hadi Yasin, *Buku Panduan Zakat...*, hal. 42

<sup>58</sup> *Ibid.*

<sup>59</sup> Asnaini, *Zakat Produktif Dalam Perspektif Hukum Islam...*, hal. 54

c. Muallaf

*Muallaf* yaitu orang yang masih lemah imannya, baik mereka yang baru masuk islam ataupun sudah masuk islam tetapi tidak membayar zakat. Esensi zakat tersebut mengandung harapan lebih, memberikan kekuatan iman dan dakwah.<sup>60</sup>

d. Riqab

Imam Malik, Ahmad, dan Ishaq, menyatakan *Riqab* adalah budak biasa yang dengan jatah zakat mereka dapat dimerdekakan. Menurut golongan *Syafi'iyah* dan *Hanafiyyah*, riqab adalah budak mukatab, yakni budak yang diberi kesempatan oleh tuannya untuk berusaha membebaskan dirinya, dengan membayar ganti rugi secara angsuran. Dua pendapat diatas, tercakup dalam at-Taubah ayat 60.<sup>61</sup>

e. Al-Gharimin

*Al-Gharimin* adalah berasal dari kata jama' dari kata mufrad *al-gharimu*, artinya orang yang berhutang dan tidak bisa melunasinya. Orang yang berhutang adalah seorang kurang mampu yang berhutang untuk keperluan ketaatan kepada Allah atau untuk hal yang mubah. Namun apabila berhutang untuk perbuatan maksiat, maka ia tidak diberi dari uang zakat kecuali apabila ia telah bertobat.

---

<sup>60</sup> Amiruddin Inoed, dkk, *Anatomi Fiqh Zakat: Potret dan Pemahaman Badan Amil Zakat Sumatra Selatan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal. 37

<sup>61</sup> Asnaini, *Zakat Produktif Dalam Perspektif Hukum Islam...*, hal. 56

Dan apabila yang berhutang tersebut tergolong orang yang kaya (berkecukupan), maka ia tidak boleh diberi dari bagian zakat kecuali jika utang tersebut untuk mendamaikan kelompok-kelompok yang bermusuhan. Jadi, ukuran gharim ini adalah sisa dari kebutuhan satu keluarga itu tidak cukup untuk melunasi hutang.<sup>62</sup>

Pada literatur yang lain, *gharimin* adalah orang yang berhutang atau jatuh pailit pada usaha yang halal dan diridhoi Allah karena syari'at seperti kena todong, perampokan, kebakaran, bencana alam, dan lain-lain. Zakat menjadi antisipasi terhadap ketergantungan ekonomi dan menyegarkan untuk berdikari.<sup>63</sup>

f. Fii Sabilillah

Golongan ini adalah orang yang menjalankan dakwah dan pendidikan islam bidang ilmu dan teknologi tanpa ada dukungan dana dari pemerintah seperti guru ngaji, guru madrasah, serta kegiatan produktif pada sosial kemasyarakatan.<sup>64</sup> Ibnu 'Abidin mengatakan bahwa "tiap-tiap orang yang berusaha dalam bidang ketaatan kepada Allah dan jalan-jalan kebajikan, termasuk kedalam sabilillah.<sup>65</sup> Sedangkan Sayyid Sabiq berpendapat bahwa sabilillah adalah jalan yang menuju pada kerelaan Allah, baik tentang ilmu maupun amal perbuatan.<sup>66</sup>

---

<sup>62</sup> *Ibid.*, hal. 5.

<sup>63</sup> Amiruddin Inoed, dkk, *Anatomi Fiqh Zakat...*, hal. 38

<sup>64</sup> *Ibid.*

<sup>65</sup> Asnaini, *Zakat Produktif Dalam Perspektif Hukum Islam...*, hal. 59

<sup>66</sup> *Ibid.*



g. Ibnu Sabil

*Ibnu Sabil* adalah orang yang dalam proses belajar bidang agama dan umum yang tidak mendapatkan dukungan dana dari pemerintah, atau mendapatkan namun tidak mencukupi hajat masa pembelajaran tersebut.<sup>67</sup> Ibnu sabil yaitu orang yang melintas dari satu daerah ke daerah lain untuk melakukan perjalanan yang positif kemudian kehabisan bekalnya bukan melakukan perbuatan maksiat tetapi demi kemaslahatan umum yang manfaatnya kembali kepada masyarakat atau agama Islam.<sup>68</sup> Menurut golongan *As-Syafi'iyah*, Ibnu Sabil ada dua macam: (1) orang yang mau bepergian, (2) orang yang ditengah perjalanan. Keduanya berhak menerima zakat, meskipun ada yang mau mengutangnya. Dalam pengertian ini, mereka yang bepergian dalam bidang ketaatan, seperti haji, perang, ziarah yang disunnahkan, berhak diberi bagian zakat untuk nafkah, pakaian, tas, perbekalan dan apa saja yang dibutuhkan buat mencapai tujuan kepergiannya itu.<sup>69</sup>

## 8. Tujuan dan Hikmah Zakat

### a. Tujuan Zakat

---

<sup>67</sup> Amiruddin Inoed, dkk, *Anatomi Fiqh Zakat...*, hal. 38

<sup>68</sup> Kutbuddin Aibak, *Pengelolaan Zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jurnal AHKAM, Volume 4, Nomor 2, (2016), hal. 257-261

<sup>69</sup> Asnaini, *Zakat Produktif Dalam Perspektif Hukum Islam...*, hal. 60

Secara umum zakat bertujuan untuk menata hubungan dua arah yaitu hubungan vertikal dengan Tuhan dan hubungan horizontal dengan sesama manusia. Artinya secara vertikal, zakat sebagai ibadah dan wujud ketakwaan dan kesyukuran seorang hamba kepada Allah atas nikmat berupa harta yang diberikan Allah kepadanya serta untuk membersihkan, mensucikan diri dan hartanya itu. Dalam konteks inilah zakat bertujuan untuk menata hubungan seorang hamba dengan tuhannya sebagai pemberi rezeki. Sedangkan secara horizontal zakat bertujuan mewujudkan rasa keadilan sosial dan kasih sayang diantara pihak yang berkemampuan dengan pihak yang tidak mampu dan dapat memperkecil problema dan kesenjangan sosial serta ekonomi umat. Dalam konteks ini dapat mewujudkan pemerataan dan keadilan sosial diantara sesama manusia.<sup>70</sup> Disamping itu, zakat juga menciptakan pertumbuhan untuk orang-orang miskin, jika zakat dikembangkan pada bentuk usaha, peningkatan ekonomi, dalam waktu tertentu penerima zakat bukan hanya menerima yang sifatnya konsumtif akan tetapi bersifat produktif, inshaallah bisa jadi semula mereka miskin kemudian berubah status menjadi orang yang mampu dan bahkan harus mengeluarkan zakat.<sup>71</sup>

#### **b. Hikmah Zakat**

---

<sup>70</sup> *Ibid.*, 42

<sup>71</sup> Didiek Ahmad Supadie, dkk, *Studi Islam II...*, hal. 160

Sudah menjadi *sunnatulloh*, adanya kesenjangan sosial antara si kaya dan si miskin selalu memunculkan stagnasi antara keduanya. Orang kaya selalu hidup dengan bergelimang harta, dan dapat memenuhi kebutuhannya, sedangkan orang miskin hanya bisa membeli sesuap nasi bahkan tidak sama sekali. Oleh karena itulah Islam datang membawa risalah persamaan hak dan kewajiban antar sesama manusia. Tiada yang membedakan antara kaya dan miskin kecuali ketaqwaannya. Dan tiada kemulyaan antara orang kaya atas orang miskin melainkan harus menunaikan zakatnya kepada yang berhak menerimanya sehingga tidak ada sekat antara yang kaya dan miskin.<sup>72</sup>

Zakat itu adalah ibadah maliah untuk mensyukuri nikmat harta. Alangkah rendahnya pekerti orang yang mengetahui para fakir yang hidup dalam kesempitan, dan kemiskinan, tetapi tidak tergerak hatinya untuk mensyukuri nikmat Allah SWT yang telah memberi kedudukan kepadanya dan menghindarkannya dari meminta-minta. Oleh karena itu, esensi hikmah dari zakat adalah menolong, membantu, menyantuni orang-orang yang tidak mampu dan orang-orang yang sangat membutuhkan pertolongan, serta menyeimbangkan pemanfaatan harta, agar harta tersebut tidak hanya berada pada tangan orang-orang kaya.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Masrur Huda, *Syubhat Seputar Zakat*, (Solo: Tinta Medina, 2012), hal. 7

<sup>73</sup> Didiek Ahmad Supadie, dkk, *Studi Islam II...*, hal. 185

Allah SWT menyimpan rahasia dan hikmah dari setiap perintah yang disampaikan kepada hamba-Nya. Beberapa hikmah dan manfaat yang termaktub dalam perintah mengeluarkan zakat adalah sebagai berikut:<sup>74</sup>

- 1) Zakat sebagai wujud solidaritas bagi fakir miskin dan kaum lemah

Dampak yang paling dahsyat yang mampu dirasakan pelaku zakat adalah wujud solidaritas sosial terhadap golongan *mustadh'afin* (orang lemah). Zakat mampu membantu meringankan beban kaum *dhuafa*, seperti fakir, miskin, anak yatim yang putus sekolah, anak jalanan, dan orang-orang jompo yang sudah tidak kuat bekerja.

- 2) Zakat adalah ekspresi syukur dan aktualitas spiritual seorang hamba
- 3) Selain berdimensi sosial, zakat juga mampu menumbuhkan akhlak mulia, menghilangkan sifat kikir, tamak, dan rakus materialistis, menciptakan ketenangan hidup, serta membersihkan dan menumbuhkembangkan harta.
- 4) Zakat sebagai pembersih jiwa dan harta

---

<sup>74</sup> Masrur Huda, *Syubhat Seputar Zakat...*, hal. 8

Menyimpan harta ibarat menyimpan penyakit yang dapat mendatangkan bahaya, baik bagi diri maupun hartanya.

- 5) Zakat sebagai wujud pembangunan dan pemberdayaan sosial  
Zakat merupakan sarana membangun perekonomian dan pemerataan pendapatan masyarakat (*economic with equity*).

## B. Pengertian Infaq

Kata Infaq berasal dari kata “*anfaqo-yunfiq*”, artinya membelanjakan atau membiayai, arti infaq menjadi khusus ketika dikaitkan dengan upaya realisasi perintah-perintah Allah. Dengan demikian Infaq hanya berkaitan dengan atau hanya dalam bentuk materi saja, adapun hukumnya ada yang wajib (termasuk zakat, nadzar), ada infaq sunnah, mubah bahkan ada yang haram. Dalam hal ini infaq hanya berkaitan dengan materi. Menurut kamus bahasa Indonesia Infaq adalah mengeluarkan harta yang mencakup zakat dan non zakat Sedangkan menurut terminologi syariat, infaq berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan atau penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam.<sup>75</sup>

Kata “*infaq*” terambil dari kata berbahasa Arab infaq yang menurut penggunaan bahasa berarti “berlalu, hilang, tidak ada lagi” dengan berbagai sebab kematian, kepunahan, penjualan dan sebagainya. Atas dasar ini, Al-Quran menggunakan kata infaq dalam berbagai bentuknya, bukan hanya dalam harta benda, tetapi juga selainnya. Dari sini dapat dipahami mengapa

---

<sup>75</sup> Majalah OASE, (Jakarta: OASE Grup, Desember 2012), hal. 15

ada ayat-ayat Al-Quran yang secara tegas menyebut kata “harta” setelah kata infaq.<sup>76</sup> Misalnya QS. Al-Baqarah ayat 262.

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتَّبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذًى لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ۚ ۲۶۲

Artinya: “Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkahkaninya itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati”. (QS. Al-Baqarah: 262).<sup>77</sup>

Selain itu ada juga ayat di mana Al-Quran tidak menggandengkan kata infaq dengan kata “harta”, sehingga ia mencakup segala macam rezeki Allah yang diperoleh manusia. Misalnya antara lain QS. Al-Ra’d ayat 22 dan Al-Furqan ayat 67.

وَالَّذِينَ صَبَرُوا ابْتِغَاءَ وَجْهِ رَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً وَيَدْرَءُونَ بِالْحَسَنَةِ السَّيِّئَةَ أُولَئِكَ لَهُمْ عُقْبَى الدَّارِ ۚ ۲۲

Artinya: “Dan orang-orang yang sabar karena mencari keridhaan Tuhannya, mendirikan shalat, dan menafkahkan sebagian rezeki yang Kami berikan kepada mereka, secara sembunyi atau terang-terangan serta menolak kejahatan dengan kebaikan; orang-orang itulah yang mendapat tempat kesudahan (yang baik)”. (QS. Al-Ra’d: 22).<sup>78</sup>

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ۚ ۶۷

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”. (QS. Al-Furqan: 67).<sup>79</sup>

<sup>76</sup> Az Zaibari dan Amir Sa’id, *Kiat Menjadi Pakar Fiqih*, (Bandung: Gema Risalah Press. 1998), hal. 143

<sup>77</sup> *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an Kementerian Agama Republik Indonesia, (Bandung: Nur ‘Alim Semesta: 2013), hal. 44

<sup>78</sup> *Ibid.*, hal. 252

<sup>79</sup> *Ibid.*, hal. 365

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pengertian infaq menurut etimologi adalah pemberian harta benda kepada orang lain yang akan habis atas hilang dan terputus dari pemilikan orang yang memberi. Dengan ungkapan lain, sesuatu yang beralih ke tangan orang lain atau akan menjadi milik orang lain. Secara terminologi, pengertian infaq adalah mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan atau penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam. Infaq berarti mengeluarkan sebagian harta untuk kepentingan kemanusiaan sesuai dengan ajaran Islam. Infaq tidak mengenal nishab seperti zakat. Infaq dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, apakah ia disaat lapang maupun sempit.

Pengertian Infaq menurut etimologi adalah pemberian harta benda kepada orang lain yang akan habis atas hilang dan terputus dari pemilikan orang yang memberi. Dengan ungkapan lain, sesuatu yang beralih ke tangan orang lain atau akan menjadi milik orang lain. Secara terminologi, pengertian infaq memiliki beberapa batasan. Batasan tersebut yaitu: Infaq adalah mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan atau penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam. Infaq berarti mengeluarkan sebagian harta untuk kepentingan kemanusiaan sesuai dengan ajaran Islam.

### **C. Konsep Manajemen**

## 1. Manajemen

Istilah manajemen sudah populer dalam kehidupan organisasi. Dalam makna yang sederhana “*management*” diartikan sebagai pengelolaan. Suatu proses menata atau mengelola organisasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan dipahami sebagai manajemen.<sup>80</sup>

Setiap ahli memberikan pandangan yang berbeda tentang batasan manajemen, karena itu tidak mudah memberikan arti universal yang dapat diterima semua orang. Namun demikian dari pikiran-pikiran semua ahli tentang definisi manajemen kebanyakan menyatakan bahwa manajemen merupakan suatu proses tertentu yang menggunakan kemampuan atau keahlian untuk mencapai suatu tujuan yang didalam pelaksanaannya dapat mengikuti alur keilmuan secara ilmiah dan dapat pula menonjolkan kekhasan atau gaya manajer dalam mendayagunakan kemampuan orang lain.<sup>81</sup>

Secara umum aktivitas manajemen dalam organisasi diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Manajemen adalah proses bekerja sama antara individu dan kelompok serta sumber daya lainnya dalam mencapai tujuan, organisasi adalah sebagai aktivitas manajemen. Dengan kata lain, aktivitas manajerial hanya ditemukan

---

<sup>80</sup> Syafaruddin & Nurawati, *Pengelolaan Pendidikan Mengembangkan Keterampilan Manajemen Pendidikan Menuju Sekolah Efektif*, (Medan: perdana Publishing, 2011), hal. 16

<sup>81</sup> Tim Dosen Administrasi Pendidikan UI, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 86



dalam wadah sebuah organisasi, baik organisasi bisnis, sekolah dan juga lainnya.<sup>82</sup>

Kathryn M. Bartol dan David C. Marten sebagaimana yang dikutip oleh Kadarman dan Yusuf Udaya mengemukakan bahwa manajemen adalah proses untuk mencapai tujuan organisasi dengan penerapan kegiatan dari empat fungsi utama, yaitu: perencanaan (*planing*), pengorganisasian (*organnizing*), memimpin pelaksanaan kegiatan (*leading/actuating*), dan pengawasan (*controlling*).<sup>83</sup>

Sifat dasar manajemen adalah sangat beragam, karena mencakup banyak dimensi aktivitas dan lembaga. Manajemen berhubungan dengan semua aktivitas organisasi dan dilaksanakan pada semua level organisasi. Karena itu manajemen bukan merupakan sesuatu yang terpisah atau pengurangan fungsi suatu organisasi tidak hanya memiliki mengelola satu bidang tetapi juga sangat luas sebagai contoh: bidang produksi, pemasaran, keuangan atau personil. Dalam hal ini manajemen suatu proses umum terhadap semua fungsi lain yang dilaksanakan dalam organisasi. Tegasnya manajemen adalah suatu perpaduan aktivitas.<sup>84</sup>

## 2. Fungsi Manajemen

---

<sup>82</sup> Syafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta: Ciputat Press, 2005), hal.

<sup>83</sup> Ismail Nawawi Uha, *Manajemen Zakat dan Waqaf*, (Jakarta: Viv Press, 2013), hal. 332

<sup>84</sup> Syafaruddin & Nurawati, *Pengelolaan...*, hal. 51

Fungsi manajemen dapat dibagi menjadi empat bagian, yakni *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), dan *controlling* (pengawasan).<sup>85</sup> Yaitu:

a. *Planning* (Perencanaan)

*Planning* (perencanaan) ialah menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan.<sup>86</sup> *Planning* mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk dalam pemilihan alternatif-alternatif keputusan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualisasi dan melihat ke depan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk masa mendatang.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

*Organizing* berasal dari kata *organon* dalam bahasa Yunani yang berarti alat, yaitu proses pengelompokan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan-tujuan dan penugasan setiap kelompok kepada seorang manajer. Pengorganisasian mempersatukan sumber-sumber daya pokok dengan cara yang teratur dan mengatur orang-orang dalam pola yang demikian rupa, hingga mereka dapat melaksanakan aktivitas-aktivitas guna mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan. Pengorganisasi adalah proses dan rangkaian kegiatan dalam pembagian pekerjaan yang direncanakan untuk diselesaikan

---

<sup>85</sup> George R Terry, *Asas-Asas Manajemen*, Cet-5, (Bandung: PT Alumni, 2006), hal. 17

<sup>86</sup> *Ibid.*

oleh anggota kelompok pekerjaan, penentuan hubungan pekerjaan yang baik diantara mereka, serta pemeliharaan lingkungan dan fasilitas pekerjaan yang pantas.<sup>87</sup>

c. *Actuating* (Penggerakan)

Penggerakan adalah satu usaha untuk menggerakan anggota-anggota kelompok demikian rupa hingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan yang bersangkutan dan sasaran-sasaran anggota-anggota perusahaan tersebut oleh karena para anggota itu ingin mencapai sasaran-sasaran tersebut. Menggerakan berhubungan erat dengan sumber daya manusia yang pada akhirnya merupakan pusat sekitar apa aktivitas-aktivitas manajemen berputar. Nilai-nilai, sikap, harapan, kebutuhan, ambisi, harapan, pemuasan seseorang dan interaksinya dengan orang-orang lain dan dengan lingkungan fisik kesemuanya bertautan dengan proses menggerakan.<sup>88</sup>

d. *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan adalah suatu kegiatan untuk mencocokkan apakah kegiatan operasional (*actuating*) di lapangan sesuai dengan rencana (*planning*) yang telah ditetapkan dalam mencapai tujuan (*goal*) dari organisasi, Dengan demikian yang menjadi obyek dari kegiatan pengawasan adalah mengenai kesalahan, penyimpangan, cacat dan hal-hal yang bersifat negatif. Sebutan *controlling* lebih banyak

---

<sup>87</sup> Rina primadha, *Peranan Fungsi Manajemen Dalam Menciptakan Kondisi Perusahaan Yang Sehat*, Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 1 Nomor 3, edisi 2 Mei 2008, hal. 86

<sup>88</sup> George R Terry, *Asas-Asas Manajemen...*, hal. 312

digunakan karena lebih mengandung konotasi yang mencakup penetapan standar, pengukuran kegiatan, dan pengambilan tindakan korektif.<sup>89</sup>

#### **D. Pengertian Marketing**

Marketing merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu lembaga, dimana marketing bukan hanya prinsip mengenai bagaimana untuk menawarkan saja, tetapi bagaimana memberikan kepuasan kepada pelanggan atau donatur.

Banyak definisi yang dikemukakan oleh pakar marketing atau pemasaran. Pemasaran, menurut American Marketing Association (AMA), adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasinya. Miller dan Layton Sebagaimana yang dikutip oleh Philip Kotler mendefinisikan pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasinya.<sup>90</sup>

Wiliam J. Santo sebagaimana diutip oleh Marius P. Anggora mendefinisikan pemasaran dalam dua pengertian dasar yaitu: dalam arti

---

<sup>89</sup> Sentot Harman, *Fungsi Pengawasan Dalam Penyelenggaraan Manajemen Korporasi*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 2 Nomor 1, edisi 1 Maret 2010, hal. 19

<sup>90</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hal. 5

kemasyarakatan, pemasaran adalah setiap kegiatan tukar-menukar yang bertujuan memuaskan keinginan manusia. Dalam konteks ini kita perlu melihat dalam wawasan yang lebih luas, yaitu: 1) siapa yang digolongkan sebagai pemasar; 2) apa yang dipasarkan; dan 3) siapa target/sasaran pasar. Dalam arti bisnis, pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan, dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar.<sup>91</sup>

Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

#### **E. Konsep Manajemen Marketing Zakat dan Infaq**

Pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep, memberi harga, melakukan promosi dan menyalurkan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang bisa memenuhi tujuan individu maupun organisasi dengan memerhatikan konsep pemasaran yang mensyaratkan orientasi konsumen, orientasi tujuan dan orientasi sistem.<sup>92</sup> Tujuan pemasaran yaitu untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa sesuai dengan kebutuhannya.<sup>93</sup>

---

<sup>91</sup> Marius P. Anggora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), hal. 4

<sup>92</sup> Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.2004), hal. 4

<sup>93</sup> Basu Swastha D.H dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2010), hal. 10

Terdapat beberapa kunci dari konsep manajemen pemasaran yang terdiri dari manajemen pengelolaan terhadap penentuan kebutuhan pasar dan keinginan pasar serta sasaran yang memberukan kepuasan yang diharapkan lebih efektif dan efisien. Dalam kaitanya dengan lembaga amil zakat yang merupakan lembaga nirlaba yang bergerak dalam bidang jasa tentunya sangat memperhatikan hal tersebut. Bukan hanya sekedar menerima kemudian menyalurkan dana dari muzakki kepada mustahik secara langsung, melainkan melalui perumusan konsep pemasaran serta penerapan konsep pemasaran yang efektif sehingga dana zakat dan infaq dapat tersalurkan tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan mustahik atau penerima dana. Lembaga zakat harus mampu mengkoordinasikan alat-alat komunikasi pemasaran agar bisa bekerja bersama-sama. Saling mendukung satu sama lain sehingga bisa saling melengkapi dalam mencapai target audiens yang diinginkan.

#### 1) Penentuan Kebutuhan

Seiring perkembangan zaman dan kondisi sosial masyarakat yang berubah perlu diadakannya pengamatan serta analisa mendalam agar suatu organisasi lembaga zakat dapat menentukan hal-hal yang dibutuhkan oleh mustahik yang nantinya akan dirumuskan strategi yang tepat. Strategi digunakan untuk menyusun keperluan lembaga yang sesuai tujuan. Tujuan lembaga tertuang dalam visi dan misi. Strategi lembaga harus direncanakan untuk rencana jangka panjang. Selain itu, lembaga juga harus menunjukkan taktik operasionalnya. Berkaitan

dengan visi dan misi lembaga harus tahu bagaimana langkah mereka untuk mewujudkan visi dan misi tersebut sesuai dengan kebutuhan mustahik sehingga nantinya benar-benar mampu menjadikan mustahik sejahtera, yang mulanya mustahik mampu berubah menjadi muzakki.

## 2) Keinginan Pasar

Keinginan pasar merupakan sebuah acuan suatu lembaga zakat untuk melaksanakan program kerja yang telah disusun sebelumnya. Keinginan yang terealisasi oleh masyarakat dapat mengubah menjadi bumbu penyedap suatu lembaga zakat sehingga lembaga tersebut dianggap benar-benar mampu melaksanakan program dengan baik serta mampu merealisasikan keinginan dai mustahik.

## 3) Kepuasan Pasar

Keadaan masyarakat yang dianggap puas dalam hal ini adalah mereka yang telah terpenuhi kebutuhannya dan terealisasi keinginannya. Apabila hal kedua hal tersebut terwujud maka dampak positif dari mereka adalah mereka mampu merubah kondisi sosialnya menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Dengan terwujudnya kepuasan pasar atau pelanggan dapat menjadi cambuk bagi muzakki untuk lebih sering menyalurkan donasinya melalui lembaga zakat tersebut. Di sisi lain bagi mustahik, mereka akan terpicu semangatnya untuk mengubah keadaan ekonomi sosialnya sehingga pada akhirnya mereka juga mampu untuk menjadi muzaki dan menyalurkan donasinya terhadap lembaga tersebut.

Karena pada hakikatnya kepuasan pelanggan akan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Sebuah lembaga pengelola zakat dan infaq perlu memutuskan untuk menentukan posisi pasarnya. Seringkali dijumpai penggunaan model *marketing mix* ini diterapkan oleh organisasi, lembaga atau perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis dan ekonomi. Model ini juga dapat diterapkan oleh lembaga amil zakat dan infaq sebagai pertimbangan untuk mewujudkan serta merealisasikan produk-produk lembaga yang sesuai dengan visi dan misi mereka.

Suatu lembaga zakat siap mulai merencanakan rincian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran adalah sebuah konsep dari berbagai konsep penting di dalam pemasaran modern. *Marketing mix* adalah perangkat variabel-variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran (*target market*).<sup>94</sup> *Marketing mix* adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Komponen-komponen pokok *marketing mix* yang terdiri dari empat komponen yaitu, produk, harga, promosi, dan lokasi yang mana keempatnya itu harus dipertimbangkan sesuai dengan konsep manajemen marketing yang telah disusun sebelumnya.

---

<sup>94</sup> Marius P. Anggora, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, hal. 24



## **F. Manajemen Marketing Zakat dan Infaq**

Manajemen marketing merupakan pengelolaan dalam pemasaran sebuah produk atau program dari hasil perencanaan yang dilakukan oleh lembaga. Dalam hal manajemen marketing, lembaga zakat tidak boleh melewatkannya karena manajemen marketing merupakan bagian yang penting harus dilakukan oleh suatu lembaga.

Dalam pengelolaan zakat, manajemen marketing diperlukan untuk menentukan strategi pemasaran produk maupun jasa dari suatu lembaga amil zakat dan infaq. Pengelolaan serta penentuan strategi marketing yang tepat dapat menjadikan kepuasan terhadap pelanggan. Pelanggan yang dimaksud di sini adalah muzakki dan munfik. Yaitu orang yang berzakat dan yang berinfaq pada lembaga tersebut. Kepuasan yang dialama para donatur memicu mereka untuk lebih loyal terhadap lembaga sehingga nantinya mampu menjadi pemantik muzakki atau munfiq yang lain untuk menyalurkan donasinya melalui lembaga tersebut. Lembaga amil zakat menyediakan kebutuhan dan keinginan masyarakat berupa produk atau jasa. Produk dan jasa tersebut harus dibuat sesuai dengan keperluan dan dapat menguntungkan masyarakat. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan harus mengikuti perubahan teknologi, informasi, globalisasi dan tentunya kebutuhan ekonomi.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam manajemen marketing zakat dan infaq yang harus dilakukan oleh lembaga, yaitu:

- 1) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses pembagian pasar ke dalam subset pelanggan dengan kebutuhan yang sama dan mempunyai ciri-ciri yang dapat diarahkan atas tanggapan mereka, sehingga dapat dilakukan cara-cara yang sama bagi produk tertentu yang ditawarkan, termasuk program pemasarannya. Lembaga menentukan segmentasi pasar berdasarkan pengelompokan pasar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan donatur.<sup>95</sup>

## 2) Penetapan Target Pasar

Penetapan target pasar (Targeting) dijadikan prioritas utama untuk menentukan sasaran pasar. Sasaran pasar tersebut bertujuan untuk memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang dimiliki perusahaan/lembaga. Dengan adanya sasaran pasar tersebut, perusahaan/lembaga akan dapat mengukur kemampuan dan peluang yang akan didapatkannya.

## 3) Implementasi Manajemen Marketing/Pemasaran

Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran dalam rangka mencapai tujuan pemasaran strategik.<sup>96</sup> Keberhasilan implementasi tergantung pada beberapa unsur. *Pertama*, implementasi membutuhkan program tindakan yang mendorong seluruh orang dan kegiatan bersama-

---

<sup>95</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 39

<sup>96</sup> Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1997) hal. 56

sama. *Kedua*, struktur organisasi formal memainkan peranan penting dalam mengimplementasi strategi pemasaran. Seluruh karyawan dan staf lembaga dianjurkan aktif ndalam membuat gagasan dan program untuk kemajuan lembaga dan demi terwujudnya kesejahteraan umat sebagaimana visi dan misi lembaga zakat tersebut.<sup>97</sup>

### **G. Manajemen Zakat dan Infaq**

Pengelolaan zakat memerlukan persiapan dan perencanaan yang matang. Semua aktifitas dan faktor-faktor terkait dengan aktifitas tersebut mesti terencana, terorganisir, bahkan terkontrol dan dievaluasi tingkat capaiannya. Hal ini diperlukan agar pengelolaan zakat dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Selain itu sudah barang tentu ‘amil zakat juga memiliki berbagai hal yang dapat dipertanggungjawabkan sebagaimana sebuah lembaga pada umumnya, seperti dokumen dan data atau pembukuan yang rinci mengenai jumlah dana zakat yang diterima, para muzakki (orang yang membayar zakatnya), para mustahik, digunakan untuk apa saja, dan sebagainya, sehingga data-data yang dimiliki itu akurat dan transparan.<sup>98</sup>

---

<sup>97</sup> *Ibid.*

<sup>98</sup> Khutbuddin Aibak, *Pengelolaan Zakat...*, hal. 44

Dalam konteks pengelolaan zakat, tujuan zakat akan tercapai manakala zakat dikelola secara baik berdasarkan prinsip-prinsip manajemen. Dengan kata lain, manajemen zakat merupakan perantara bagi tercapainya kesempurnaan pelaksanaan zakat. Oleh karena itu, dalam pengumpulan zakat mestinya didasarkan pada prinsip-prinsip manajemen. Tahapan pelaksanaan manajemen zakat dan infaq antara lain perencanaan, organisir, penerapan dan evaluasi.

Undang - undang No. 23 tahun 2011 pasal (1) satu ayat (1) satu memaknai pengelolaan zakat sebagai kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengorganisasian dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat.<sup>99</sup> Oleh karena itu, mengacu pada terminologi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengorganisasian dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat tersebut, ruang lingkup kegiatan ini dapat dikembangkan dan diperluas pada beberapa langkah dan fase berikut ini:

1) Perencanaan pengelolaan dana ZIS

Dalam kegiatan ini, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain yaitu;

*Pertama*, perencanaan strategi kelembagaan. Perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan keputusan selanjutnya terhadap apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Oleh karena itu,

---

<sup>99</sup> Definisi yang sama juga terdapat pada BAB (1) satu, pasal (1) satu, ayat (1) satu peraturan pemerintah No 14 tahun 2014 tentang pelaksanaan UU No 23 tahun 2011.

dalam melakukan perencanaan, setidaknya harus ada beberapa aspek yang harus diperhatikan, di antaranya; hasil yang ingin dicapai, apa yang akan dilakukan, kapan waktu dan skala prioritasnya serta berapa jumlah dana (kapital) yang dibutuhkan.<sup>100</sup>

Dengan demikian, perencanaan dengan segala variasinya ditujukan untuk membantu mencapai tujuan suatu lembaga atau organisasi. Hal tersebut merupakan prinsip yang penting, karena perencanaan harus mendukung fungsi manajemen berikutnya.<sup>101</sup>

Adapun prinsip-prinsip perencanaan yang harus diperhatikan antara lain yaitu:<sup>102</sup> a) Prinsip membantu tercapainya tujuan setiap perencanaan dan segala perubahannya yang harus ditujukan kepada tercapainya tujuan; b) Prinsip efisiensi dari perencanaan agar dapat mencapai tujuan dengan biaya yang sekecil-kecilnya; c) Prinsip pengutamaan, pemerataan, dan patokan dalam perencanaan; d) Prinsip kebijakan pola kerja; e) Prinsip waktu yang efektif dan seefisien mungkin; f) Prinsip tata hubungan perencanaan; g) Prinsip alternatif pada setiap rangkaian kerja dan perencanaannya; h) Prinsip keterikatan dengan memperhitungkan jangka waktu; i) Prinsip ketepatan arah dengan pengamatan yang terus menerus terhadap kejadian-kejadian yang timbul

---

<sup>100</sup> Didin Hafidhuddin dan Heri Tanjung, *Manajemen Syari'ah dalam Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hal. 78.

<sup>101</sup> Sukarna, *Dasar-dasar Manajemen* (Bandung: Mandar Maju, 1992), hal. 10.

<sup>102</sup> Fakhruddin, *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia* (Malang: UIN-Malang Press, 2008), hal. 271-273

dalam pelaksanaan; dan i). Prinsip perencanaan strategis dengan memilih tindakantindakan yang diperlukan agar tetap efektif.

*Kedua*, perencanaan tujuan kelembagaan. Tujuan merupakan suatu harapan yang harus dicapai. Dalam pengelolaan zakat, setidaknya ada empat tujuan yang hendak direalisasikan, yaitu: a) Kemudahan *Muzakki* menunaikan kewajiban berzakat; b) Menyalurkan zakat kepada *Mustahiq* zakat; c) Memprofesionalkan organisasi zakat; dan d) Terwujudnya kesejahteraan sosial.

## 2) Pelaksanaan pengelolaan dana ZIS

Dalam pelaksanaan pengelolaan dana ZIS diperlukan beberapa hal berikut ini, antara lain: *Pertama*, Pelaksanaan dalam penghimpunan dana ZIS. Pengumpulan zakat dilakukan oleh *Amil* dengan cara menerima dan atau mengambil dari *muzakki* atas dasar pemberitahuan terlebih dahulu. BAZNAS/LAZ dapat bekerjasama dengan Bank dalam pengumpulan zakat harta *muzakki* yang berada di Bank atas permintaan atau persetujuan *muzakki*.

*Kedua*, pelaksanaan dalam pendistribusian dan pendayagunaan dana ZIS. Pendistribusian dana zakat sudah dirumuskan dan dikhususkan kepada orang-orang atau golongan yang berhak menerimanya. Agar dana zakat yang didistribusikan tersebut dapat diberdayakan dan dimanfaatkan, maka pembagiannya juga harus selektif untuk kebutuhan

konsumtif atau untuk kebutuhan produktif. Masing-masing dari kebutuhan konsumtif tersebut dibagi pada dua bagian yaitu:<sup>103</sup> konsumtif tradisional, konsumtif kreatif, produktif konvensional, produktif kreatif.

### 3) Pengorganisasian pengelolaan dana ZIS

Dalam pengeorganisasian pengelolaan dana ZIS diperlukan beberapa hal berikut ini, antara lain: *Pertama*, pengorganisasian struktur organisasi. Pengorganisasian berkaitan dengan tugas lembaga untuk menyusun struktur, tugas dan wewenang, hubungan, desain organisasi, spesialisasi pekerjaan, uraian pekerjaan, spesifikasi pekerjaan, rentang kendali, kesatuan komando, desain dan analisis pekerjaan.

*Kedua*, pengorganisasian *mustahik* zakat (penerima zakat). Pengorganisasian para kelompok yang berhak menerima zakat<sup>104</sup> diperlukan agar dana yang terhimpun oleh lembaga BAZNAS/LAZ dapat didistribusikan, disalurkan dan didayagunakan sesuai dengan syari'at Islam dan UU yang berlaku. Sehingga prosedur tersebut terorganisir dengan mempertimbangkan skala prioritas tiap-tiap *mustahik*.

*Ketiga*, pengorganisasian pendayagunaan dana ZIS. Pendayagunaan dana ZIS dibagi menjadi dua macam, yaitu kebutuhan produktif dan kebutuhan konsumtif. Kebutuhan konsumtif adalah dana zakat yang diperuntukkan untuk pemenuhan kebutuhan hidup para *mustahiq* yang

---

<sup>103</sup> Fakhruddin, *Fiqh dan Manajemen Zakat...*, hal. 314-315

<sup>104</sup> Orang-orang atau golongan yang berhak menerima zakat diatur dalam al-Qur'an surat al-Taubah ayat 60.

tergabung dalam delapan *ashnaf* dengan mendahulukan yang paling tidak berdaya dalam memenuhi kebutuhan primernya dan secara ekonomi mereka juga sangat membutuhkan bantuan. Sedangkan kebutuhan produktif adalah dana zakat yang diperuntukkan untuk kebutuhan usaha produktif bagi para *mustahiq* yang masih terdapat kelebihan, dan adanya usaha-usaha yang memungkinkan, serta mendapat persetujuan dari Dewan Pertimbangan.<sup>105</sup>

## H. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bukanlah penelitian pertama yang membahas tentang marketing zakat dan infaq. Ada beberapa karya tulis yang dianggap representatif dan dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini untuk mendukung penulisan proposal ini, karya tulis ilmiah tersebut antara lain:

*Pertama*, Skripsi karya Ahmad Kholilli yang berjudul “Strategi Pemasaran Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf (ZISWAF) dan Implementasinya di Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU) Kabupaten Sidoarjo” Tahun 2018 yang membahas tentang strategi pemasaran zakat, infaq, shodaqoh, dan wakaf (ZISWAF) di Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU) menggunakan sistem STP (*Segmentasi pasar, Penetapan target pasar, Penentuan pasa*) dan hambatan implementasi strategi pemasaaran.<sup>106</sup> Penelitian yang

---

<sup>105</sup> Fakhruddin, *Fiqh dan Manajemen Zakat...*, Hal. 308

<sup>106</sup> Ahmad Kholili, Skripsi: *Strategi Pemasaran Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf (ZISWAF) dan Implementasinya di Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat (LAZDAU) Kabupaten Sidoarjo*, Surabaya, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Program Studi Manajemen Dakwah, tahun 2018.



dilakukan oleh Ahmad Kholili hanya menggunakan 3 strategi dalam pemasaran dana zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis mencoba mengkaji apakah ketiga sistem strategi pemasaran tersebut juga dilakukan di Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Shodaqoh NU kabupaten Blitar. Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Kholili dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penerapan strategi pemasaran dana zakat dan infaq menggunakan sistem STP (*Segmentasi pasar, Penetapan target pasar, Penentuan pasar*). Dalam penelitian ini objek kajian yang akan diteliti hanya bidang zakat dan infaq.

*Kedua*, Skripsi karya Dian Adi Perdana yang berjudul “Analisis Manajemen Pemasaran Produk Melalui Metode *Integrated Marketing Communicatiaon* di Rumah Zakat Kantor Cabang Semarang” tahun 2015 yang membahas tentang penerapan pemasaran produk di Rumah Zakat Semarang melalui metode *Integrated Marketing Communication* memberikan keunggulan dan kekurangan pada pemasaran Rumah Zakat Semarang. Proses pemasaran yang diterapkan memberikan kemudahan bagi muzaki serta partner dapat ikut berpartisipasi dalam mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan pendidikan anak bangsa. Penerapan manajemen pemasaran melalui metode IMC oleh Rumah Zakat Semarang memberikan dampak yang positif dalam memperbaiki dan mempertahankan trend baik Rumah Zakat Semarang selaku lembaga zakat terbaik di Jawa

Tengah.<sup>107</sup> Dalam penelitian tersebut lebih condong terhadap penggunaan metode IMC dalam proses pemasarannya. Sementara penelitian yang akan penulis lakukan adalah mengkaji model apa saja yang dilakukan LAZISNU Kabupaten Blitar dalam pemasaran produknya.

*Ketiga*, Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Jumlah Wajib Zakat di Lazis Jateng Cabang Temanggung”, yang disusun oleh Atika Mudhofiroh pada tahun 2015.<sup>108</sup> Dengan hasil penelitiannya adalah Strategi pemasaran dalam upaya peningkatan jumlah wajib zakat LAZIS JATENG cabang Temanggung, yaitu promosi melalui media massa yang berupa internet, baliho, media cetak, dan radio, brosur dan kartu nama. Sedangkan untuk upaya peningkatan jumlah wajib zakat strategi yang digunakan oleh LAZIS JATENG cabang Temanggung yaitu *service excellence* (maintenance donatur), *foundrising based on community* dan *foundrising based on program*. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis akan menggali sebanyak-banyaknya terkait bagaimana konsep manajemen yang dilakukan LAZISNU Kabupaten Blitar dalam pelaksanaan strategi pemasaran serta alat-alat yang digunakan. Dalam mengoptimalkan peran dan tugasnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat wajib zakat sehingga jumlah *muzakki* mengalami peningkatan,

---

<sup>107</sup> Dian Adi Perdana, Skripsi: *Analisis Manajemen Pemasaran Produk Melalui Metode Integrated Marketing Komunication di Rumah Zakat Kantor Cabang Semarang*, Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Manajemen Dakwah, tahun 2015.

<sup>108</sup> Atika Mudhofaroh, Skripsi: *Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Jumlah Wajib Zakat di Lazis Jateng cabang Temanggung*, Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Manajemen Dakwah, tahun 2015.

LAZIS JATENG cabang Temanggung dalam pengumpulannya yaitu dengan cara mengambil langsung dari *muzakki* setelah *muzakki* meminta untuk mengambilnya. Dalam pengumpulan zakat LAZIS JATENG cabang Temanggung bekerjasama dengan instansi untuk menyalurkan zakatnya di LAZIS JATENG cabang Temanggung. Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mencoba menggali khasanah ilmu tentang manajemen marketing yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Blitar.

*Keempat*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa karya M. Haekal ZG. dan Amsal Amri yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Pengumpulan Zakat Oleh Baitul Mal Aceh” tahun 2017 yang membahas tentang Baitul Mal Aceh (BMA) selama ini sudah menjalankan bauran pemasaran dan bauran promosi untuk memasarkan jasanya pada khalayak hal ini dapat dilihat dari kegiatan pemasaran yang telah dilakukan seperti menggunakan iklan di berbagai media seperti, TV, radio, youtube, koran, baliho, billboard, media sosial dan lain sebagainya, melakukan promosi dengan turun langsung ke lapangan dan memberikan sosialisasi dan dakwah, komunikasi penjualan perorangan pun turut dilakukan dengan melakukan pendekatan pada calon muzakki. Jika dalam jurnal yang ditulis oleh M. Haekal ZG. dan Amsal Amri hanya membahas tentang pemasaran dalam pengumpulan dana zakat, maka dalam penelitian kali ini akan mengkaji lebih luas, yaitu bukan hanya

sebatas pengumpulan dana zakat dan infaq, melainkan juga penyalurannya.<sup>109</sup>

*Kelima*, Jurnal yang berjudul “Manajemen Komunikasi Marketing Lazisnu Kota Bandung” karya dari M. Abdul Ghani pada tahun 2017, isi dari jurnal tersebut adalah membahas tentang pengelolaan zakat yang maksimal dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat dan disesuaikan dengan sumberdaya amil serta memperhatikan silaturahmi sebagai sarananya. dalam jurnal tersebut hanya menjelaskan bahwa silaturahmi sebagai sarana Lazisnu Kota Bandung dalam hal marketing.<sup>110</sup> Sementara dalam kajian yang akan diteliti oleh penulis mencoba menggali apakah silatrrahmi cocok digunakan sebagai salah satu alternatif marketing dana zakat yang selama ini silaturrahmi sendiri merupakan adat kebiasaan masyarakat Nahdliyin, hal tersebut menjadi bahan pertimbangan bagi penulis untuk mencari tahu bagaimana jika hal itu diterapkan oleh LAZISNU Kabupaten Blitar.

---

<sup>109</sup> M. Haekal ZG. dan Amsal Amri, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah: *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Pengumpulan Zakat Oleh Baitul Mal Aceh*, Aceh, Universitas Syiah Kuala, FISIP, Program Studi Ilmu Komunikasi, Volume 2 nomor 3 Agustus 2017.

<sup>110</sup> M. Abdul Ghani, Jurnal Ilmu Komunikasi: *Manajemen Komunikasi Marketing LAZISNU Kota Bandung*, Bandung, UIN Sunan Gunung Jati Bandung, Fakultas dakwah dan Kmunikasi, Volume 1 nomor 1 2017.