

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Teoritis

1. Konsep Dasar Lembaga Zakat

a. Definisi Zakat, Infaq dan Shadaqah

Zakat secara bahasa berasal dari kata *zaka* (bentuk *masdar*), yang mempunyai arti: berkah, tumbuh, bersih, suci dan baik. Keterkaitan pengertian menurut bahasa dan pengertian istilah sangat erat sekali. Sehingga beberapa arti ini memiliki definisi yang berbeda-beda. Dikatakan berkah jika zakat akan memberikan keberkahan pada harta seseorang yang telah berzakat. Dikatakan suci, sebab zakat mensucikan dari sifat tama`, syirik dan kikir. Dikatakan tumbuh, karna zakat melipat gandakan pahala *muzakki* dan membantu kesulitan *mustahiq*.¹ Zakat memberikan pendidikan akhlaq mulia, adil dan dermawan demi menghindari sifat tama` dan kikir yang dimaksudkan untuk menolong yang lemah.² sedangkan kata zakat memiliki banyak pemahaman, yaitu:

- 1) Menurut Yusuf Qardawi zakat diartikan sebagai sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT untuk diserahkan kepada orang-orang yang berhak.³

¹ Asnaini, *Zakat produktif dalam Perspektif Hukum Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 23

² Asmawi, *Filsafat Hukum Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hal. 86

³ Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern: Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2010), hal. 35

- 2) Menurut Abdurrahman Al-Jaziri zakat adalah penyerahan kepemilikan tertentu kepada orang yang berhak menerimanya dengan syarat-syarat tertentu.⁴
- 3) Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 38 tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat. Zakat merupakan harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau badan yang dimiliki oleh seseorang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya.⁵

Dari pendapat beberapa tokoh memiliki redaksi yang berbeda-beda dalam mendefinisikan zakat. Akan tetapi pada prinsipnya sama, bahwa zakat merupakan bagian dari harta dengan persyaratan tertentu yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya dengan prasyarat tertentu.⁶

Infaq berasal dari kata *anfaqa* yang artinya mengeluarkan sesuatu harta untuk kepentingan sesuatu. Sedangkan menurut istilah syara` adalah mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan untuk sesuatu kepentingan karena menurut perintah Islam.⁷ Sedangkan shadaqah memiliki arti benar. Jadi orang yang bersedekah adalah orang yang benar dan yang dimaksud di sini adalah *shodaqot nafila*

⁴ Amiruddin Inoed, DKK, *Anatomi Fiqih Zakat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal. 9

⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 tahun 1999 tentang *Pengelolaan Zakat*, BAB I Pasal 1 Ayat 2

⁶ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hal. 7

⁷ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis tentang Zakat, Infaq dan Sedekah*, (Jakarta: Gema Insani, 1998), hal. 14-15

yaitu derma yang dianjurkan bagi orang-orang kaya muslim. Dalam terminologi agama Islam orang yang suka bersedekah adalah orang yang pengakuan imannya kepada Allah SWT.⁸

Dalam Al-Qur`an, kata zakat sering disebutkan dengan kata infaq dan shadaqah, di samping dengan kata zakat itu sendiri, sebagaimana terungkap dalam firman Allah SWT:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku (QS. Al-Baqarah: 43)⁹

... وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ...

Artinya: ...dirikanlah sembahyang dan tunaikanlah zakatmu...(QS. An-Nisa` : 77)¹⁰

kata shadaqah, disebutkan dalam firman-Nya:

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

Artinya: ambillah (himpunlah, kelola) zakat dari sebagian harta mereka, dengan sedekah/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)¹¹

Sedangkan kata infaq, disebutkan dalam firman-Nya:

⁸ Abdul Aziz dan Mariyah Ulfah, *Kapitaka Selektika Ekonomi Islam Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 84-85

⁹ Depag RI, *Al-Qur`an dan Terjemahannya*, (Bandung: Syaamil, 2005), hal. 7

¹⁰ *Ibid.*, Hal. 90

¹¹ *Ibid.*, Hal. 203

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۗ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا
 آتَاهُ اللَّهُ ۗ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَاءً آتَاهَا ۗ سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ
 عُسْرٍ يُسْرًا

Artinya: hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. dan orang yang disempitkan rezkinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan. (QS. Al-Thalaq: 7)¹²

Zakat, infaq dan shadaqah memiliki definisi yang berbeda sebab item-item tersebut memiliki syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi. Zakat adalah mengeluarkan bagian tertentu dari harta yang mencapai satu nisab, untuk orang yang berhak menerimanya manakala sempurna pemilikannya dan sempurna satu tahun. Infaq adalah mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan (penghasilan) untuk kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam. Jika zakat ada nisabnya, infaq tidak mengenal nisab. Jika zakat harus diberikan kepada *mustahiq* tertentu (8 *asnaf*), infaq boleh diberikan kepada siapa pun juga, misalkan untuk kedua orang tua atau anak yatim. Sedangkan Shadaqah memiliki pengertian hampir sama dengan infaq. Jika infaq berkaitan dengan materi, maka shadaqah memiliki arti lebih luas dari sekedar materi. Dari hal ini yang perlu diperhatikan adalah jika seseorang telah berzakat tetapi masih

¹² *Ibid.*, hal. 559

memiliki kelebihan harta, sangat dianjurkan sekali untuk berinfaq atau bershadaqah.¹³

b. Urgensi Lembaga Pengelola Zakat

Dalam rangka mengurangi kesenjangan pendapatan dan kekayaan dalam Islam, pengaktifan sistem ekonomi Islam melalui instrumen zakat, infaq dan shadaqah dengan pengelolaan manajemen profesional merupakan alternatif terbaik dan solutif karena instrumen ini langsung produk dari Allah SWT yang tertulis dalam wahyu-Nya di Surat At-Taubah ayat 103 yang berbunyi ambilah zakat yang ditafsirkan untuk menghimpun dan mengelola zakat dan disalurkan kepada 8 *asnaf* yang telah ditentukan oleh Allah SWT dalam firman-Nya:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ
قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ
فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

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. (QS. At-Taubah:60)¹⁴

Yang berhak menerima zakat ialah: pertama, orang fakir: orang yang amat sengsara hidupnya, tidak mempunyai harta dan

¹³ Didin Hafidhuddin, *Panduan praktis Tentang Zakat Infak Sedekah, ...* hal. 14-15

¹⁴ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, hal.196

tenaga untuk memenuhi penghidupannya. Kedua, orang miskin: orang yang tidak cukup penghidupannya dan dalam keadaan kekurangan. Ketiga, pengurus zakat: orang yang diberi tugas untuk mengumpulkan dan membagikan zakat. Keempat, *muallaf*: orang kafir yang ada harapan masuk Islam dan orang yang baru masuk Islam yang imannya masih lemah. Kelima, memerdekakan budak: mencakup juga untuk melepaskan Muslim yang ditawan oleh orang-orang kafir. Keenam, orang berhutang: orang yang berhutang karena untuk kepentingan yang bukan maksiat dan tidak sanggup membayarnya. Adapun orang yang berhutang untuk memelihara persatuan umat Islam dibayar hutangnya itu dengan zakat, walaupun ia mampu membayarnya. Ketujuh, pada jalan Allah (*sabilillah*): yaitu untuk keperluan pertahanan Islam dan kaum muslimin. Di antara mufasirin ada yang berpendapat bahwa *fi sabilillah* itu mencakup juga kepentingan-kepentingan umum seperti mendirikan sekolah, rumah sakit dan lain-lain. Kedelapan, orang yang sedang dalam perjalanan yang bukan maksiat mengalami kesengsaraan dalam perjalanannya.¹⁵

Sedangkan pada surat At-Taubah ayat 103 diperjelas tentang golongan yang menerima zakat, yakni orang yang mengambil atau menjemput zakat dari orang yang berkewajiban berzakat (*muzakki*) untuk kemudian disalurkan atau diberikan kepada orang yang berhak

¹⁵ Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern (Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat ...* hal. 39-40

menerimanya (*mustahiq*), yang mengambil atau menjemput zakat disebut para petugas (*amil*).¹⁶

Amil zakat adalah orang-orang yang ditugaskan (diutus oleh pemimpin) untuk mengambil, menulis, menghitung dan mencatat zakat yang diambilnya dari para *muzakki* untuk kemudian diberikan kepada yang berhak menerimanya. Hal ini sudah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Dengan menyuruh seorang pemuda dari suku Asad, yang bernama Ibnu Lutaibah untuk mengurus urusan zakat Bani Sulaim. Rasulullah SAW pernah berkata kepada Mu`adz bin Jabal untuk melakukan pengambilan zakat di Yaman:

“... lalu beritahukanlah kepada mereka bahwa Allah telah mewajibkan zakat yang diambil dari orang-orang kaya di antara mereka dan diberikan kepada orang-orang fakir diantara mereka.” (HR Bukhari dan Muslim).¹⁷

Al-Qur`an dan hadits menegaskan bahwa salah satu golongan yang berhak menerima bagian zakat adalah amil. Amil dapat diartikan sebagai badan pemungut dan pembagi zakat. Sejak masa Nabi hingga pertengahan pertama masa pemerintahan Khalifah Utsman, zakat dipungut oleh negara. Zakat pada periode Madinah ditentukan nisab dan jumlah kewajiban zakat, administrasi, pengumpulan dan penyalurannya.¹⁸ Rasulullah sebagai kepala negara memperkenalkan konsep baru dalam bidang keuangan negara, yakni

¹⁶ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern ...* hal. 125

¹⁷ Husein Syahatah, *Cara Praktis Menghitung Zakat*, (Ciputat: Kalam Pustaka, 2005), hal. 9-10

¹⁸ Adiwarmanto A. Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), hal. 40

semua hasil pengumpulan negara harus dikumpulkan terlebih dahulu di *Baitul Mal* kemudian dibelanjakan sesuai kebutuhan negara. Dimana zakat termasuk dalam sumber pendapatan negara pada masa Rasulullah.¹⁹ Konsep zakat tidak statis, tapi terus dikembangkan oleh *Khulafaur Rasyidin*, zaman Abu Bakar pemerintah melakukan tindakan tegas kepada masyarakat yang menolak membayar zakat. Kondisi pemerintahan Abu Bakar terjadi gejolak dimana sebagian besar masyarakat menolak membayar zakat, sehingga pemerintah melakukan pemungutan zakat di tingkat pusat dan lokal.

Zaman Umar, objek zakat diperluas. Misalnya kuda yang tadinya tidak terkena zakat, menjadi objek zakat. Pada masa pemerintahan Utsman terjadi kemajuan ekonomi umat dan menimbulkan masalah baru, antara lain hukum zakat atas pinjaman. Hal ini didasarkan bahwa jika utang itu dapat ditagih pada waktu berzakat, namun ia tidak melakukannya. Ia harus membayar zakat dari seluruh hartanya termasuk utang yang seharusnya dapat ditagih. Sedangkan pada zaman Ali bin Abi Thalib, beliau membolehkan pembayaran zakat dengan bentuk setara uang dan menentukan jumlah zakat pertanian, sebesar 5% jika menggunakan jika menggupayakan air dan 10% jika menggunakan air hujan.²⁰

Upaya pengumpulan zakat melalui institusi atau lembaga telah dicontohkan oleh pada zaman Nabi. Upaya ini dilakukan untuk

¹⁹ *Ibid.*, hal. 52

²⁰ Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani, 2007), hal. 191-193

memberi makan fakir miskin. Kaum muslimin memiliki kewajiban untuk menciptakan masyarakat yang adil dan setara dimana orang-orang miskin dan lemah diperlakukan selayaknya. Pesan moral Al-Qur`an yang sederhana, jangan menimbun kekayaan dan mencari keuntungan bagi diri sendiri, tetapi bagilah kemakmuran secara rata dengan menyedekahkan sebagian harta kepada fakir miskin.²¹ kemiskinan memang selalu ada, tetapi melalui proses *institutional building* yang sistematis dan menjawab tantangan zaman, maka orang yang miskin akan terus diusahakan untuk dientaskan, sehingga terjamin kesejahteraan melalui kelembagaan seperti ini agar terhindar dari kategori pembohongan agama.

Pengumpulan zakat melalui institusi memberikan keuntungan, antara lain:

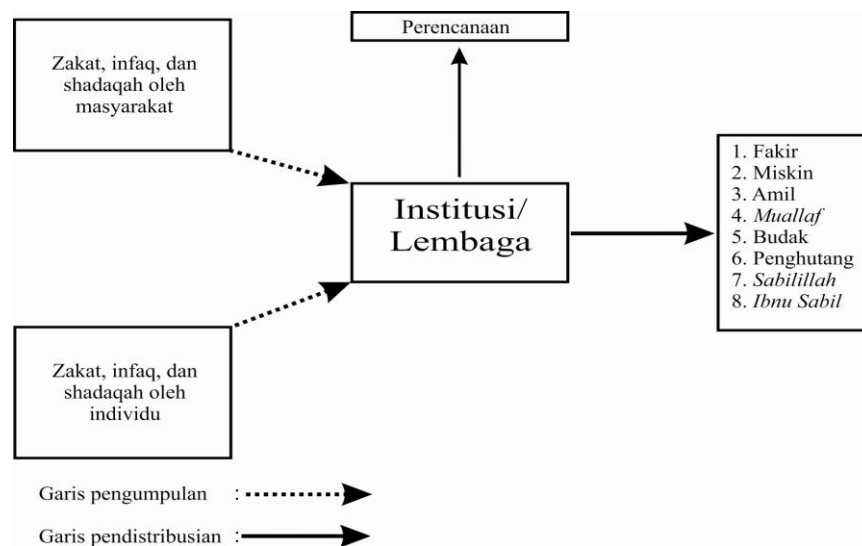
- 1) Untuk menjamin kepastian dan disiplin pembayar zakat.
- 2) Untuk menjaga perasaan rendah diri para *mustahiq* apabila berhadapan langsung untuk menerima zakat dari *muzakki*.
- 3) Untuk mencapai efektivitas dan efisiensi dan tepat sasaran dalam menggunakan harta zakat menurut skala prioritas yang ada pada suatu tempat.
- 4) Untuk memperlihatkan syiar Islam dalam semangat penyelenggaraan pemerintah yang Islami.²²

²¹ Karen Armstrong, *Sejarah Tuhan: Kisah 4000 Tahun Pencarian Tuhan dalam Agama-agama manusia*, (Bandung: Mizan, 2013), hal. 226

²² Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern...*, hal. 126

Dengan demikian, pengelolaan zakat akan efektif jika dikelola oleh lembaga dan ditambah lagi dengan infaq dan shadaqah, maka pengalihan (distribusi) kekayaan akan mampu mengentaskan kemiskinan. Bila zakat, infaq dan shadaqah mampu dikumpulkan, dikelola, dan didistribusikan sesuai dengan surat At-Taubah ayat 60 oleh lembaga maka *institutional building* akan mampu menjawab tantangan zaman.

Gambar 2.1
Model Pengumpulan, Perencanaan (Pengelolaan)
dan Pendistribusian Zakat, Infaq dan Shadaqah



c. Fungsi Lembaga Zakat

Fungsi lembaga zakat memiliki tujuan yang ingin dicapai, oleh sebab itu pemerintah mengatur tujuan pengelolaan zakat dalam Undang-undang No. 38 Tahun 1999 yakni:

- 1) Meningkatkan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan tuntutan agama.

- 2) Meningkatkan fungsi dan peranan pranata keagamaan dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial.
- 3) Meningkatkan hasil guna dan daya guna zakat.

Dalam Undang-undang No. 38 Tahun 1999, pengelolaan zakat disebutkan bahwa pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat. Sehingga lembaga zakat memiliki dua tugas pokok, yakni :

- 1) Fungsi pengumpulan zakat

Tugas amil zakat adalah melaksanakan pekerjaan pengumpulan zakat. Diantara tugasnya adalah melakukan sensus terhadap orang-orang yang wajib zakat (*muzakki*), jenis harta yang mereka miliki, besarnya harta yang wajib dizakati, kemudian menagihnya dari *muzakki* kemudian menyimpan dan menjaga untuk kemudian diserahkan kepada pengurus pembagi zakat.

- 2) Fungsi pembagian zakat

Petugas pembagi zakat harus menyerahkan zakat tepat pada sasaran dengan mengetahui dengan baik cara memilih *mustahiq* zakat, kemudian melakukan klasifikasi terhadap mereka dan menyatakan hak-hak mereka. juga menghitung jumlah kebutuhan mereka dan jumlah biaya yang cukup untuk

mereka. sehingga pembagian zakat sesuai dengan jumlah dan kondisi *mustahiq*.²³

d. Syarat Amil pada Lembaga Zakat

Syarat-syarat menjadi amil dalam lembaga zakat harus memenuhi sebagai berikut:

- 1) Beragama Islam. Zakat adalah salah satu urusan utama kaum muslimin yang termasuk rukun Islam (rukun Islam yang ketiga), karena itu sudah saatnya apabila urusan penting kaum muslimin ini harus di urusi oleh sesama muslim.
- 2) *Mukallaf* (dewasa) yang sehat akal fikirnya, kemudian harus bertanggung jawab dan mempertanggungjawabkan tugasnya.
- 3) Memiliki sifat amanah dan jujur, karena seorang amil mengurus amanat umat dan harus melakukan transparansi dalam menyampaikan laporan secara amanah sebagai implementasi pertanggungjawaban.
- 4) Seseorang yang harus mengerti dan memahami hukum-hukum zakat sampai pelaksanaannya.
- 5) Mampu melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya.
- 6) Memiliki kesungguhan dalam melaksanakan tugasnya dengan bekerja *full time* dan tidak asal-asalan atau pekerjaan sampingan.²⁴
- 7) Diutamakan laki-laki.²⁵

²³ Yusuf Qardawi, *Fiqhuz Zakat*, (Beirut: Muassasat ar-Risalah, 1973), hal. 581-582

²⁴ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern...*, hal. 127-129

e. Jenis Dana yang dihimpun oleh Lembaga Zakat

Lembaga zakat dalam aktivitas operasionalnya melakukan kegiatan penghimpunan Zakat, Infaq, maupun Shadaqah (ZIS) dan wakaf dan penyaluran kepada yang berhak. Kegiatan penghimpunan ZIS akan menjadi kebutuhan sebagai sumber pendapatan lembaga zakat, maka kelompok pendapatan lembaga zakat sebagai berikut:

- 1) Dana zakat. Zakat terdiri dari dua jenis, yaitu: zakat *maal* (harta) dan zakat fitrah (jiwa). Zakat wajib dikeluarkan oleh orang Islam dan merdeka.²⁵ Zakat *maal* wajib dikeluarkan oleh orang-orang yang memiliki harta atau kekayaan yang telah memenuhi syarat, seperti mencapai *nisab* (harta telah mencapai ukuran tertentu, misalnya hasil panen mencapai jumlah 653 kg, jika emas senilai 85 gram). Harta merupakan kepemilikan sempurna, *Al-milk At-Tam* yang berarti harta yang dikuasai secara penuh dan dimiliki secara sah, yang didapat dari usaha, bekerja, warisan, atau pemberian yang sah dan dimungkinkan untuk dipergunakan serta diambil manfaatnya. *An-namaa* adalah harta yang berkembang jika diusahakan atau memiliki potensi untuk berkembang, misalnya harta perdagangan. Harta harus mencukupi haul (berlaku waktu satu tahun). Sedangkan zakat fitrah wajib dikeluarkan oleh orang-orang yang mampu setiap bulan Ramadhan, maka hukumnya bagi setiap orang muslim,

²⁵ Syaikh Muhammad Abdul Malik Ar-Rahman, *Zakat 1001 Masalah dan Solusinya*, (Jakarta: Lintas Pustaka, 2003), hal. 32

²⁶ Sulaiman rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: CV. Sinar Baru, 1989), hal. 198

meskipun anak itu baru sehari lahir. Dan orang yang dikenai wajib zakat fitrah adalah mereka yang mempunyai kelebihan bahan makanan pokok, baik untuk dirinya atau keluarga yang telah menjadi tanggungannya pada malam hari raya fitrah. Jumlah yang dikeluarkan adalah sebanyak satu sha` untuk bahan makanan pokok yang dimakan sehari-hari, misalnya beras. Maka harus mengeluarkan zakat beras sebanyak 2,5 kg.²⁷ Jenis harta yang wajib dizakatkan menurut para ulama mazhab empat secara *ittifaq* mengatakan ada lima macam, yaitu:²⁸

- a) Binatang Ternak (unta, sapi, kerbau, kambing/domba).
- b) Emas dan perak.
- c) Perdagangan.
- d) Pertambangan dan harta temuan.
- e) Pertanian (gandum, korma, anggur).

Dalam perekonomian modern jika ada harta yang telah memenuhi lima syarat tersebut maka pemilik harta tersebut mengeluarkan zakat *maal*, zakat *maal* dalam perekonomian modern berupa:²⁹

- a) Zakat profesi.
- b) Zakat perusahaan (klinik kesehatan dan apotek).
- c) Zakat surat-surat berharga (saham dan obligasi).

²⁷ Imam Al-Ghazali, *Ringkasan Ihya` Ulumiddin*, (Surabaya: Gitamedia Press, 2003), hal. 73-74

²⁸ Asnaini, *Zakat produktif dalam Perspektif Hukum Islam...*, hal. 35

²⁹ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern...*, hal. 91-121

- d) Zakat perdagangan mata uang.
- e) Zakat hewan ternak yang diperdagangkan.
- f) Zakat madu dan produk hewani (sutra, dan susu).
- g) Zakat investasi properti.
- h) Zakat usaha tanaman anggrek, sarang burung walet, ikan hias, dan sektor modern lainnya yang sejenis.
- i) Zakat sektor rumah tangga modern.

Maksud dari sektor rumah tangga modern adalah asesoris rumah tangga yang mewah. Hal ini tercermin dari jumlah dan harga kendaraan yang dimiliki. Meskipun tidak ada batasan yang konkret, tetapi pola hidup tersebut dalam pandangan agama Islam disebut pola hidup *Israf* atau berlebih-lebihan yang dilarang. Hubungan dengan kewajiban zakat dan penggunaan barang-barang mewah adalah zakat tidak diberlakukan terhadap barang-barang keperluan hidup yang tidak mewah, sedangkan dalam kasus tabungan-tabungan yang diinvestasikan dalam kegiatan produktif, penghasilannya diseimbangkan dengan kewajiban membayar zakat. Namun, bila tabungan-tabungan tersebut ditukarkan dengan barang mewah, maka tabungan-tabungan tersebut dianggap timbunan yang digunakan, dan karena itu dikenakan zakat secara langsung. Contoh barang mewah yaitu: perlengkapan atau alat-alat rumah tangga yang dibuat dari emas ataupun dari perak.

- 2) Dana infaq dan shadaqah, dimana Allah SWT menganjurkan untuk berinfaq dan bershadaqah ketika memiliki kelebihan harta yang telah dizakati.
- 3) Dana wakaf. Wakaf adalah menahan sesuatu benda yang kekal zatnya dan memungkinkan untuk diambil manfaatnya guna diberikan di jalan kebaikan (sesuai dengan hukum Syara`³⁰).
- 4) Dana pengelola. Dana pengelola yang dimaksud disini adalah dana hak amil yang digunakan untuk membiayai operasional lembaga. Dana ini dapat bersumber dari:
 - a) Hak amil dari zakat yang dihimpun.
 - b) Bagian tertentu dari dana infaq dan shadaqah.
 - c) Sumber-sumber lain yang tidak bertentangan dengan syari`ah.³¹

f. Karakteristik dan Sifat Lembaga Zakat

Lembaga zakat adalah organisasi nirlaba yang memiliki karakteristik, yaitu:

- 1) Memiliki sumber daya baik dana maupun barang yang bersumber dari donatur yang dipercayakan pada badan amil zakat. *Muzakki* tidak mengharapkan keuntungan kembali secara materi dari organisasi pengelola zakat.
- 2) Memiliki produk jasa yang memberikan pelayanan kepada masyarakat. Jasa ini bukan untuk mendapatkan laba.

³⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), hal. 240

³¹ Gustin Juanda, *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2006), hal. 10

3) Kepemilikan organisasi pengelola zakat tidak seperti lazimnya pada organisasi bisnis. Biasanya terdapat pendiri, yaitu orang-orang yang bersepakat untuk mendirikan organisasi zakat. Pada hakikatnya organisasi pengelola zakat bukanlah milik pribadi, tetapi milik umat. Sebab sumber daya organisasi berasal dari umat.³²

Perbedaan karakteristik lembaga zakat dengan organisasi nirlaba lainnya, yaitu:

- 1) Terikat dengan prinsip-prinsip Syari`at Islam.
- 2) Sumber daya berasal dari zakat, infaq, sadaqah dan wakaf.
- 3) Memiliki Dewan Syari`ah dalam struktur organisasinya.³³

Sedangkan sifat yang harus dimiliki oleh badan amil zakat antara lain :

- 1) Independen, badan amil zakat tidak boleh memiliki ketergantungan kepada orang-orang tertentu atau lembaga lain.
- 2) Netral dalam menjalankan aktivitasnya lembaga harus berdiri atas semua golongan.
- 3) Tidak berpolitik, sehingga lembaga tidak terjebak dalam kegiatan politik praktis.
- 4) Tidak diskriminasi, dalam penyaluran dana zakat tidak boleh mendasarkan pada perbedaan golongan, tetapi menggunakan

³² *Ibid.*, hal. 9

³³ *Ibid.*, hal. 10

parameter yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan baik secara syaria`h maupun manajemen.³⁴

g. Kelembagaan Pengelola Zakat di Indonesia

Keberadaan lembaga pengelola zakat di Indonesia telah diatur oleh Undang-undang, yakni :

- 1) UU No. 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat.
- 2) Keputusan Menteri Agama N0. 581 tahun 1999 tentang pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999.
- 3) Keputusan Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No.D/291 Tahun 2000 tentang pedoman Teknis Pengelola Zakat.

Undang-undang No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat Bab III pasal 6 dan pasal 7 menyatakan bahwa lembaga pengelola zakat di Indonesia terdiri dari dua macam, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Badan Amil Zakat dibentuk oleh pemerintah, sedangkan Lembaga Amil Zakat didirikan oleh masyarakat,³⁵ yaitu:

1) Badan Amil Zakat

Badan Amil Zakat (BAZ) adalah organisasi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah dengan kepengurusan terdiri atas unsur masyarakat dan pemerintah.

2) Lembaga Amil Zakat

³⁴ Direktorat Pengembangan Zakat dan Wakaf Ditjen BIPH, *Pola Pembinaan Lembaga Pengelola Zakat di Indonesia*, (Jakarta: Depag RI, 2003), hal. 41

³⁵ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern...*, hal. 130

Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah institusi pengelola zakat yang sepenuhnya dibentuk oleh masyarakat yang bergerak di bidang da`wah, pendidikan, sosial atau kemaslaahan umat Islam. kemudian dikukuhkan, dibina dan dilindungi oleh pemerintah. Kegiatan LAZ adalah mengumpulkan, mendistribusikan, dan mendayagunakan dana Zakat, Infaq dan Shadaqah dari masyarakat untuk masyarakat.

Adapun susunan organisasi Badan Amil Zakat di Indonesia, yaitu :

- 1) Badan Amil Zakat terdiri atas Dewan Pertimbangan, Komisi Pengawas dan Badan pelaksana.
- 2) Dewan Pertimbangan sebagaimana dimaksud ayat (1) meliputi unsur ketua, sekretaris dan anggota.
- 3) Komisis Pengawas sebagaimana dimaksud ayat (1) meliputi unsur ketua, sekretaris dan anggota.
- 4) Badan Pelaksana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi unsur ketua, sekretaris, bagian keuangan, bagian pengumpulan, bagian pendistribusian dan pendayagunaan.
- 5) Anggota pengurus Badan Amil Zakat terdiri atas unsur masyarakat dan unsur pemerintah. Unsur masyarakat terdiri atas unsur ulama, kaum cendikia, tokoh masyarakat, tenaga profesional dan lembaga pendidikan yang terkait.

Badan Amil Zakat memiliki fungsi dan tugas pokok, yakni :

1) Dewan Pertimbangan

a) Fungsi

Memberikan pertimbangan, fatwa, saran dan rekomendasi kepada Badan Pelaksana dan Komisi Pengawas dalam pengelolaan Badan Amil Zakat, meliputi aspek syariah dan aspek manajerial.

b) Tugas pokok

(1) Memberikan garis-garis kebijakan umum Badan Amil Zakat.

(2) Mengesahkan rencana kerja dari Badan Pelaksana dan Komisi Pengawas.

(3) Mengeluarkan fatwa syariah baik diminta maupun tidak berkaitan dengan hukum zakat yang wajib diikuti oleh pengurus Badan Amil Zakat.

(4) Memberikan pertimbangan, saran dan rekomendasi kepada Badan Pelaksana dan Komisi Pengawas baik diminta maupun tidak.

(5) Memberikan persetujuan atas laporan tahunan hasil kerja badan pelaksana dan komisi pengawas.

(6) Menunjuk Akuntan Publik.

2) Komisi Pengawas

a) Fungsi

Sebagai pengawas internal lembaga atas operasional kegiatan yang dilaksanakan Badan Pelaksana.

b) Tugas Pokok

- (1) Mengawasi pelaksana rencana kerja yang telah disahkan.
- (2) Mengawasi pelaksanaan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan Dewan Pertimbangan.
- (3) Mengawasi operasional kegiatan yang dilaksanakan Badan Pelaksana, yang mencakup pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan.
- (4) Melakukan pemeriksaan operasional dan pemeriksaan syariah.

3) Badan Pelaksana

a) Fungsi

Sebagai pelaksana pengelolaan zakat.

b) Tugas pokok

- (1) Membuat rencana kerja.
- (2) Melaksanakan operasional pengelolaan zakat sesuai rencana kerja yang telah disahkan dan sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan.
- (3) Menyusun laporan tahunan.
- (4) Menyampaikan laporan pertanggungjawaban kepada pemerintah.

(5) Bertindak dan bertanggung jawab dan atas nama Badan Amil Zakat ke dalam maupun luar.³⁶

2. Tinjauan Zakat Profesi

Zaman sekarang ini pendapatan tidak hanya dari sektor pertanian, pertambangan dan perternakan, tetapi dari pekerjaan yang menghasilkan uang. Pekerjaan ini lebih menonjolkan keahlian profesi jika dibandingkan dengan peternakan dan pertanian yang masa silam menjadi mata pencarian utama. Pekerjaan di bagi menjadi dua macam dari sudut penghasilan uang. Pertama, pekerjaan yang dikerjakan sendiri tanpa bergantung kepada orang lain dan menggunakan keahlian profesional seperti: penghasilan seorang dokter, advokat, seminan, insiyur, penjahit dan tukang kayu. Sedangkan yang kedua merupakan pekerjaan yang dikerjakan oleh seseorang untuk pihak lain, baik pemerintah, perusahaan atau perorangan dengan memberikan upah. Sehingga penghasilan dari pekerjaan tersebut berupa gaji, upah atau honorarium.³⁷ Dalam kamus besar bahasa Indonesia dikatakan bahwa profesi merupakan pekerjaan yang dilandasi pendidikan keahlian (keterampilan, kejurusan dan lain

³⁶ *Ibid.* hal. 130-132

³⁷ Yusuf Qardawi, *Hukum Zakat: Studi Komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Al-Qur`an dan Hadits*, (Bogor: Pustaka Litera Nusantara, 1996), hal. 459

sebagainya) tertentu.³⁸ Sehingga profesi ini akan mendatangkan gaji, upah atau insentif yang sesuai dengan jenis profesi yang dikerjakan.³⁹

Apabila pendapatan profesi telah mencapai nisab, maka wajib dikeluarkan zakatnya. Hal ini berdasarkan firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 267 yakni:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا
فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”⁴⁰.

Menurut *fuqaha* (ahli hukum Islam) menetapkan adanya kewajiban mengeluarkan zakat profesi yang didasarkan pada kata *min thayyibat ma kasabtum* dengan diartikan penghasilan usaha profesi atau dari hasil jasa seseorang.⁴¹ Dapat juga diartikan hasil usaha yang baik segi kualitas dan cara memperolehnya. Sedangkan Abu Hanifah mengartikan kata *min*

³⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, (Balai Pustaka, 2005), hal. 1198

³⁹ M. Arief Mufraini, *Akuntansi Manajemen Zakat*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 78-79

⁴⁰ Depag RI, *Al-Qur`an dan Terjemahannya...*, hal. 45

⁴¹ Muhjadin, *Masail Fiqhiyah*, (Jakarta: Kalam Mulia, 1998), hal. 273

thayyibat ma kasabtum sebagai semua benda yang bernilai ekonomis harus dizakat.⁴²

Hadist Nabi yang diriwayatkan Al-Turmuzi, Rasulullah SAW bersabda: “*Siapa yang memiliki tambahan harta, maka tidak ada kewajiban zakat padanya sampai berlaku satu Tahun...*”. Kandungan hadist ini, adalah harta kekayaan yang diperoleh secara halal, wajib dikeluarkan zakatnya apabila telah mencapai nisab dan haul.⁴³

Kesimpulan dari ayat al-Qur`an dan hadits Nabi diatas, bahwa semua harta yang dimiliki dan semua penghasilan yang didapatkan jika telah memenuhi persyaratan wajib zakat. Maka harus dikeluarkan zakatnya termasuk zakat profesi. Penghasilan profesi merupakan sumber pendapatan yang tidak banyak dikenal di masa generasi terdahulu, oleh karna itu pendapatan ini tidak banyak dibahas, khususnya dalam “zakat”. Meskipun demikian, bukan berarti harta yang didapatkan dari hasil profesi terbebas dari zakat. Sebab zakat pada dasarnya adalah pungutan harta yang diambil dari orang-orang kaya untuk dibagikan kepada orang-orang miskin.

Zakat pendapatan profesi tidak wajib dikeluarkan zakatnya kecuali melampaui batas ketentuan nisab. Para ahli fiqih kontemporer berpendapat bahwa nisab zakat profesi diqiyaskan atau dianalogikan

⁴² Qadir Abdurarachman, *Zakat dalam Dimensi Mahdhah dan Sosial* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hal. 91

⁴³ *Ibid.* hal. 192

dengan nisab kategori aset wajib zakat keuangan, yaitu 85 gram emas atau 200 dirham perak dan syarat kepemilikannya telah sempurna masa haul. Sedangkan untuk pendapatan profesi para *fuqaha* berpendapat nisab zakat profesi diqiyaskan atau dianalogikan dengan zakat hasil perkebunan dan pertanian yaitu 750 Kg, beras (5 *sha`*) dari hasil benih pertanian dan dalam hal ini tidak disyaratkan kepemilikan satu tahun.⁴⁴

Menurut Didin Hafidhudin bahwa zakat profesi bisa dianalogikan pada dua hal cara sekaligus, yaitu zakat pertanian dan zakat emas. Dari sudut pandang nisab yang di analogikan pada zakat pertanian, yaitu sebesar 5 *ausaq* atau senilai 653 Kg padi atau gandum dan dikeluarkan pada saat menerimanya. Misalnya setiap bulan bagi karyawan yang menerima gaji bulanan langsung dikeluarkan zakatnya, maka sama seperti zakat pertanian yang dikeluarkan pada saat panen. Karena dianalogikan dengan zakat pertanian, maka zakat profesi tidak ada haul. Ketentuan waktu penyalurannya adalah pada saat menerima, seperti setiap bulan dapat didasarkan pada *urf* (tradisi) di sebuah negara. Penganalogian zakat profesi dengan zakat pertanian dilakukan karena kemiripan antara keduanya (*Al-Syabah*), jika hasil panen pada setiap musim berdiri sendiri tidak terkait dengan hasil sebelumnya, maka gaji dan upah yang diterima, tidak terkait antara penerimaan bulan kesatu, kedua dan seterusnya. Dari sudut pandang kadar zakat, dianalogikan pada zakat uang, karena memang gaji, upah atau honorarium pada umumnya

⁴⁴ Mufraini, *Akuntansi Manajemen Zakat*,..... hal. 80-81

diterima dalam bentuk uang. Oleh sebab itu kadar zakat adalah sebesar 2,5%.⁴⁵

Menurut Abdurrahman Hasan mengatakan bahwa, dalam zakat profesi nisabnya sekurang-kurangnya 5 *wasaq* atau 300 *sha`* yang meliputi 930 liter, maka kadar zakatnya juga dianalogikan kepada zakat pertanian yang mendapatkan pengairan dari petani (bukan tadah hujan), yakni 5%. Sedangkan pendapat kebanyakan Ulama Indonesia mengatakan bahwa nisab zakat profesi adalah seharga dengan 93,6 gram emas murni, yaitu dihitung dalam satuan tahun lalu dikeluarkan zakatnya 2,5%. Analogi ini merupakan dari zakat mata uang yang sudah ada ketentuannya dalam hadits. Pendapat kedua inilah yang cocok diterapkan untuk zakat profesi di Indonesia. sebab objek zakat profesi adalah gaji atau upah, maka dianalogikan dengan mata uang.⁴⁶

3. Konsep Manajemen Strategi Pengumpulan Dana ZIS

Strategi menurut Malayu S.P Hasibuan merupakan penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif dan dalam waktu yang relatif singkat serta tepat menuju tercapainya tujuan ditetapkan.⁴⁷ Sedangkan manajemen strategi adalah ilmu tentang perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya.

⁴⁵ Didin Hafidhudin, *Zakat dalam Perekonomian Modern....*, hal. 97-98

⁴⁶ Muhjadin, *Masail Fiqhiyah....*, hal. 273-274

⁴⁷ malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: bumi Aksara, 2009), edisi revisi, hal. 102

Hadari Nawawi mengatakan bahwa manajemen strategi adalah perencanaan berkala besar (perencanaan strategis) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi) yang ditetapkan sebagai keputusan manajemen puncak (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (misi), dalam usaha menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang atau jasa serta pelayanan) yang berkualitas, dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (tujuan strategi) dan berbagai sasaran (tujuan operasional) organisasi.⁴⁸

Manajemen strategi merupakan sistem kesatuan yang memiliki berbagai komponen yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi dan bergerak secara serentak ke arah yang sama. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Manajemen strategi diwujudkan dalam bentuk perencanaan skala besar dalam arti mencakup seluruh komponen di lingkungan sebuah organisasi yang dituangkan dalam bentuk rencana strategi yang dijabarkan menjadi perencanaan operasional, kemudian dijabarkan dalam program kerja dan proyek tahunan.
- b. Rencana strategi berorientasi pada jangkauan masa depan, untuk organisasi profit kurang lebih sampai 10 tahun mendatang,

⁴⁸ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2003), hal. 149

- sedangkan untuk organisasi non profit khususnya di bidang pemerintahan untuk satu generasi, kurang lebih sampai 25-30 tahun.
- c. Visi, misi, pemilihan strategi yang menghasilkan strategi induk dan tujuan organisasi untuk jangka panjang merupakan acuan dalam merumuskan rencana strategi, namun teknik penempatannya sebagai keputusan manajemen puncak secara tertulis semua acuan tersebut.
 - d. Rencana strategi dijabarkan menjadi rencana operasional yang antara lain berisi program-program operasional termasuk proyek-proyek, dengan sasaran jangka sedang serta menjadi keputusan manajemen puncak.
 - e. Penetapan rencana strategi dan rencana operasional harus melibatkan manajemen puncak karena sifatnya sangat mendasar atau prinsipil dalam melaksanakan seluruh misi operasional untuk mewujudkan, mempertahankan dan mengembangkan eksistensi jangka sedang termasuk jangka panjangnya.
 - f. Implementasi strategi dalam program-program termasuk proyek-proyek untuk mencapai sarannya masing-masing dilakukan melalui fungsi-fungsi manajemen yang mencakup pengorganisasian, pelaksanaan, penganggaran dan kontrol.⁴⁹

Fungsi manajemen strategis adalah sebagai berikut:

- a. Dapat mengurangi ketidakpastian dan masalah yang kompleks dalam menyusun perencanaan sebagai fungsi manajemen dan proses

⁴⁹ *Ibid.*, hal. 151-152

pekerjaan dengan menggunakan semua sumber daya yang ada secara nyata dimiliki melalui proses yang terintegrasi dengan fungsi manajemen lainnya serta dapat dinilai hasilnya berdasarkan tujuan organisasi.

- b. Sebagai paradigma baru di lingkungan organisasi non profit, dapat mendorong perilaku proaktif semua pihak untuk ikut serta sesuai posisi wewenang dan tanggungjawab masing-masing.
- c. Sebagai sarana dalam berkomunikasi gagasan, kreatifitas, prakarsa, inovasi dan informasi baru serta cara merespon perubahan dan perkembangan lingkungan operasional pada semua pihak sesuai dengan wewenang dan tanggungjawabnya.⁵⁰

Dalam proses manajemen strategi terdapat tahap-tahap manajemen strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu:

- a. Perumusan strategi, kegiatan ini mengembangkan visi dan misi organisasi, mengaktifkan peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat strategi alternatif untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.
- b. Pelaksanaan strategi merupakan tahap tindakan dalam manajemen strategi. Pelaksanaan strategi mengharuskan organisasi untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi

⁵⁰ *Ibid.*, hal. 183-184

karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategi dapat dilaksanakan. Pelaksanaan strategi mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.

c. Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategi. Tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah:

- 1) Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadikan landasan perumusan strategi yang ditetapkan.
- 2) Mengukur kinerja.
- 3) Melakukan tindakan-tindakan korektif.

Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan jaminan keberhasilan esok hari.⁵¹

Alat analisis strategis dalam manajemen strategis salah satunya menggunakan analisis SWOT dalam proses pengambilan keputusan. Tujuannya adalah untuk menyusun strategi sehingga sesuai dengan visi, misi, sasaran serta kebijakan organisasi. Analisis SWOT adalah identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi lembaga. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat

⁵¹ Fred R. Daft, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), edisi 9, hal. 6-7

meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman(*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis organisasi (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi.⁵²

Kinerja organisasi dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. definisi dan ruang lingkup akan dijelaskan di bawah ini dan elemen-elemen analisis SWOT tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komperatif bagi perusahaan di pasar. Ruang lingkupnya meliputi faktor sumber daya manusia organisasi, keterampilan, modal dan faktor perlengkapan seperti lokasi, sistem informasi dan lainnya.

⁵² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), Cet Ke-7, hal. 18-19

- b. Kelemahan adalah keterbatasan baik dalam faktor SDM, faktor sumber daya organisasi dan faktor perlengkapan seperti yang dijelaskan pada elemen kekuatan diatas.
- c. Peluang adalah sebagai situasi yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ruang lingkupnya meliputi faktor lingkungan makro dan lingkungan industri meliputi identifikasi segmen pasar, perubahan situasi ekonomi, investasi teknologi dan meningkatnya kehidupan masyarakat.
- d. Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan meliputi masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, globalisasi ekonomi dunia.

Fungsi analisis SWOT adalah menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta melakukan telaah terhadap kondisi internal dan analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi melalui telaah terhadap kondisi eksternal. Sedangkan manfaat dari analisis SWOT adalah strategi bagi para *stakeholder* untuk menetapkan sasaran saat ini atau ke depan terhadap kualitas internal maupun eksternal.

Perencanaan yang baik adalah perencanaan yang menggunakan metode pengujian analisis SWOT yang diuraikan dalam metric SWOT yang dikembangkan oleh Kearns (1992),⁵³ sebagai berikut:

⁵³ Muhammad Ismail Yusanto. *Mengagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Perss, 2002), Cet Ke-1, hal. 67

Tabel 2.2.
MATRIK SWOT

IFAS → ↓ EFAS	Strength (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
Opportunities (peluang)	Strategi SO (agresif)	Staretegi WO (turn-around)
Threaths (ancaman)	Strategi ST (diversifikasi)	Strategi WT (defensive)

IFAS adalah *internal strategic factors analysis summary*, yaitu faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan dan EFAS adalah *eksternal strategic analiysis summary*, yaitu faktor-faktor strategis eksternal suatu perusahaan, keduanya dibandingkan dan menghasilkan alternatifif startegi (SO, ST, WO dan WT) pada kuadran 1-4, yaitu: pertama, situasi yang sangat menguntungkan. Organisasi tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.⁵⁴

Kedua, situasi menghadapi ancaman, organisasi ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Ketiga, organisasi menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi di lain pihak, ia

⁵⁴ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis...*, hal. 35

menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Keempat, organisasi menghadapi situasi yang tidak menguntungkan, organisasi tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Manajemen strategi dapat diterapkan dalam lembaga *nonprofit* (yang sasaran utamanya adalah *service* bukan *profit*) seperti lembaga zakat. Implementasi manajemen strategi dalam lembaga zakat mencakup perencanaan, pengumpulan, pendayagunaan dan pengendalian. Dengan demikian, manajemen keuangan pun bertugas membuat perencanaan kegiatan dan anggaran, menentukan kebijakan umum dan menyusun petunjuk teknis pengelolaan zakat, serta melakukan pengendalian atas penghimpunan, penyaluran dan saldo dana.⁵⁵ Selain itu lembaga zakat harus mempunyai rencana kerja yang disusun berdasarkan kondisi lapangan dan kemampuan sumber daya lembaga. Dengan dimilikinya rencana kerja, maka aktifitas organisasi akan terarah.

Apabila kinerja yang baik seperti yang diharapkan telah tercapai, sebagaimana lazimnya organisasi lain, lembaga zakat perlu mengupayakan target yang lebih besar lagi. Masih ada tugas yang harus diemban yaitu mengupayakan dan mengembangkan perbaikan terus-menerus, khususnya kualitas pelayanan dan cara kerja. Hal ini harus timbul dari kesadaran bahwa segala sesuatu terus mengalami perubahan,

⁵⁵ Muhamad, *Manajemen Keuangan Syariah Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), hal. 2

dan perubahan itu perlu dicermati dampak positif terhadap kinerja organisasi. Lembaga zakat memerlukan fungsi penelitian dan pengembangan sebagai pusat menentukan cara kerja termasuk upaya peningkatan kualitas pelayanan dan standar hasil kerja termasuk perolehan dana zakat dan program pemberdayaan umat. Apa pun keberhasilan yang dicapai fungsi penelitian dan pengembangan perlu pula dipublikasikan melalui media iklan dengan tujuan memperbesar kepercayaan para *muzakki* dan sekaligus menyakinkan kinerja pengembangan program pemberdayaan umat.⁵⁶

Dengan menggunakan fungsi manajemen tersebut, maka pengumpulan zakat dapat dilakukan dilakukan dengan manajemen startegi. Strategi dalam penelitian ini adalah penentuan cara yang dilakukan dalam kegiatan untuk memperoleh hasil yang optimal sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pada dasarnya strategi adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif dan waktu yang singkat serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.⁵⁷

Strategi pengumpulan dana Zakat, Infaq dan Shadaqah harus secara terprogram dan terencana, termasuk ditentukan jadwalnya dengan jelas, dan tetap berlandaskan untuk beribadah kepada Allah secara ikhlas. Untuk meningkatkan pengumpulan dana ZIS, terdapat tiga unsur penting yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan konsep strategi pengumpulan

⁵⁶ Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern (Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat...*, hal. 65-66

⁵⁷ Malayu, S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah...*, hal.102

dana ZIS, yakni: strategi kinerja, strategi pengumpulan dana zakat, strategi pemasaran (*marketing*), yakni:

a. Strategi Kinerja

Strategi kinerja lembaga merupakan strategi yang digunakan untuk mendefinisikan identitas dan kepribadian lembaga zakat sehingga mampu merebut posisi di benak para *muzakki*. Hal-hal yang dibahas dalam strategi ini, bagaimana membangun kepercayaan, kredibilitas dan keyakinan *muzakki* kepada lembaga zakat.⁵⁸

Strategi ini tidak akan berhasil jika tidak diimbangi oleh etos kerja. Sehingga amal zakat harus memiliki etos kerja dapat menunjang keberhasilan strategi ini. Islam telah memberikan nilai-nilai etos kerja yang dapat mendorong dan suksesnya lembaga yakni: *ihsan* (usaha individu untuk sungguh-sungguh bekerja tanpa kenal menyerah dengan didekasi penuh menuju pada optimalisasi), *itqan* (teliti dan teratur), hemat, kejujuran, keadilan, bekerja keras,⁵⁹ *Al-Shalah* (baik dan bermanfaat), *tanafus dan ta`awun* (kerja keras dan optimal) serta mencermati waktu.⁶⁰

Indikator kinerja suatu lembaga zakat dapat dinilai dari beberapa segi, antara lain:

1) Kualitas Pelayanan

⁵⁸ Muhammad Syakir Sula, *Syari`ah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hal. 173

⁵⁹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen, Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 205-207

⁶⁰ Didin Hafidhuddin dan hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), hal. 40-41

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan lembaga zakat untuk menjaga kepuasan *muzakki*. Memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan kualitas sebaik mungkin dan memenuhi standar kerja akan menjadi tujuan strategi ini.

Implementasi pelayanan dapat digambarkan dengan melalui sikap, cara bicara, bahasa tubuh (*body language*) yang bersifat simpatik, lembut, sopan, hormat dan penuh kasih sayang.⁶¹ Lembaga harus menyadari bahwa kepuasan *muzakki* adalah segalanya, untuk itu lembaga juga harus memperhatikan karyawan dengan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, rasa aman, manusiawi dan menumbuhkan motivasi.⁶²

2) Responsivitas

Responsivitas merupakan usaha lembaga zakat dalam menampung aspirasi/keluhan pengguna layanan zakat. Tingkat responsivitas juga berkaitan dengan usaha tindak lanjut aspirasi/keluhan untuk memperbaiki penyelenggaraan layanan zakat di masa kini dan akan datang.⁶³

Persepsi *muzakki* terhadap nilai responsivitas yang diberikan oleh lembaga merupakan dasar usaha peningkatan

⁶¹ Muhammad Syakir Sula, *Syari`ah Marketing...*, hal. 183

⁶² Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2002), hal.

⁶³ Abdul Ghafur Anshori, *Hukum dan Pemberdayaan Zakat: Upaya Sinergis Wajib Zakat dan Pajak di Indonesia*, (Yogyakarta: Pilar Media, 2006), hal. 115

kinerja lembaga. Faktor-faktor yang mampu meningkatkan nilai responsivitas lembaga untuk kepuasan *muzakki* antara lain:⁶⁴

- a) Mempercepat palayanan,
- b) Pelatihan karyawan agar lebih cekatan dan tepat dalam pengambilan keputusan,
- c) Komputerisasi dokumen,
- d) Penyerderhanaan sistem dan prosedur,
- e) Pelayanan terpadu,
- f) Peyerderhanaan birokrasi, dan
- g) Mengurangi pemusatan keputusan.

3) Profesionalitas

Profesionalitas adalah kemampuan yang merupakan perpaduan antara pengetahuan, keterampilan dan sikap seorang amil dalam mengemban suatu tugas tertentu dan dilaksanakan secara penuh waktu, krativitas dan inovasi.⁶⁵ Profesionalitas lembaga meliputi unsur-unsur antara lain:⁶⁶

- a) Kerapian pengelolaan organisasi dan lembaga,
- b) Kesepakatan struktur organisasi dalam kegiatan yang dijalankan,
- c) Kepakaran dalam menangani kegiatan usaha yang dijalankan,

⁶⁴ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas produk dan Jasa...*, hal. 32-33

⁶⁵ Direktorat Pengembangan Zakat dan Wakaf Ditjen BIPH, *Pola Pembinaan Lembaga Pengelola Zakat di Indonesia...*, hal. 39

⁶⁶ Syafi`i Antonio, *Bank Syari`ah: Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2002), hal.101-102

- d) Ketersediaan sistem dan mekanisme kerja lembaga,
- e) Kesigapan dalam menangani dan menanggapi *muzakki*, dan
- f) Ketersediaan prasarana pendukung kegiatan.

Profesionalitas lembaga juga dapat dilihat dari tingkat tanggung jawab lembaga. Tanggung jawab merupakan usaha lembaga zakat dalam menerapkan petunjuk teknis yang telah dibuat oleh pengurus dalam operasionalnya sesuai dengan ketentuan yang ada dalam undang-undang pengelolaan zakat maupun peraturan pelaksanaannya.⁶⁷

4) Akuntabilitas

Akuntabilitas menyangkut usaha pelaporan pengelolaan zakat setiap kepada para pembayar zakat melalui instansi masing-masing yang melibatkan auditor internal dan eksternal yang independen serta disampaikan masyarakat sebagai bentuk transparansi lembaga zakat kepada masyarakat.⁶⁸

Akuntabilitas pada lembaga zakat merupakan kewajiban lembaga zakat sebagai bukti pertanggungjawaban. Dalam hal ini akuntabilitas harus mengupayakan perlindungan kepentingan masyarakat dengan menekankan pada pertanggungjawaban untuk menjaga nilai kebenaran dan keadilan.⁶⁹

⁶⁷ Abdul Ghafur Anshori, *Hukum dan Pemberdayaan Zakat: Upaya Sinergis Wajib Zakat dan Pajak ...*, hal. 116

⁶⁸ *Ibid*, hal. 117

⁶⁹ Muhammad, *Prinsip-prinsip Akuntansi dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hal. 70

b. Strategi Pengumpulan Dana ZIS

Menurut Abu Bakar dan Muhammad, ada empat tahap dalam strategi pengumpulan dana ZIS, yaitu sebagai berikut:⁷⁰

1) Penentuan segmen dan target *muzakki*

Penentuan segmen dan target *muzakki* dimaksudkan untuk memudahkan amil melaksanakan tugas pengumpulan zakat. Amil tidak langsung terlibat pada proses pengumpulan zakat tanpa mengetahui peta *muzakki* secara jelas. Pemetaan potensi zakat dari kalangan *muzakki* mensyaratkan adanya data dan informasi menyeluruh tentang umat Islam dari aspek sosial, ekonomi, pendidikan, budaya dan geografi. Aspek-aspek tersebut diperlukan karena membantu proses pelaksanaan sosialisasi pemahaman tentang kewajiban zakat dan dampaknya terhadap proses transformasi sosial ekonomi umat.

2) Penyiapan sumber daya dan sistem operasi

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

- a) Menyusun dan membenahi sumber daya manusia yang memiliki moral dan kompetensi yang tepat.
- b) Memilih pengurus-pengurus organisasi zakat yang memiliki komitmen dan kompetensi untuk mengembangkan

⁷⁰ Abu Bakar dan Muhammad, *Manajemen Organisasi Zakat*, (Malang: Madani, 2011), hal.

organisasi zakat utamanya dalam pengelola dan mensolialisasikan visi dan misi lembaga zakat.

- c) Membangun sistem dan prosedur yang baik, hal tersebut dapat mendukung terpenuhinya standarisasi operasional, menghindari penyimpangan dan membuat dokumentasi dengan baik.
- d) Mengadakan pelatihan bagi pengurus lembaga zakat.

3) Membangun sistem komunikasi

Pembangunan sistem komunikasi harus menekankan pada pembangunan *database*, yaitu mereka yang memenuhi kriteria sebagai *muzakki* utama akan menjadi sasaran kegiatan komunikasi. Membangun sistem komunikasi permanen yang memungkinkan masyarakat mengetahui apa yang dilakukan oleh lembaga zakat secara utuh dapat dilakukan dengan cara, yaitu:

- a) Membuat atau memilih media yang tepat untuk mengkomunikasikan secara efektif dan efisien, seperti buletin lembaga yang lebih representatif dan lengkap agar memuat informasi yang lebih banyak.
- b) Melakukan proses komunikasi secara tepat dan teratur, seperti: komunikasi mingguan dan komunikasi bulanan yang biasanya dikemas seperti pengajian atau jama`ah yasin.
- c) Melakukan kerjasama dengan media masa, baik koran dan televisi lokal maupun nasional.

4) Menyusun dan melakukan sistem pelayanan

Menyusun dan melakukan sistem pelayanan dilakukan dengan tetap mengacu pada segmen dan target *muzakki* utama, sehingga dapat di susun bentuk pelayanan yang lebih tepat untuk mereka. pelayanan tersebut antara lain:

- a) Pelayanan secara individu di mana individu yang bersangkutan membayar ZIS melalui via ATM.
- b) Pelayanan melalui pelayanan jemput bayar ZIS.
- c) Memberikan pelayanan penghitungan zakat bagi *muzakki*.⁷¹
- d) Mengoptimalkan pelayanan zakat dengan menambah jumlah karyawan lembaga zakat yang efektif dan efisien, antara lain:⁷²
 - (1) Mengangkat para pegawai dari warga setempat dengan pertimbangan penyesuaian gaji dengan kondisi daerah.
 - (2) Menerima tenaga-tenaga sukarelawan yang ingin bekerja sukarela semata-mata karena Allah SWT.

c. Strategi Pemasaran (*Marketing*)

Pemasaran merupakan bagian tak terpisahkan dari kegiatan lembaga zakat. Pemasaran merupakan kegiatan mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang dan mendapatkan laba jika *profit oriented*. Sedangkan menurut William J. Stanton menyatakan

⁷¹ Arif Mufraini, *Akuntansi dan Manajemen Zakat: Mengkomunikasikan Kesadaran dan Membangun Jaringan*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 54-55

⁷² Yusuf Qardawi, *kiat Sukses Mengelola Zakat*, Terj. Asmuni Solihan Zamakhsyari, (Jakarta: Media Da`wah, 1997), hal. 50-55

pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.⁷³

Meninjau pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, maka penerapan pemasaran dapat dilaksanakan di lembaga zakat. Layaknya sebuah perusahaan *profit oriented*, lembaga zakat juga harus memiliki tim pemasaran yang handal, kreatif, inovatif, *powerful* dan mampu melakukan terobosan, agar sesuai dengan fungsinya, yakni melakukan proses penggalangan dana ZIS. *Target marketing* adalah mendapatkan *muzakki* baru demi keberlangsungan lembaga, namun *marketing* tidak boleh hanya mengincar materi *muzakki*, tapi harus memberikan pelayanan yang bermanfaat kepada *muzakki* dan juga lembaga zakat. Dalam pembahasan ini terdapat tiga hal yang menjadi target dari strategi pemasaran pada lembaga zakat, yaitu:

- 1) Membangun komunikasi dan motivasi

Membangun komunikasi adalah penyampain informasi yang tepat tentang zakat, komunikasi harus diarahkan kepada konsep strategi dan membangun gerakan sadar zakat serta melakukan pembinaan motivasi berzakat pada jaringan

⁷³ Basu Swastha DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2005), hal. 5

masyarakat. Secara umum tujuan motivasi zakat kepada masyarakat, antara lain:⁷⁴

- a) Memberikan pengertian yang tepat tentang zakat.
- b) Memberikan apresiasi zakat yang terorganisir.
- c) Mengundang partisipasi semua elemen masyarakat.
- d) Menumbuhkan kegairahan masyarakat atau rasa senang dan ikut membantu dalam pelaksanaan zakat.

Terdapat beberapa teknik untuk melaksanakan motivasi zakat, anantara lain:⁷⁵

- a) Motivasi tatap muka, motivasi ini dilakukan dengan berhadapan dengan kelompok masyarakat, seperti: ceramah, pidato dan diskusi atau seminar.
- b) Motivasi percontohan, motivasi yang dilakukan dengan memberikan contoh dan praktek sistem zakat terpadu dilaksanakan dengan baik dari segi administrasi pemungutan, pencatatan, penyimpanan, perencanaan, pendayagunaan, pengorganisasian dan pemanfaatannya.
- c) Pembinaan peran serta, dimana pelaksanaannya meminta bantuan kepada tokoh masyarakat dan tokoh agama untuk melakukan pengorganisasian pada masyarakat atau kelompok tertentu. Pendekatannya bisa dilaksanakan dengan cara

⁷⁴ Direktorat urusan Agama Islam Ditjen BIPH, *Motivasi Zakat*, (Jakarta: Depag RI, 1994), hal. 7-8

⁷⁵ *Ibid.*, hal. 9-14

silaturahmi atau rapat bersama untuk membicarakan mengenai pengorganisasian zakat.

- d) Pendekatan pada lembaga pendidikan, dimana pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan kader-kader bangsa sebagai amil zakat dengan memberikan pelatihan praktis tentang pengelolaan zakat di lembaga pendidikan sebagai investasi jangka panjang.
- e) Pendayagunaan media massa dan seni budaya, kedua item ini berfungsi untuk menyampaikan kesadaran berzakat kepada masyarakat.

2) Penetapan lokasi

Penentuan lokasi lembaga merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Lembaga yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan masyarakat dalam berurusan dengan lembaga. Dalam prakteknya jenis-jenis kantor lembaga antara lain: kantor pusat, kantor wilayah, kantor cabang penuh, kantor cabang pembantu, dan kantor kas.⁷⁶

Menetapkan lokasi memiliki dua faktor yang menjadi pertimbangan yakni:⁷⁷

- a) Faktor primer melingkupi pemilihan lokasi lembaga antara lain: dekat dengan pasar dan perumahan, tersedianya tenaga baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan, terdapat

⁷⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 164-165

⁷⁷ *Ibid.*, hal. 167-168

fasilitas pengangkutan, tersedia sarana dan prasarana seperti telepon dan listrik, serta sikap masyarakat. Sedangkan,

b) Faktor sekunder melingkupi pemilihan lokasi lembaga antara lain: biaya investasi di lokasi seperti pembelian tanah atau gedung, prospek perkembangan harga tanah atau gedung atau perumahan, kemungkinan untuk perluasan lokasi, terdapat fasilitas penunjang seperti pusat perbelanjaan atau perumahan serta masalah pajak dan peraturan yang lain. Selain penentuan lokasi, pengaturan *layout* (tata letak) gedung juga perlu diperhatikan untuk mempermudah masyarakat memperoleh kenyamanan dan keamanan dalam berhubungan dengan lembaga. Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk *layout* gedung antara lain:⁷⁸

- (1) Bentuk gedung yang memberikan kesan bonafid.
- (2) Lokasi parkir luas dan aman.
- (3) Keamanan di sekitar gedung.
- (4) Tersedianya tempat ibadah.
- (5) Tersedianya fasilitas umum.

3) Mengenalkan Lembaga kepada Masyarakat (Promosi)

Pengetahuan lembaga zakat tentang keinginan, kebutuhan, aspirasi dan perilaku *muzakki* akan membuat lembaga mampu menentukan *positioning* lembaga terhadap

⁷⁸ *Ibid.*, hal. 170

publik, sehingga lembaga dapat mengembangkan strategi penyampaian pesan secara efektif. Hal ini menjadi bagian dari promosi kepada masyarakat dengan menggunakan teknologi informasi untuk membangun *network organizations* dan kerjasama dengan lembaga lain.

Network Organizations adalah usaha kooperatif antara dua atau lebih organisasi dalam pencapaian penyatuan kelengkapan sumber daya (*resources*), meningkatkan produktifitas lembaga, dan sebagai pembelajaran antara lembaga.⁷⁹ Membangun *network organizations* untuk implementasi sistem informasi dapat dilakukan melalui cara sebagai berikut:⁸⁰

- a) Periklanan, iklan dapat menjadi media pengirim pesan atau komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi publik. Dalam pengembangan program periklanan langkah pertama adalah mengidentifikasi pasar, sasaran dan motif. Selanjutnya menetapkan lima keputusan pokok yaitu:⁸¹
 - (1) *Mission*, menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan.
 - (2) *Money*, yaitu jumlah anggaran iklan yang ditetapkan.

⁷⁹ Arif Mufriani, *Akuntansi dan Manajemen Zakat: Mengkomunikasikan Kesadaran dan Membangun ...*, hal. 140

⁸⁰ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hal. 101

⁸¹ Fendy Tjiptono, Gregorius chandra dan Dedi Adriana, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), hal. 521-523

- (3) *Message*, yaitu perancangan, pemilihan dan pengekseskusion pesan yang disampaikan kepada audies sasaran.
- (4) *Media*, yaitu keputusan mengenai pemilihan media iklan yang digunakan.
- (5) *Mengukur* dampak komunikasi dan dampak penjualan.
- b) *Sponsorship* memiliki kemampuan dalam penyampaian sejumlah bidang komunikasi. Kemasan yang tepat dapat menciptakan atau memperkuat kesadaran akan nama yang tinggi. *Sponsorship* bisa dilakukan dengan berpartisipasi dalam *event* yang berpeluang dalam penjualan ruang sponsor, buku panduan zakat dan kendaraan operasional.
- c) Pameran dan seminar. Pameran merupakan peristiwa yang dihadiri oleh berbagai kalangan yang dirancang agar dapat diketahui oleh masyarakat, tujuan dari pameran untuk memperkenalkan program-program yang dimiliki lembaga zakat kepada masyarakat luas. Sedangkan seminar diselenggarakan sebagai *event* yang bersifat pribadi dan dilaksanakan untuk kepentingan lembaga. Dampaknya adalah *positioning* lembaga dari seminar ini.
- d) Memanfaatkan moment dan media. Ramadhan merupakan moment yang tepat untuk mendongkrak perolehan dana ZIS dan menggunakan media yang tepat untuk mempermudah

komunikasi, seperti: *Blackberry Massager* dengan kemampuan pengiriman pesan siaran keseluruhan kontak yang ada.

e) Presentasi dan *marketing tools*. Presentasi selayaknya lembaga bisnis juga perlu dilakukan oleh lembaga zakat kepada individu, kelompok, perusahaan serta lembaga bisnis untuk menjadi target penyampaian komunikasi program unggulan sehingga akan membangun kepercayaan. Tim *marketing tools* merupakan kekuatan dalam penggalangan dana di lembaga zakat. Sehingga tim *marketing tools* harus handal, kreatif, inovatif, *powerful* dan mampu melakukan trobosan.

4. Metode Pengumpulan Dana ZIS

Fundraiser harus memiliki metode pengumpulan dana ZIS. Metode atau cara yang dilakukan oleh lembaga dalam rangka penggalangan dana dari masyarakat. *Fundraiser* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi *muzakki*. Metode penggalangan dana ZIS dapat dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) yaitu menurut Miftahul Huda, adalah:

a. Metode *Fundraising* Langsung (*Direct Fundraising*)

Yang dimaksud dengan metode ini adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi *muzakki* secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk

pengumpulan dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon *muzakki* bisa seketika (langsung) dilakukan. Dengan metode ini apabila dalam diri *muzakki* muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari *fundraiser* lembaga, maka segera dapat melakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia.

Yakni dengan cara:

- 1) Dilakukan ditempat kerja, *fundraiser* akan langsung bertemu.
- 2) Metode door to door, yakni kegiatan personal dengan langsung datang rumah ke rumah, dimana seorang *fundraiser* dari lembaga pengelola zakat menawarkan jasa langsung kepada *muzakki*.
- 3) Direct mail atau surat langsung, merupakan bentuk penggalangan dana paling mudah dan sederhana, dimana seorang *fundraiser* dari lembaga pengelola zakat menawarkan jasa melalui pesan surat menyurat.

b. Metode *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect fundraising*)

Metode ini adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi *muzakki* secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon *muzakki* seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi donasi pada saat itu. Sebagai

contoh dari metode ini adalah: penyelenggaraan event atau kegiatan amal, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi, mediasi para tokoh,⁸² dan promosi media massa.

Menurut Indriyo Gitosudarmo dalam buku Manajemen Pemasaran, menjelaskan bahwa metode penjualan tidak langsung dapat juga dilakukan dengan promosi media massa.⁸³ Promosi media massa digunakan untuk membangun kesadaran *muzakki* terkait zakat baik berkaitan dengan hukum Islam maupun berkaitan dengan yang lain. Media massa saat ini dekat dengan kehidupan calon *muzakki*, seperti: radio, koran, televisi dan media sosial.

B. Penelitian Terdahulu

Penelusuran penelitian terdahulu menjadi awal pemikiran peneliti untuk menyusun skripsi melalui penelusuran topik-topik permasalahan yang sama dengan penelitian yang sama dengan peneliti.

Penelitian yang berkaitan dengan pengumpulan zakat antara lain yang dilakukan oleh Fifin Kurniawati dengan judul “*Strategi Pengumpulan Zakat, Infaq dan Shadaqah di Lembaga Amil Zakat Nasional Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid Yogyakarta*”. Dalam penelitian ini dijelaskan pengumpulan dana ZIS (zakat, infaq dan shadaqah) di Lembaga Amil Zakat Nasional

⁸² Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), hal. 36-37

⁸³ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 240

Dompot Peduli Umat dilaksanakan berdasarkan teori Abu Bakar dan Muhammad yakni dan dilaksanakan dengan baik oleh lembaga tersebut.⁸⁴

Penelitian lainnya oleh Ikhwanul Hakim dengan judul “*Strategi Penggalangan Dana Zakat Profesi Badan Amil Zakat Daerah (BAZDA) Kabupaten Serang Banten*”. Penelitian ini berfokus pada cara menghimpun zakat profesi dengan menggunakan strategi kunjungan kerja ke Dinas Se-Kabupaten, pemanfaatan media dan menerbitkan buku dalam rangka mendukung kesadaran berzakat untuk optimalisasi penyerapan dana zakat.⁸⁵

Penelitian selanjutnya oleh Dewi Mayang Sari dengan judul “*Kajian Strategi Fundraising BAZIS Provinsi DKI Jakarta Terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana ZIS*”. Dalam pengumpulan dana ZIS, lembaga ini menggunakan strategi *Fundraising* dan memberikan keuntungan kepada *muzakki* dan *mustahiq*. Sedangkan BAZIS DKI Jakarta memiliki nilai strategis bagi masyarakat Jakarta, walaupun dalam hal ini Jakarta adalah Ibukota tetapi masih banyak warga miskin. Maka dari itu, peranan ZIS sangat membantu *mustahiq* melalui kegiatan konsumtif dan kegiatan produktif.⁸⁶

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya, nampak ada perbedaan dengan penelitian ini. Adapun penelitian ini lebih memfokuskan pada bagaimana strategi peningkatan pengumpulan ZIS di BAZNAS

⁸⁴ Fifi Kurniawati, *Strategi Pengumpulan Zakat, Infaq dan Shadaqah di Lembaga Amil Zakat Nasional Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid Yogyakarta*, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014), hal. 49-65

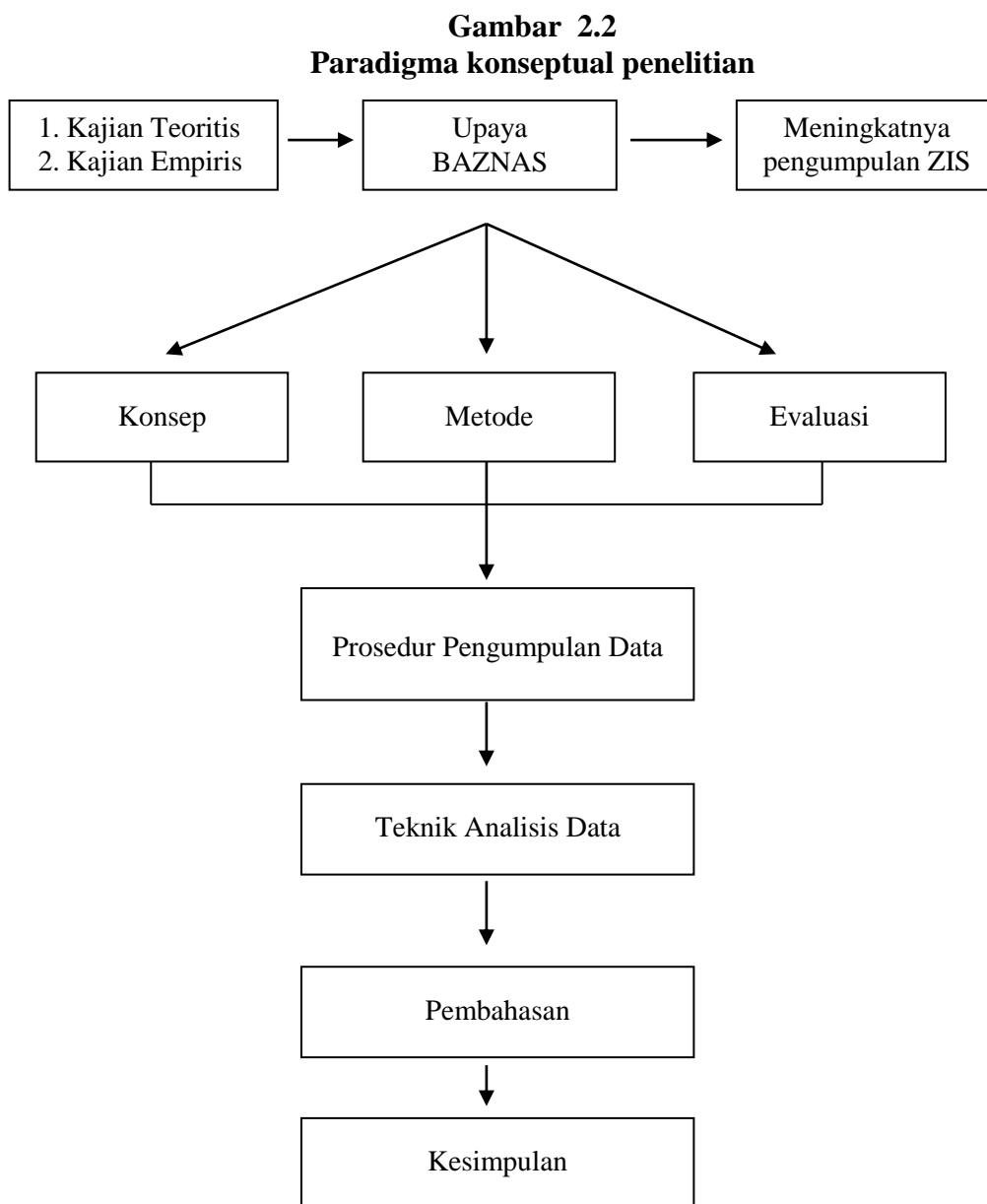
⁸⁵ Ikhwanul Hakim, *Strategi Penggalangan Dana Zakat Profesi Badan Amil Zakat Daerah (BAZDA) Kabupaten Serang Banten*, Skripsi tidak diterbitkan, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), hal. 45-46

⁸⁶ Dewi Mayang Sari, *Kajian Strategi Fundraising BAZIS Provinsi DKI Jakarta Terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana ZIS*, Skripsi tidak diterbitkan, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010), hlm. 90-91

Tulungagung dengan menggunakan tiga strategi yakni: strategi kinerja, strategi pengumpulan dana zakat dan strategi pemasaran.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan urain diatas, penulis menuangkan kerangka pemikirannya dalam bentuk skema kerangka pemikiran sebagai berikut :



Berdasarkan kajian teoritis dan empiris di atas upaya untuk meningkatkan pengumpulan dana ZIS ada banyak sekali caranya. Akan tetapi peneliti ingin mengembangkan metode yang lebih tepat pada *muzakki* dan seksi pengumpulan ZIS yang memiliki peran cukup besar untuk meningkatkan pengumpulan dan ZIS. Adapun upaya tersebut dimulai dari konsep, metode dan evaluasi, kemudian untuk mencari data yang valid dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah mendapatkan data yang diperlukan selanjutnya peneliti menganalisis data tersebut dengan menggunakan model analisis SOWT, kemudian dilakukan pembahasan dari semua data sehingga peneliti memperoleh kesimpulan terakhir.