

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Konsep Zakat

1. Pengertian Zakat

Secara istilah, zakat memiliki makna tumbuh dan berkembang, kesuburan atau bertambah atau bisa juga bermakna membersihkan atau menyucikan (Hakim, 2020:2). Ini berarti secara harfiah, zakat memurnikan para muzakki dari keserakahan dan keegoisan yang ada pada diri mereka dan juga menjaga bisnis serta harta mereka di masa depan. Di samping itu, zakat juga memurnikan penerima (mustahik) karena menyelamatkan mereka dari penghinaan meminta-minta dan mencegah mereka untuk bersikap iri terhadap orang kaya. Muzakki memberikan Zakat sebagai manifestasi ibadah kepada Allah Swt., sementara orang miskin menerimanya sebagai hak, tanpa kewajiban terhadap muzakki. Secara psikologis hal ini memberikan kepuasan pada diri mustahik bahwa ia memperoleh sesuatu untuk dirinya sendiri tanpa kewajiban timbal balik. Dengan cara ini, Zakat memurnikan hati, pikiran, dan kekayaan kedua belah pihak, baik muzakki maupun mustahik (Hossain, 2012).

Allah berfirman:

قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا

Artinya:

*“Sungguh beruntung orang yang menyucikannya (jiwa itu)”
(Q.S Asy-Syams: 9).*

Makna kata *zakka* dalam ayat ini berarti menyucikan. Kemudian kesamaan makna suci terdapat pada ayat berikut:

قَدْ أَفْلَحَ مَنْ تَزَكَّى

Artinya:

“Sungguh, beruntung orang yang menyucikan diri (dari kekafiran)” (Q.S. Al-‘Ala: 14).

Adapun secara etimologis (*syara'*), Sultan menjelaskan bahwa zakat bermakna sejumlah harta tertentu yang merupakan kewajiban kepada Allah yang diberikan kepada penerima zakat (*aşnaf zakat*), selain mengeluarkan sejumlah harta lain sebagai infak dan sedekah (Hakim, 2020: 3). Zakat bukan ibadah yang ranahnya hanya pada dimensi individu saja, tapi juga mencakup aspek sosial yang memberikan gambaran hubungan antar sesama manusia. Tidak hanya itu, Allah juga menjanjikan akan menumbuhkan harta yang dizakati.

Sebagian *fuqaha'*, mengatakan bahwa sedekah wajib dinamakan zakat, sedangkan sedekah sunah dinamakan infak. Sebagian yang lain mengatakan infak wajib dinamakan zakat, sedangkan infak sunah dinamakan sedekah. Menurut M. 'Imarah zakat berarti kewajiban dalam harta khusus yang diwajibkan kepada pemilik harta yang dimiliki secara penuh. Muslim yang merdeka, baligh dan berakal. jika telah memenuhi nisab, dengan presentase tertentu, dengan berdasarkan manfaat. Sebagaimana disyariatkan dalam Surat Al-Baqarah ayat 43:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya:

“Tegakkanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk” (Q.S Al-Baqarah: 43).

Dalam 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. Kahf menjelaskan dalam (Hakim, 2020: 4) bahwa keadilan sosial ekonomi adalah fungsi utama dari zakat. Zakat adalah perpindahan sederhana sebagian tertentu (harta) dari muzakki yang dialokasikan kepada mustahik.

Al-Kindi dalam (Puspasrini, 2021: 2) menjelaskan bahwa zakat adalah bentuk ibadah yang melibatkan kekayaan. Ketika penghasilan orang muslim mencapai jumlah yang ditentukan (disebut “*nishab*”) melebihi kebutuhannya, orang tersebut diharuskan membayar sebagian (untuk kekayaan moneter dan emas dan perak itu 2,5%) dari penghasilannya kepada orang miskin dan yang membutuhkan. Ini disebut zakat atau amal wajib dalam Islam. Ini adalah salah satu jenis praktik amal yang dilakukan oleh umat Islam berdasarkan akumulasi kekayaan, dan wajib bagi semua yang mampu melakukannya. Zakat diperintahkan kepada umat Islam di tahun kedua kalender hijriah melalui Al-Quran.

2. Dasar Hukum Zakat

a. Dalil Al-Qur'an

Allah memerintahkan umat islam dalam Al-Qur'an untuk mengambil zakat dari orang-orang yang wajib menunaikan dan mendistribusikannya kepada yang berhak menerimanya, sehingga keduanya menerima manfaat dari dana zakat tersebut. Di dalam Al-Quran, Perintah menunaikan zakat disebutkan setidaknya dalam 82 ayat (Pusparini, 2020: 3). Diantara ayat tersebut ialah:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَّاتِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

Artinya:

“*Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana*” (Q.S At-Taubah: 60).

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

Artinya:

“*Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui*” (Q.S At-Taubah: 103).

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya:

“Pada harta benda mereka ada hak bagi orang miskin yang meminta dan yang tidak meminta.” (Q.S Adz-Dzariyat: 19)

Walaupun dalam menunaikan zakat terdapat kewajiban materi, namun kedudukannya sebagai ibadah setara dengan ibadah-ibadah lainnya, sehingga menjadi motivasi yang kuat bagi kaum muslimin dalam pelaksanaannya (Ridho & Wasik, 2020:47).

b. Dalil Hadits

Zakat memiliki posisi yang sangat penting dalam Islam, bahkan dalam berbagai ayat Al-Qur’an disandingkan dengan perintah sholat yang sudah diketahui adalah tiang agama. Perkara tersebut juga ditegaskan dalam hadits Rasul yang berbunyi:

حَدَّثَنَا أَبُو عَاصِمٍ الضَّحَّاكُ بْنُ مَخْلَدٍ عَنْ زَكَرِيَّا بْنِ إِسْحَاقَ عَنْ يَحْيَى بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ صَيْفِيٍّ عَنْ أَبِي مَعْبُدٍ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَعَثَ مُعَاذًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ إِلَى الْيَمَنِ فَقَالَ ادْعُهُمْ إِلَى شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنِّي رَسُولُ اللَّهِ فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ فَأَعْلِمُهُمْ أَنَّ اللَّهَ قَدْ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي كُلِّ يَوْمٍ وَلَيْلَةٍ فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ فَأَعْلِمُهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً فِي أَمْوَالِهِمْ تُؤْخَذُ مِنْ أَغْنِيَائِهِمْ وَتُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِمْ

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Abu 'Ashim Adh-Dlohhak bin Makhlah dari Zakariya' bin Ishaq dari Yahya bin 'Abdullah

bin Shayfiy dari Abu Ma'bad dari Ibnu 'Abbas radliallahu 'anhuma bahwa ketika Nabi Shallallahu'alaihiwasallam mengutus Mu'adz radliallahu 'anhu ke negeri Yaman, Beliau berkata: Ajaklah mereka kepada syahadah (persaksian) tidak ada ilah yang berhak disembah kecuali Allah dan bahwa aku adalah utusan Allah. Jika mereka telah mentaatinya, maka beritahukanlah bahwa Allah mewajibkan atas mereka shalat lima waktu sehari semalam. Dan jika mereka telah mena'atinya, maka beritahukanlah bahwa Allah telah mewajibkan atas mereka shadaqah (zakat) dari harta mereka yang diambil dari orang-orang kaya mereka dan diberikan kepada orang-orang faqir mereka” (HR. Bukhari).

Dari hadits di atas yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari bahwasanya Rasulullah telah mengutus Muadz Pergi Ke Yaman untuk menyeru dalam mengesakan Allah menegakkan salat lima waktu dan menunaikan zakat yang diambil dari harta orang kaya untuk dialokasikan atau diberikan kepada orang miskin (Pusparini, 2020: 3).

Dalam (Ridho & Wasik, 2020: 48) dijelaskan bahwa Imam Ahmad meriwayatkan dengan sanad yang sahih dari Anas r.a. bahwa salah seorang laki-laki dari Suku Tamim datang menemui Nabi Saw., ia berkata, “Ya Raulullah Saw., saya ini berharta banyak, mempunyai banyak keluarga, sanak famili dan juga kawan-kawan yang datang bertemu. Cobalah katakan apa yang harus saya perbuat dan bagaimana caranya saya mengeluarkan nafkah?” Rasulullah Saw., menjawab:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: تُخْرِجُ الزَّكَاةَ مِنْ مَالِكَ، فَإِنَّهَا طَهْرَةٌ تُطَهِّرُكَ، وَتَصِلُ

أَقْرَبَاءَكَ، وَتَعْرِفُ حَقَّ السَّائِلِ، وَالْجَارِ، وَالْمِسْكِينِ

Artinya:

“Engkau keluarkan zakat dari harta tersebut karena itu merupakan pencuci yang akan membersihkanmu, penyambung hubungan silaturahmi kepada kerabat, dan mengetahui hak yang miskin, tetangga, dan pengemis” (H.R. Imam Ahmad).

c. Undang-Undang Zakat

Pemerintah menetapkan regulasi zakat lewat Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Pada pasal 1 ayat 2 dijelaskan bahwa zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Kemudian tujuan pengelolaan zakat pada pasal 3 adalah meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat merupakan upaya dari pemerintah untuk meningkatkan peran dan fungsi pengelola zakat bagi pengembangan serta pemberdayaan ekonomi umat. Hal tersebut diorientasikan agar sumber dana zakat berdaya guna dan berhasil guna bagi masyarakat sesuai dengan amanah yang tercantum dalam konsideran peraturan perundang-undangan tentang pengelolaan zakat.

3. Klasifikasi Zakat

Jenis harta yang wajib dikeluarkan zakatnya telah dipaparkan dalam kitab suci Al-Qur'an namun tidak begitu detail, akan tetapi terdapat dalam hadist rasul yang kemudian ditemukan penjelasan secara detail perihal harta yang wajib dikenakan zakat. Secara umum zakat yang wajib ditunaikan terdiri dari zakat fitrah dan zakat maal atau zakat harta.

1. Zakat Fitrah

Zakat fitrah terdiri dari dua kata yakni "zakat" dan "fitrah", secara bahasa berasal dari fi'il madhi yakni fatara yang berarti menjadikan, membuat, mengadakan, dan bisa berarti berbuka dan makan pagi (Munawwir, 1997: 1063). Sebagian besar ulama merumuskan bahwa zakat merupakan hak tertentu yang diwajibkan oleh Allah terhadap harta umat islam dalam sejumlah kadar tertentu (nishab dan khaul) yang diperuntukkan bagi fakir miskin dan para mustahiq lainnya sebagai manifestasi dari rasa bersyukur atas nikmat serta karunia Allah Swt., dan untuk mendekatkan diri kepada-Nya, serta untuk membersihkan diri dan hartanya (Qardhawi, 1996: 999). Zakat fitrah ini sifatnya wajib bagi seseorang baik untuk dirinya, maupun untuk keluarga yang berada dalam tanggungannya, seperti: istri, anak-anaknya, termasuk juga orang yang mengurus pekerjaan dan unsur dalam rumah tangga.

2. Zakat Maal

Zakat maal merupakan zakat harta atau kekayaan, dengan kata lain zakat yang dikeluarkan dari kekayaan. Uang termasuk kepada harta atau kekayaan. Kekayaan yang dimaksud bersumber dari pendapatan profesi, usaha dan investasi (Mursyidi, 2003: 40). Syarat sesuatu dapat dikatakan maal meliputi pemenuhan dua syarat yakni:

- a) Dapat dimiliki, dikuasai, dihimpun, dan disimpan.
- b) Dapat diambil manfaatnya sesuai dengan kebiasaan.

Adapun objek harta yang wajib ditunaikan zakatnya meliputi:

1. Emas dan Perak

Harta dimaksud ini adalah harta yang terbuat dari emas dan perak apapun bentuknya. Nishab zakat emas sebesar 20 *mitsqal*, dengan berat 93,6 gram; zakatnya $\frac{1}{40}$ ($2,5\% = \frac{1}{2}$ *mitsqal* 2,125 gram). Nishab perak sebesar 200 dirham (624 gram) zakatnya $\frac{1}{40}$ ($2,5\% = 5$ dirham (15,6 gram) (Rasjid, 2011: 202).

2. Hewan Ternak

Hewan ternak yang dimanfaatkan untuk dalam kehidupan sehari-hari baik sebagai kendaraan maupun untuk dikonsumsi, dengan tujuan agar manusia senantiasa bersyukur atas nikmat yang diberikan Allah lewat binatang ternak (Qardhawi, 1987: 168).

3. Pertanian

Harta pada hasil bidang pertanian ini memiliki jumlah nishab sebesar 5 *wasaq* atau sama dengan 750 kg. Kadar zakat untuk hasil pertanian, apabila pertanian dialiri dengan air hujan besar kadar zakatnya adalah 10%. Jika pertanian dialiri dengan irigasi mandiri maka zakatnya adalah 5% (Hadzami, 2010: 6).

4. Perdagangan

Harta perdagangan merujuk pada segala sesuatu yang ditujukan untuk diperjual-belikan pada bermacam jenis, baik berupa barang seperti alat-alat, pakaian, makanan, perhiasaan, dan lain-lain. Perdagangan yang dimaksud termasuk yang diusahakan secara komunal atau kelompok. Terdapat dua ketentuan yang harus dipenuhi sehingga menjadikan zakat perdagangan wajib dikeluarkan. Pertama adalah nilai barang dagangan mencapai nishab emas (20 dinar = 85 gram emas) atau nishab perak (200 dirham = 595 gram perak). Dan yang kedua adalah saat dagangan tersebut telah dimiliki dalam periode satu tahun. Besaran zakat perdagangan adalah sebesar 2,5% dari hasil perhitungan jumlah nilai barang dagangan dengan harga asli (beli), lalu digabungkan dengan keuntungan bersih setelah dipotong hutang.

5. Hasil Laut dan Pertambangan

Ukuran nisab dari zakat hasil laut dan barang tambang sangat beragam, hal ini harus disesuaikan dengan karakter masing-masing

dari hasil laut ataupun barang tambang dengan rincian sebagai berikut:

- a) Pendapat Jumhur ulama berpendapat bahwa nisab barang tambang sama seperti nishab emas dan perak yaitu sebesar 85 gram atau 200 dirham.
- b) Untuk harta karun atau harta rikaz tidak ada ketentuan nishabnya, sebagaimana harta rampasan perang (fai). Karenanya, banyak ataupun sedikit wajib dikeluarkan zakatnya. Harta rikaz (harta karun) kadar wajib zakatnya adalah sebesar 20%.
- c) Nisab hasil laut dianalogikan kepada nisab barang tambang.
- d) Nisab hasil industri dan hasil perikanan juga disamakan dengan nisab barang tambang (Ridho & Wasik, 2020:74).

4. Mustahik Zakat

Dalam (Hakim, 2020: 95) dijelaskan bahwa pembagian golongan yang berhak mendapatkan zakat secara langsung berasal dari Allah Swt., sebagaimana dinyatakan: bahwa bahwa seseorang kemudian datang kepada Rasulullah Saw., dan meminta haknya atas zakat, kemudian beliau bersabda:

“Sesungguhnya Allah tidak rela dengan ketetapan Nabinya, dan juga selainnya dalam (pembagian) zakat, sampai Allah sendiri menetapkannya. Maka ditetapkan delapan golongan yang berhak (asnaf tsamaniyyah), jika kamu termasuk dari (salah satu) golongan ini maka akan aku berikan hakmu.” (HR. Abu Daud)

Dalil Alqur'an sebagai landasan sasaran pendistribusian zakat tercantum dalam Surat At-Taubah: 60:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

Artinya:

“Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana” (Q.S Surat At-Taubah: 60).

Dari dalil di atas mustahik zakat meliputi:

a) Fakir dan Miskin

Imam Hanafi menjelaskan dalam (Hakim, 2020: 98) bahwa fakir adalah orang yang tidak memiliki apa-apa di bawah nilai nishab berdasarkan hukum zakat yang sah, atau senilai dengan sesuatu yang dimiliki. Sedangkan miskin, ialah orang yang tidak memiliki apa-apa dengan kata lain fakir dan miskin adalah sama. Akan tetapi, ada perbedaan pendapat terkait penentuan standar kemiskinan seseorang. Apakah nishab uang tunai sebanyak dua ratus dirham atau nishab yang sudah dikenal dari harta apa pun juga. Pedapat dari sebagian fuqaha' adalah pemberian maksimal bagi fakir adalah cukup untuk memenuhi hidup dalam setahun. Sebagaimana Rasulullah belanja

untuk keluarganya dengan perbelanjaan yang cukup untuk setahun. Kemudian sebagian fuqaha lain berpendapat bahwa makruh hukumnya apabila memberikan bagian kepada fakir miskin, sebesar 200 dirham, atau lebih. Akan tetapi diperbolehkan apabila dia berhutang, dan itu sah (Qardhawi, 1997: 528-530).

b) Amil Zakat

Hafidhuddin dalam (Hakim, 2020: 104) memaparkan bahwa amil zakat adalah mereka yang diangkat oleh pemerintah atau suatu badan/lembaga untuk mengelola zakat mereka. Badan ini terbagi kedalam empat bagian, yakni:

- (1).Jubah atau su'ah atau dinamakan juga hasyarah. Bertugas untuk melakukan penghimpunan zakat dari muzaki. Dan masuk di dalamnya penggembala binatang (ru'ah)
- (2).Katabah atau masuk di dalamnya hasabah. Bertugas untuk melakukan pencatatan zakat yang telah diterima dan melakukan perhitungan zakat tersebut.
- (3).Qasamah. Bertugas dalam pembagian dan mendistribusikan zakat kepada mustahik penerima zakat.
- (4).Khazanah atau disebut juga hafadzah. Bertugas menjaga atau memelihara harta zakat.

Dalam pengawasan dan pengendalian amil zakat, dilakukan oleh penguasa, pemerintah maupun wakilnya atau juga perkumpulan yang mengangkat lembaga tersebut

c) Muallaf

Muallaf adalah orang-orang yang baru memeluk agama Islam sehingga mereka perlu dilembutkan hatinya agar teguh terhadap agama yang baru dipeluk tersebut (Qardhawi, 1996: 565).

d) Riqab

Memiliki kata dasar raqabah. Mengacu pada Alquran, apabila budak laki-laki disebut abid, dan wanita disebut amah. Sehingga, mereka yang masih dalam perbudakan, disebut sebagai riqab. Pada QS. At-Taubah ayat 60, disebutkan “*segala mereka yang hendak melepaskan kan dirinya dari ikatan perbudakan*”. Golongan ini meliputi golongan mukatab yaitu budak yang dikontrak oleh tuannya akan dilepaskan apabila membayar sejumlah tertentu dan termasuk pula budak yang belum dijanjikan untuk dimerdekakan (Hakim, 2020: 113).

e) Gharimin

Qardhawi dalam (Hakim, 2020: 115) memaparkan bahwa secara bahasa gharimin memiliki arti orang-orang yang terlilit hutang. Banyak ahli fiqih yang mendefinisikan gharimin adalah sebatas seseorang yang usahanya menjadi bangkrut padahal modalnya berasal dari berhutang karena beberapa faktor tertentu. Berangkat dari hal tersebut, zakat yang diberikan kepada mereka untuk membayar kembali hutangnya. Pada masa kini, definisi yang

dimaksud dan juga eksistensi golongan ini masih relevan, terlebih lagi kegiatan usaha dengan modal lewat pinjaman saat ini adalah permasalahan yang lumrah ditambah beban tambahan bunga yang memberatkan.

f) Fisabilillah

Di masa lalu mereka adalah orang yang berperang di jalan Allah, akan tetapi, pada masa kini arti sabilillah lebih diperluas lagi. Abu Yusuf memaparkan bahwa sabilillah adalah mereka yang menjadi anggota tentara yang kemudian berperang, dan mereka yang akan berangkat haji. Ada juga yang menghendaki sabilillah ini adalah penuntut ilmu. Sabilillah juga dimaknai sebagai segala pekerjaan yang mendekatkan diri kepada Allah, termasuk segala usaha yang sifatnya menaati Allah (Hakim, 2020: 117).

g) Ibnu Sabil

Hafidhuddin dalam (Hakim, 2020: 121) memaparkan bahwa selama ini para fuqaha mendefinisikan ibnu sabil sebagai musafir yang kehabisan bekal. Definisi ini sebenarnya masih relevan hingga masa kini. Akan tetapi, belum mencakup secara komprehensif melihat situasi dan kondisi hari ini. beberapa bentuk pendistribusian zakat yang dapat dilakukan, antara lain:

- (1). Musafir yang sedang dalam perjalanan yang disarankan dalam agama (tidak maksiat) meliputi: silaturahmi, studitur

kepada objek yang bersejarah dan bermanfaat (ziarah spiritual) dan kemudian kehabisan bekal.

- (2). Pemberian bantuan dalam bentuk beasiswa bagi siswa/siswi ataupun santri yang terancam tidak bisa melanjutkan pendidikan.
- (3). Pembiayaan pada aspek pendidikan anak jalanan yang kian banyak jumlahnya.
- (4). Alokasi untuk rehabilitasi anak-anak kurang mampu yang menjadi korban narkoba atau perbuatan-perbuatan buruk lainnya.
- (5). Pengungsi, dengan motif politik atau bencana alam, atau penyebaran penyakit menular seperti virus.

5. Pendayagunaan Zakat

Pendayagunaan sendiri berasal dari kata “daya” yang memiliki arti kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan baik (Sugono, 2005: 466), sedangkan kata “guna” memiliki arti manfaat (Sugono, 2005: 300). Adapun pengertian pendayagunaan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah:

- a. Pengupayaan agar mampu mendatangkan hasil dan manfaat.
- b. Pengupayaan dalam bentuk tenaga dan sebagainya agar mampu menjalankan tugas dengan baik. (Sugono, 2005: 300).

Kemudian dalam Peraturan Baznas No. 02 Tahun 2014 dijelaskan bahwa pendayagunaan zakat adalah penyaluran zakat untuk usaha

produktif (pemberdayaan) dalam rangka penanganan peningkatan kualitas umat.

Pada Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat dijelaskan bahwa pendayagunaan zakat adalah sebagai berikut:

1. Zakat dapat didayagunakan untuk usaha produktif dalam rangka penanganan fakir miskin dan peningkatan kualitas umat.
2. Pendayagunaan zakat untuk usaha produktif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan apabila kebutuhan dasar mustahik telah terpenuhi.
3. Ketentuan lebih lanjut mengenai pendayagunaan zakat untuk usaha produktif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Menteri.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Zakat, dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.
2. Lembaga amil zakat yang selanjutnya disingkat LAZ adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.

3. Unit pengumpulan zakat yang selanjutnya disingkat UPZ adalah satuan organisasi yang dibentuk oleh BAZNAS untuk membantu pengumpulan zakat.
4. Hak amil adalah bagian tertentu dari zakat yang dapat dimanfaatkan untuk biaya operasional dalam pengelolaan zakat sesuai dengan syariat Islam.
5. Undang-undang adalah Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.

Sehingga pendayagunaan adalah cara-cara atau usaha dalam konteks menghasilkan suatu kermanfaatan yang lebih besar serta lebih baik yang didapatkan dari dana zakat untuk mewujudkan tujuan dari pendayagunaan hasil zakat secara efektif, efisien dan tepat sasaran sebagai manifestasi dari zakat untuk kemaslahatan sosial.

Pengelolaan zakat dapat tempuh melalui dua cara yakni: pertama, lewat zakat konsumtif dan kedua zakat produktif.

a. Zakat Konsumtif

Zakat konsumtif merupakan pendistribusian zakat dalam bentuk dana langsung yang berupa santunan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan pokok mustahik. Distribusi secara konsumtif ini tanpa diikuti pemberdayaan mustahik. Pendistribusian harta zakat yang secara langsung ini meliputi: kebutuhan makanan, pakaian, dan tempat tinggal secara wajar. Harta zakat hanya diarahkan pada pemenuhan kebutuhannya

yang menjadi sebab berhaknya seseorang menerima zakat (asnaf zakat).

b. Zakat Produktif

Ridho dan Wasik (2020) memaparkan bawa zakat produktif berasal dua suku kata yaitu zakat dan produktif. Kata zakat ini adalah masdar dari kata zaka yazku zakatan yang bermakna tumbuh, bersih, dan berkembang. Sedangkan produktif berasal dari bahasa inggris "*productive*". Dalam kamus *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English* dijelaskan secara etimologi, kata produktif berarti menghasilkan kemajuan dan perkembangan. Secara umum definisi produktif lebih berkonotasi pada kata sifat, yang mana hal itu bisa lebih jelas jika digabung dengan kata yang disifati, yaitu zakat. Jika dijadikan satu kesatuan, maka akan menjadi zakat produktif.

Secara terminologi zakat produktif adalah pemberian dana zakat kepada mustahik yang tidak dihabiskan secara cuma-cuma, tetapi dana tersebut dikembangkan dalam bentuk modal untuk membantu usaha mereka dalam menghasilkan sebuah karya. Sehingga dengan usaha tersebut mereka dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari secara terus-menerus dalam jangka panjang. Senada dengan hal tersebut menurut Asnani dalam (Ridho dan Wasik, 2020: 36) zakat produktif adalah pemberian zakat yang dapat membuat para penerimanya menghasilkan

sesuatu secara terus menerus dengan harta zakat yang telah diterimanya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa zakat produktif merupakan zakat yang dikelola secara produktif dengan pemberian modal kepada mustahik untuk dikembangkan dalam bentuk usaha atau aktivitas produktif dengan mengembangkan potensi produktivitas mustahik yang kemudian hasil tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan mendatang. Karena secara substantif visi dari pemberian zakat ini adalah peningkatan kesejahteraan ekonomi umat.

Zakat produktif ibaratkan memberikan kail kepada para nelayan yang kurang mampu, tidak dengan memberi ikan secara langsung. Dengan memberikan kail kepada mereka, berarti juga memberikan inovasi dalam berusaha memperoleh ikan. Pun dalam pemberian zakat secara produktif kepada para mustahik, bagaimana dana zakat yang dikumpulkan tidak didayagunakan secara konsumtif. Secara praktis, pendistribusian zakat produktif bisa berupa modal usaha, binatang ternak yang dikembangkan kemudian dijadikan lahan pekerjaan, atau induk bergulir.

Dalam (Ridho & Wasik, 2020: 41-44) dijelaskan bahwa dari sisi sosial ekonomi, zakat bersifat *ta'qquly* (rasionalitas) dengan satu tujuan yaitu menyejahterakan ekonomi muzaki dan mustahik. Dalam pandangan ini zakat mempunyai tujuan memberdayakan fakir miskin dan

tidak menelantarkannya. Di antara prinsip-prinsip zakat produktif yang harus diprioritaskan adalah sebagai berikut:

a. Prinsip Profesional dan Akutabilitas

Langkah awal yang harus dilakukan oleh lembaga pengelola zakat adalah mengetahui dan memiliki data akurat pengelola zakat dengan keterampilan yang dikuasainya. Sehingga para pengelola zakat tidak salah sasaran dalam pendistribusian zakat pada orang yang bukan ahlinya atau bidangnya. Sebagaimana Rasulullah Saw., bersabda yang artinya:

“Apabila diserahkan suatu urusan tertentu kepada orang yang bukan ahli dalam bidangnya maka tunggulah saat kehancurannya.” (HR Bukhari dalam Shahih-nya, dari Muhammad bin Sinan dari Fulaj.)

Mengacu pada hadis tersebut dapat diketahui bahwa tidak semua orang dapat mengemban tanggung jawab dalam pelaksanaan sebuah pekerjaan kecuali orang tersebut memiliki kelayakan dan keahlian atas pekerjaan tertentu diiringi oleh prinsip profesional dan proporsional. Sehingga visi dan misi yang hendak dicapai dalam pendistribusian zakat produktif dapat mengimplementasikan misi Islam yakni dalam hal pengentasan kemiskinan serta pemberdayaan mustahik

b. Prinsip Pemberdayaan

1) Pemberdayaan Mustahik

Sebagaimana telah diketahui bahwa salah satu fungsi dari zakat adalah mewujudkan kesejahteraan perekonomian

mustahik melalui dana zakat yang diberikan secara produktif. Mengelola zakat diharuskan mengetahui betul perihal potensi para mustahik juga inovasi mereka dalam bekerja sehingga dana yang didistribusikan secara bertahap akan berkembang. Hal tersebut merupakan kunci zakat sebagai sarana pemberdayaan kepada mustahik.

2) Pemberdayaan Amil Zakat

Amil zakat sebagai orang atau lembaga yang mengelola zakat tentunya harus memiliki dedikasi yang tinggi terhadap agama dan bangsa diiringi dengan tanggung jawab dan sifat kepemimpinan.

Seiring perkembangan waktu, Amel zakat tidak hanya dipilih langsung oleh pemerintah atau masyarakat, tetapi juga melalui proses rekrutmen yang selektif dan ketat diiringi dengan proses pembekalan dan pendidikan serta pelatihan. Hal ini dilakukan dalam rangka memberikan wawasan kepada amil zakat untuk berinovasi dan berekreasi dalam mewujudkan dana zakat produktif serta mewujudkan kesejahteraan fakir miskin.

3) Prinsip Kemanfaatan

Dengan manajemen zakat produktif tentunya harus memiliki asas kemanfaatan jangka panjang yang memberikan dampak sosial logis kepada para mustahik.

Langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk mewujudkan visi tersebut meliputi:

- a) Penerapan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat
Perihal pentingnya pengelolaan zakat produktif sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat
 - b) Penguatan manfaat dan peran lembaga pengelolaan zakat dalam pergerakannya di bidang zakat produktif contohnya seperti BAZNAS dan LAZ.
 - c) Perluasan pemanfaatan dana zakat produktif yang sifatnya jangka panjang seperti pengalokasian pada bidang pendidikan, kesehatan dan dana sosial lainnya.
 - d) Penguatan kolaborasi antar pihak pengelolaan zakat sehingga terciptanya gerakan pendistribusian dana zakat secara produktif yang masif.
- 4) Prinsip Keberlanjutan
- Prinsip ini tertuju pada keberlanjutan pengelolaan dana zakat produktif, dimana pendistribusian dana zakat harus diiringi dengan pembinaan dan pengawasan dalam pengelolaannya secara produktif. Dikhawatirkan apabila mustahik menerima zakat tanpa adanya pembinaan akan menimbulkan hambatan dalam pengelolaan dana zakat secara produktif. Tujuan dari pembinaan dan pengawasan ini adalah untuk mengetahui progres mustahik dalam

pengembangan dana zakat tersebut dengan tolak ukur perubahan pola hidup yang lebih produktif.

5) Prinsip Yurisprudensi

Dalam pengembangan dana zakat produktif pihak pengelola zakat wajib berpedoman kepada peraturan dan legalitas hukum yang berlaku di negara tersebut sehingga pengelolaannya tidak bertentangan dengan hukum positif dan hukum Islam. Prioritas landasan hukum religius harus diprioritaskan dibandingkan dengan hukum positif dikarenakan pengelolaan zakat harus berbanding lurus dengan konsep dalam Alquran dan praktik Nabi Shallallahu Alaihi Wasallam. Hal yang perlu diperhatikan dalam konsep zakat produktif agar pelaksanaannya tetap dalam koridor Islam dan mengikuti aturan-aturan pemerintah. Pertama, dalam pendistribusian zakat harus sesuai dengan konsep normatif Islam dan perundang-undangan negara. Kedua, prinsip-prinsip muamalah harus ditegakkan. Ketiga, kemaslahatan bersama harus dipentingkan dan diprioritaskan.

B. Muzakki

Dalam Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat pasal 1, muzakki adalah orang atau badan yang dimiliki oleh orang muslim yang berkewajiban menunaikan zakat. Yusuf Qardhawi menguraikan

bahwa muzakki adalah seorang muslim atau juga badan usaha yang wajib mengeluarkan zakat. Kewajiban menunaikan zakat dikenakan kepada muslim saja. Ulama-ulama berpendapat bahwa zakat merupakan anggota tubuh islam, memperlihatkan syi'ar Islam dalam semangat penyelenggaraan pemerintahan Islam yang paling utama, oleh sebab itu orang kafir tidak mungkin diminta untuk melengkapinya (Yusuf Qardhawi, 2002:580).

Muzakki atau pembayar zakat merupakan bagian dari kelompok masyarakat yang memiliki pendapatan serta mampu untuk memenuhi kebutuhan pokoknya dan harta mereka dikenai zakat ketika harta tersebut mencapai *nishab* dan *haul*.

Terkait ketentuan yang pertama, para ulama telah sepakat bahwa zakat tidak diwajibkan kepada non muslim. Zakat tidak diwajibkan kepada selain kaum muslim, seandainya zakat dibayarkan oleh orang kafir maka zakat tersebut tidak sah. Hal tersebut dikarenakan ia tidak termasuk persyaratan pertama yaitu Islam.

Dalam sebuah hadits, Abu Bakar R.A., berkata:

هَذِهِ فَرِيضَةُ الصَّدَقَةِ الَّتِي فَرَضَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَلَى
الْمُسْلِمِينَ

Artinya:

“Inilah kewajiban zakat yang telah ditetapkan oleh Rasulullah SAW atas kaum muslimin.” (Riwayat Al-Bukhari).

Sebagaimana Allah telah berfirman dalam QS. Al-Furqan ayat 23:

وَقَدِمْنَا إِلَىٰ مَا عَمِلُوا مِنْ عَمَلٍ فَجَعَلْنَاهُ هَبَاءً مَّنْثُورًا

Artinya:

“Kami perlihatkan segala amal yang mereka kerjakan, lalu Kami jadikan amal itu (bagaikan) debu yang beterbangan” (QS. Al-Furqan: 23).

Pada ayat ini Allah telah menjelaskan sebab-sebab kemalangan dan juga kerugian orang kafir. Allah akan memperlihatkan segala perbuatan yang mereka anggap baik yang pernah dikerjakan selama hidup di dunia, seperti silaturahmi, menolong orang yang menderita, memberikan sedekah untuk meringankan bencana alam, memberi bantuan kepada rumah sakit dan yatim piatu, membebaskan atau menebus tawanan, dan sebagainya. Sebanyak apa pun amal kebaikan mereka, tidak akan memperoleh imbalan apa pun di sisi Allah. Mereka hanya dapat memandang kebaikan itu tanpa dapat mengambil manfaatnya sedikit pun. Kebaikan-kebaikan mereka itu lalu dijadikan Allah seperti debu yang beterbangan di angkasa karena tidak dilandasi iman yang benar kepada Allah. Mereka hanya bisa duduk termenung penuh dengan penyesalan. Itulah yang mereka rasakan sebagai akibat kekafiran dan kesombongan mereka (Tafsir Kemenag, 2019).

Berangkat dari tafsir di atas dapat disimpulkan bahwa seberapa banyak pun amal kebaikan yang dimiliki oleh orang kafir pada hakekatnya tidak akan mendapatkan balasan dari Allah Swt., karena segala amal

perbuatan mereka tidak berlandaskan pada keimanan terhadap Allah Swt., oleh karena itu mereka hanya akan mendapat kerugian dan juga balasan yang setimpal atas kekufuran mereka di akhirat kelak.

Jadi kewajiban menunaikan zakat berkaitan dengan pembuktian keislaman seseorang yang dalam konteks aqidah merupakan salah satu dari rukun islam yang meliputi syahadatain, shalat, zakat, puasa dan berhaji sehingga orang yang dikenakan hukum wajib zakat adalah orang islam.

Fakhruddin (2008: 33) memaparkan bahwa syarat-syarat wajib zakat adalah sebagai berikut:

1. Islam
2. Merdeka
3. Baligh dan berakal
4. Harta tersebut merupakan harta yang wajib dizakati, seperti emas dan perak, hasil pertanian, hewan ternak maupun barang dagangan.
5. Harta tersebut telah mencapai nishab (ukuran jumlah)
6. Harta tersebut adalah milik penuh
7. Telah berlalu satu tahun atau cukup haul (ukuran waktu)
8. Tidak adanya hutang
9. Melebihi ukuran dasar atau pokok
10. Harta tersebut harus didapatkan dengan cara yang baik dan halal
11. Berkembang.

C. Marketing

Dalam sebuah lembaga, marketing menjadi salah satu kunci keberhasilan dari lembaga tersebut. Pemasaran atau marketing bukan hanya sekedar menawarkan produk saja, tetapi juga bagaimana untuk memberikan pemenuhan kepuasan terhadap konsumen atau donatur. Pemasaran atau marketing adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Abdullah & Francis, 2021:14).

Marketing secara mudahnya adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Dalam istilah manajemen, marketing adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Tujuan marketing adalah mengetahui dan memahami konsumen atau donatur sedemikian rupa sehingga produk yang ditawarkan cocok dengan konsumen yang kemudian akan menjadi nilai jual dari produk tersebut. Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Semua yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa tersebut (Kotler, 2007: 6-7).

Marketing atau pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (Assauri, 2017:5). Proses pertukaran ini memerlukan banyak tenaga dan keterampilan. Manajemen pemasaran terjadi apabila terdapat

setidaknya satu pihak dalam pertukaran potensial dengan memikirkan sasaran dan cara mendapatkan tanggapan yang dia kehendaki dari pihak lain.

Dalam (Mursid, 2014: 25) Beberapa ahli memberikan beragam definisi perihal marketing, diantaranya:

- 1) Philip dan Duncan mendefinisikan marketing sebagai segala langkah yang digunakan untuk menempatkan barang-barang nyata ke tangan konsumen.
- 2) Menurut W.J. Stanton marketing meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.
- 3) Menurut P.H. Nystrom marketing adalah seluruh kegiatan mengenai penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.
- 4) *American Marketing Association* mendefinisikan marketing merupakan pelaksanaan kegiatan usaha niaga yang diarahkan pada arus aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Proses pemasaran terdiri dari analisis pasar, meneliti dan memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran, merancang program pemasaran, dan mengorganisasi, melaksanakan serta mengawasi usaha pemasaran (Abdullah & Francis, 2021:22).

D. Marketing Zakat

Lembaga amil zakat sebagai lembaga nirlaba yang bergerak dalam bidang jasa tentu saja sangat memperhatikan aspek tersebut. Lembaga ini tidak begitu saja melakukan penghimpunan dan penyaluran dana zakat dari muzakki. Namun, lewat penerapan konsep marketing zakat yang efektif lembaga ini mampu melakukan penghimpunan dan pendistribusian dana zakat dengan tepat sasaran serta sesuai dengan kebutuhan mustahik.

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 sasaran yang diinginkan. Sehingga fondasi utama dari marketing ini adalah penentuan kebutuhan, keinginan pasar dan kepuasan pasar dimana tidak selalu tentang mustahik tetapi juga muzakki.

1. Penentuan Kebutuhan

Situasi dan kondisi masyarakat saat ini yang terus berubah diiringi perkembangan zaman membuat sebuah organisasi lembaga zakat diharuskan mampu untuk menentukan hal-hal yang dibutuhkan oleh mustahik yang nantinya akan dirumuskan dalam bentuk strategi yang tepat. Penggunaan strategi ditujukan untuk menyusun keperluan lembaga sesuai dengan tujuan yang tertuang pada visi dan misi. Dalam hal ini strategi lembaga harus bersifat jangka panjang dan dalam praktiknya harus ada taktik operasional dengan visi dan misi sebagai acuan agar sesuai dengan kebutuhan

mustahik sebagai penerima dana zakat ataupun muzakki yang berorientasi pada partisipasi mereka.

2. Keinginan Pasar

Dengan pasar menjadi pondasi utama bagi sebuah lembaga zakat dalam melaksanakan program kerja yang telah disusun sebelumnya. Apabila keinginan masyarakat terealisasi maka ini akan menjadi sebuah reputasi yang baik bagi lembaga zakat sehingga dalam pelaksanaan programnya masyarakat memandang bahwa lembaga tersebut mampu merealisasikan segala sesuatu dengan baik yang dalam hal ini adalah keinginan mustahik maupun muzakki.

3. Kepuasan Pasar

Terpenuhinya kebutuhan dan Realisasi keinginan menjadi tolak ukur kepuasan pasar sehingga dapat memberikan dampak positif. Dari perspektif mustahik terpenuhinya kebutuhan dan keinginan akan merubah kondisi sosial mereka menjadi lebih baik dari sebelumnya sementara dari perspektif Muzakki dengan terwujudnya kepuasan ini dapat memacu mereka untuk selalu berkontribusi dalam program-program yang ada di dalam kerja lembaga zakat yang dimaksud.

E. Manajemen Marketing

Proses pemasaran terdiri dari analisis pasar, meneliti dan memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran, merancang program pemasaran, dan mengorganisasi, melaksanakan serta mengawasi usaha pemasaran. (Abdullah & Francis, 2021:22). Sehingga manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan juga mencakup barang, jasa serta gagasan; berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat.

1. Analisis

Sebuah lembaga atau perusahaan harus mengetahui cara mengukur dan memperkirakan daya tarik suatu pasar. Perusahaan perlu memperkirakan ukuran pasar secara keseluruhan, pertumbuhannya, tingkat labanya dan risikonya. Pemasar harus memahami teknik utama untuk mengukur potensi pasar dan memperkirakan di masa datang. Setiap teknik memiliki kelebihan dan keterbatasan yang harus dipahami oleh pemasar untuk menghindari kesalahan penggunaan. Perusahaan perlu tahu cara mengukur dan memperkirakan daya tarik suatu pasar. Perusahaan perlu memperkirakan ukuran pasarkeseluruhannya, pertumbuhannya, tingkat labanya dan risikonya.

Pemasar harus memahami teknik utama untuk mengukur potensi pasar dan memperkirakan di masa datang. Segmentasi pasar

dapat dilakukan dengan berbagai metode. Manajemen pemasaran dapat memperkirakan tingkat daya tarik pasar dan tingkat kekuatan bisnis perusahaan dalam tiap segmen. Perusahaan harus menentukan segmen produk/pasar mana, jika ada, yang paling cocok dengan sasaran dan sumber daya perusahaan (Abdullah & Francis, 2021: 50-51).

2. Perencanaan

Apabila tahap analisis pasar telah dilakukan maka selanjutnya adalah tahap perencanaan pemasaran. Abdullah & Francis (2021: 73-79) menjelaskan bahwa perencanaan ini berisi:

a) Ringkasan Eksekutif

Yang dimaksud dengan ringkasan eksekutif adalah ringkasan singkat dari sasaran utama dan rekomendasi rencana pemasaran tersebut. Dengan adanya ringkasan ini diharapkan manajemen puncak dapat cepat memahami arah utama rencana tersebut.

b) Situasi Pemasaran Saat Ini

Pada bagian ini memberikan data tentang situasi pasar situasi produk situasi pesaing situasi distribusi dan situasi lingkungan makro.

c) Analisis Peluang dan Masalah

Analisis peluang dan masalah disini adalah analisis SWOT yang di dalamnya meliputi faktor internal dan eksternal perusahaan atau lembaga.

d) Sasaran

Dalam sebuah proses perencanaan tentunya pucuk pimpinan dari bidang terkait harus menentukan sasaran sebagai tolak ukur keberhasilan.

e) Strategi Pemasaran

Dalam formulasi strategi ini tentunya harus dilakukan koordinasi yang terintegrasi antar divisi terkait hal ini merupakan upaya optimalisasi dari perencanaan yang akan dilaksanakan.

f) Program Kerja

Strategi merupakan garis besar tindakan untuk mencapai sasaran. Strategi-strategi tersebut tentunya harus diterjemahkan yakni lewat program kerja

g) Proyeksi Laba Rugi

Dengan formulasi rencana dan strategi yang telah ditentukan tentunya harus dibuat anggaran sebagai salah satu penopang dalam pelaksanaan sebuah program sehingga proyeksi laba rugi diperlukan untuk bahan kajian dalam pelaksanaan sebuah program

h) Pengawasan

Bagian terakhir dari rencana adalah pengawasan dengan fungsi memantau kemajuan rencana tersebut. Biasanya sasaran dan anggaran ditetapkan untuk setiap bulan atau triwulan. Manajemen puncak dapat menilai hasil setiap periode dan melihat bisnis mana yang tidak berhasil mencapai sasarannya. Manajer dari bisnis itu harus menjelaskan apa yang terjadi dan tindakan yang akan mereka lakukan untuk memenuhi rencananya.

Pada perencanaan juga berkaitan dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah taktik pemasaran yang digunakan perusahaan dalam upaya mencapai sasaran pemasarannya pada pasar sasaran (Abdullah & Francis, 2021: 53). Mc Carthy dalam mengklasifikasikan kegiatan pemasaran menjadi empat kelompok besar yang disebut 4P (Bauran Pemasaran), yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion* (Abdullah & Francis, 2021:24).

Perlu diketahui bahwa 4P ini menunjukkan perspektif penjual tentang taktik pemasaran yang tersedia untuk memengaruhi sasaran pasar atau pembeli. Pada perspektif pembeli, setiap taktik pemasaran dirancang untuk memberikan manfaat bagi mereka. Robert Lauterborn berpendapat dalam: (Abdullah & Francis, 2021: 72) bahwa 4P berhubungan dengan

4C pelanggan. Pada halaman berikutnya terdapat Tabel Hubungan 4P dan 4C.

Tabel 1 Hubungan 4P dengan 4C

<u>4P</u>	<u>4C</u>
<i>Product</i>	Kebutuhan dan keinginan pelanggan (<i>Customer Needs and Wants</i>).
<i>Price</i>	Biaya pelanggan (<i>Cost to the Customer</i>)
<i>Place</i>	Kemudahan (<i>Convenience</i>)
<i>Promotion</i>	Komunikasi (<i>Communication</i>)

3. Impelentasi

Apabila seluruh tahapan sebelumnya telah dilakukan secara sistematis maka selanjutnya adalah tahap pelaksanaan dengan mengacu pada perencanaan yang telah dibuat. Sebuah lembaga harus membuat sebuah struktur atau organisasi pemasaran yang sanggup melaksanakan pemasaran.

Pada organisasi marketing biasanya dipimpin oleh seorang direktur marketing yang dalam pelaksanaannya melakukan koordinasi pekerjaan seluruh staf pemasaran serta memastikan bahwa manajer iklan bekerja sama dengan manajer penjualan dalam menentukan waktu promosi untuk mendapatkan prospek penjualan baru (Abdullah & Francis, 2021: 73).

4. Pengawasan

Pengawasan berfungsi untuk memantau kemajuan dari perencanaan yang telah ditetapkan. Dalam tahap ini seorang pemimpin dari bagian pemasaran atau marketing melakukan pemantauan proses pemasaran yang sedang berlangsung serta melihat capaian dari apa yang telah dikerjakan.

Apabila sasaran yang telah ditentukan tidak tercapai maka harus ada tindakan korektif untuk bisa memenuhi hal-hal yang sudah direncanakan. *Top Management* dapat melihat hasil pada setiap periode tertentu dalam rangka penilaian pencapaian sasaran bisnis (Abdullah & Francis, 2021: 79)

F. Manajemen Marketing Zakat

Manajemen marketing merupakan bagian penting yang harus dilakukan oleh sebuah lembaga terutama lembaga zakat sehingga hal ini tidak boleh dilewatkan. Sebagai langkah awal, lembaga zakat harus melakukan riset dan pengembangan terkait segmentasi pasar yang dalam hal ini adalah muzakki dan juga mustahik. Lembaga zakat harus menganalisis tentang hal-hal yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan, keinginan dan kepuasan dari muzakki dalam menunaikan zakat dan mustahik sebagai penerimaan manfaat dari penunaian zakat yang dilakukan oleh muzakki. Dengan kata lain muzakki dapat menunaikan kewajibannya dengan rasa puas dan mustahik mendapat nilai manfaat yang bisa membuat kehidupannya jadi lebih baik lagi. Muzakki akan menjadi lebih loyal terhadap sebuah lembaga zakat apabila

kebutuhan, keinginan dan kepuasannya terpenuhi serta hal ini harus dilakukan secara terus-menerus secara adaptif sesuai dengan perubahan-perubahan situasi kondisi yang ada.

Dalam manajemen marketing zakat, ada beberapa hal yang harus menjadi perhatian bagi sebuah lembaga zakat, diantaranya:

1. Segmentasi Pasar

Lembaga zakat harus melakukan pemetaan terhadap segmen-segmen pasar atau produk tertentu dan juga memperhatikan bagaimana karakteristiknya sehingga dapat memudahkan dalam penetapan target pasar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan donatur. Dengan adanya berbagai segmen pasar maka lembaga zakat dapat menyediakan juga berbagai program untuk ditawarkan kepada donatur atau yang dalam hal ini adalah muzakki

2. Penetapan Target Pasar

Apabila sudah ada pemetaan dari segmentasi pasar maka selanjutnya adalah penetapan target pasar yang akan menjadi prioritas dalam pemasaran yang akan dilakukan oleh lembaga zakat.

3. Implementasi Manajemen Marketing

Apabila perencanaan strategi telah dilakukan oleh lembaga zakat maka selanjutnya adalah transformasi dari kedua hal

tersebut menjadi sebuah tindakan pemasaran yang terintegrasi untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan.

G. Partisipasi Muzakki

Menurut Sastropetro (1998: 12) Partisipasi adalah keterlibatan yang bersifat spontan yang disertai kesadaran dan tanggung jawab terhadap kepentingan kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Adapun jenis-jenis partisipasi sebagai berikut:

- a. Partisipasi dalam pikiran, dalam hal ini partisipasi berupa mengusulkan pendapat dan merencanakan berbagai kegiatan demi kesuksesan suatu kegiatan atau program.
- b. Partisipasi dalam tenaga, partisipasi ini dapat berupa sumbangsih tenaga yang diberikan oleh sebagian atau seluruh masyarakat sehingga suatu kegiatan atau program dapat berjalan lancar.
- c. Partisipasi dalam keahlian, bentuk partisipasi ini adalah berdasarkan dari tingkat keahlian, keterampilan, pendidikan, dan pekerjaan yang dimiliki oleh sebagian atau seluruh masyarakat.

Dengan adanya penerapan konsep marketing zakat tentunya memudahkan muzakki menentukan partisipasinya dalam program-program yang ditawarkan LAZ. Dalam kaitannya dengan muzakki, partisipasi disini adalah keikutsertaan yang dapat berupa kontribusi melalui uang, barang dan jasa. Pada Perspektif muzakki adalah menunaikan zakat dalam perogram-program yang ada yang kemudian dapat memberikan penilaiannya terhadap

lembaga pengelola zakat tersebut dengan harapan ada kepuasan yang dirasakan oleh muzakki.

Kepuasan yang dirasakan oleh muzakki ini dapat memicu kesetiaan terhadap lembaga dan dirapkan dapat menjadi pemantik muzakki yang lain untuk menyalurkan donasinya melalui lembaga tersebut.

