

BAB II

KERANGKA TEORITIK

2.1. Pengertian Zakat, *Infaq* dan *Shodaqoh*

Zakat menurut bahasa, berarti *nama* ' artinya kesuburan, *thaharoh* berarti kesucian, *barokah* berarti keberkatan dan berarti juga *tazkiyah tathir* yang artinya mensucikan. *Syara* ' menggunakan kata tersebut untuk kedua arti ini. Pertama, dengan zakat diharapkan akan mendatangkan kesuburan pahala. Karenanya dinamakanlah "harta yang dikeluarkan itu" dengan zakat. Kedua, zakat merupakan suatu kenyataan jiwa yang suci dari kikir dan dosa (M. Hasbi ash-Shiddieqy, 2009:3).

Ditinjau dari segi istilah ada beberapa definisi zakat, di antaranya menurut Asy-Syaukani dalam kitab *Nail Al-Authar*, bahwa yang dimaksud zakat adalah :

إِعْطَاءُ جُزْءٍ مِنَ النَّصَابِ إِلَى فَقِيرٍ وَنَحْوِهِ غَيْرَ مُتَصِفٍ بِمَانِعٍ شَرَعِي يَمْنَعُ مِنَ
التصريف اليه

Artinya : "Memberikan suatu bagian harta yang sudah sampai nisab kepada orang fakir dan sebagainya, yang tidak bersifat dengan sesuatu halangan syara' yang tidak membolehkan kita memberikan kepadanya" (M. Hasbi ash-Shiddieqy, 2009:5).

Sedangkan menurut fiqh Islam zakat adalah sejumlah harta yang wajib dikeluarkan dari kekayaan orang-orang kaya untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya dengan aturan-aturan yang telah ditentukan di dalam *syara* ' (Ahmad Azhar Basyir, 1997:2). Jika

dirumuskan maka zakat adalah sebagian harta yang wajib diberikan oleh setiap muslim yang memenuhi syarat kepada orang-orang tertentu dengan syarat-syarat tertentu.

Selain kata zakat ada istilah lain yang memiliki arti sama membelanjakan harta kekayaan yaitu *infaq* dan *shodaqoh*. *Infaq* ditinjau dari segi bahasa berarti “pembelanjaan”. Ada pula yang disebut *nafaqoh* yang berarti “belanja”. *Anfaqo* berarti “menafkahkan” atau “mengeluarkan” sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu (Didin Hafidhudin, 1998:14).

Infaq secara istilah adalah sesuatu yang diberikan oleh seseorang guna menutupi kebutuhan yang lain, baik berupa makanan, minuman, dan sebagainya; atau menafkahkan sesuatu kepada orang lain berdasarkan rasa ikhlas karena Allah semata (Abdul Azis Dahlan, 1996:716).

Sedangkan menurut terminologi syariah, *infaq* adalah mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan untuk kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam. Jika zakat ada nisabnya, *infaq* tidak mengenal nisab. *Infaq* dikeluarkan setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, apakah di saat lapang maupun di saat sempit (Didin Hafidhudin, 1998:15)

Adapun perbedaan *infaq* dengan zakat dapat dilihat dari nisabnya. Dalam zakat ada nisabnya sedangkan *infaq* tidak ada, baik dia berpenghasilan tinggi maupun rendah, apakah disaat ia lapang maupun sempit, dan zakat diperuntukkan untuk delapan asnaf, sedangkan *infaq*

diberikan kepada siapapun juga, misalnya keluarga, anak yatim, dan lain-lain.

Kata *shodaqoh* berasal dari kata *shidq* yang berarti benar. Benar dalam hubungannya dengan sejalannya perbuatan dan ucapan serta keyakinan (Yusuf Qardawi, 2004:38). Dalam terminologi syariat pengertian sedekah sama dengan pengertian *infaq*, termasuk hukum dan ketentuannya. Hanya saja, jika *infaq* berkaitan dengan materi, *shodaqoh* memiliki arti lebih luas, menyangkut hal-hal yang bersifat non materi (Didin Hafidhudin, 1998:15).

Al Jurjani seorang pakar bahasa Arab dan pengarang buku *at-Ta'rif* (definisi-definisi), mengartikan *shodaqoh* sebagai pemberian seseorang secara ikhlas kepada yang berhak menerimanya yang diiringi oleh pemberian pahala dari Allah SWT (Abdul Aziz Dahlan, 1997:1617).

Perbedaan zakat dan *shodaqoh* menurut *fuqoha* dapat dilihat dari segi subyek (orang yang bersedekah). *Shodaqoh* diwajibkan bagi setiap orang yang beriman, baik miskin maupun kaya, baik kuat maupun lemah. Sedangkan zakat diwajibkan kepada orang-orang tertentu, yaitu orang-orang kaya yang telah memenuhi persyaratan sebagai wajib zakat. Dari segi penerima *shodaqoh* tidak terbatas pada harta secara fisik, melainkan mencakup semua kebaikan. Zakat yang dikeluarkan terbatas pada harta kekayaan secara fisik, seperti hasil pertanian, peternakan, perdagangan dan hasil profesi lainnya (Abdul Aziz Dahlan, 1997:1618).

2.2. Dasar hukum zakat, infaq dan shodaqoh

Zakat yang seperti telah diketahui adalah suatu kewajiban yang tegas berdasarkan ketetapan Allah, begitu pentingnya masalah zakat ini sehingga Al Qur'an memerintahkan kewajiban zakat.

1. Dalam Al Qur'an banyak ayat yang mewajibkan zakat, dimana zakat disebutkan bersama-sama dalam kewajiban shalat, dan keduanya ini merupakan sendi-sendi dalam Islam, digambarkan dan diperlihatkan secara jelas dalam ayat Al Qur'an surah Al-Baqarah 110.

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ
إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿١١٠﴾

Artinya : “Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahalanya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan” (Departemen RI, tt : 30).

2. Dari segi banyak pujian dan janji yang diberikan Allah kepada orang yang menunaikan zakat. Sebagaimana firman Allah dalam surah al Mu'minun 1-4.

قَدْ أَفْلَحَ الْمُؤْمِنُونَ ﴿١﴾ الَّذِينَ هُمْ فِي صَلَاتِهِمْ خَاشِعُونَ ﴿٢﴾ وَالَّذِينَ هُمْ عَنْ
اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ ﴿٣﴾ وَالَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَاةِ فَاعِلُونَ ﴿٤﴾

Artinya : “Sesungguhnya beruntunglah orang-orang yang beriman, (yaitu) orang-orang yang khusyu' dalam sembahyangnya, dan orang-orang yang menjauhkan diri dari (perbuatan dan perkataan) yang tiada berguna, dan orang-orang yang menunaikan zakat” (Departemen RI, tt : 526).

3. Dilihat dari segi ancaman dan celaan Allah untuk orang yang tidak mau membayar zakat. Dalam surat Fushshilat 6-7.

قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ إِلَهٌُ وَاحِدٌ فَاسْتَقِيمُوا إِلَيْهِ
وَأَسْتَغْفِرُوهُ ۗ وَوَيْلٌ لِّلْمُشْرِكِينَ ﴿٦﴾ الَّذِينَ لَا يُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ بِالْآخِرَةِ هُمْ
كَافِرُونَ ﴿٧﴾

Artinya : “Katakanlah bahwasanya aku hanyalah seorang manusia seperti kamu, diwahyukan kepadaku bahwasanya Tuhan kamu adalah Tuhan yang Maha Esa, maka tetaplah pada jalan yang lurus menuju kepada-Nya dan mohonlah ampun kepadaNya. Dan kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang mempersekutukan-Nya, (yaitu) orang-orang yang tidak menunaikan zakat dan mereka kafir akan adanya (kehidupan) akhirat” (Departemen RI, tt : 774).

Infaq dan *shodaqoh* sangat dianjurkan dalam syari’at Islam.

Dasar hukum *infaq*, firman Allah dalam al Qur’an Al Baqarah 262.

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتَّبِعُونَ مِمَّا أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذًى هُمْ
أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٢٦٢﴾

Artinya : “Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkahkaninya itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati” (Departemen RI, tt : 66).

Dari ayat di atas, Bahwasannnya menginfaqkan harta secara ikhlas semata-mata karena Allah dan hanya mengharap keridhoan-Nya, tanpa ada unsur-unsur untuk menyakiti hati penerimanya, dan

tidak untuk pamrih, maka akan mendapatkan pahala di sisi Allah SWT yang berlipat ganda (Saifudin Zuhri, 2000:17-18)

Dalam al Qur'an kata-kata *shodaqoh* sebagaimana firman Allah SWT QS. Al Baqarah 264.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَى كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِثَاءَ
النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ صَفْوَانٍ عَلَيْهِ تُرَابٌ فَأَصَابَهُ
وَابِلٌ فَتَرَكَهُ صَلْدًا ۖ لَا يَقْدِرُونَ عَلَى شَيْءٍ مِّمَّا كَسَبُوا ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي
الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ ﴿٢٦٤﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menghilangkan (pahala) sedekahmu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan si penerima), seperti orang yang menafkahkan hartanya karena riya kepada manusia dan dia tidak beriman kepada Allah dan hari kemudian. Maka perumpamaan orang itu seperti batu licin yang di atasnya ada tanah, kemudian batu itu ditimpa hujan lebat, lalu menjadilah dia bersih (tidak bertanah). Mereka tidak menguasai sesuatupun dari apa yang mereka usahakan; dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir*” (Departemen RI, tt : 66).

Dari ayat di atas dijelaskan bahwa *shodaqoh* hanya mencari kerihnaan Allah semata, dan amat dianjurkan walau hanya berupa perkataan saja. Dan bagi siapa saja yang mengeluarkan *shodaqoh* akan lebih baik diberikan kepada fakir miskin secara tersembunyi, meskipun secara terang-terangan pun dinilai baik asal tidak menimbulkan riya'. Bila hal ini terjadi maka pahalanya terhapus (Saifudin Zuhri, 2000:21).

2.3. Syarat dan Rukun zakat

Ulama' fiqh mengemukakan bahwa ada dua jenis syarat zakat, yaitu syarat wajib dan syarat sahnya zakat.

Adapun syarat wajibnya zakat yaitu sebagai berikut :

2.3.1. Orang yang wajib berzakat

Syarat-syarat yang harus dimiliki *muzakki* (orang yang wajib zakat) adalah sebagai berikut.

- a. Muslim, non-muslim tidak wajib mengeluarkan zakat harta mereka. Ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa yang wajib dikenai zakat adalah orang kaya muslim, sedangkan non muslim tidak dikenai zakat (Abdul Aziz Dahlan, 1997:1987).
- b. Merdeka, menurut ijmak para ahli fiqh, hamba sahaya (budak) tidak dikenai kewajiban zakat, secara hukum mereka tidak memiliki harta, karena diri mereka sendiri dianggap harta (Abdul Aziz Dahlan, 1997:1987).
- c. Baligh dan berakal, menurut mazhab hanafi, bahwa anak kecil atau orang gila tidak dikenai kewajiban zakat, walaupun harta yang dimiliki sudah mencapai *nishab* (Abdul Aziz Dahlan, 1997:1987-1988).

2.3.2. Harta yang wajib dizakati

Harta yang dikeluarkan untuk zakat harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

a. Milik Sempurna

Artinya, harta itu di bawah kontrol dan kekuasaan orang yang wajib zakat atau berada di tangannya, tidak tersangkut di dalamnya hak orang lain, secara penuh ia tidak dapat bertindak hukum dan menikmati manfaat harta itu (Mursidi, 2003: 91-92).

b. Harta yang Berkembang

Artinya harta itu dikembangkan dengan sengaja atau memiliki potensi untuk berkembang dalam rangka mendapatkan keuntungan, seperti pungutan atas hasil bumi dan perkembangbiakan ternak.

c. Cukup satu nishab

Artinya kadar minimal jumlah harta yang wajib dizakati berdasarkan ketentuan *syara'*, yaitu zakat akan dihitung untuk seluruh harta yang sudah senishab, dan bukan nilai harta diatas nishab saja. Nisab yang ditetapkan *syara'* untuk setiap jenis harta berbeda-beda (Murisdi, 2003: 92-93).

d. Satu Haul

Ada dua kelompok benda zakat yang berlaku satu tahun yaitu zakat modal dan zakat pendapatan. Persyaratan berlaku satu tahun hanya diterapkan pada zakat modal, misalnya ternak, uang dan harta benda perdagangan. Sedangkan pada zakat pendapatan, persyaratan satu tahun tidak diberlakukan karena

zakat yang dikeluarkan adalah pada saat pendapatan diterima (Mursidi, 2003: 93-94).

e. Bebas dari hutang

Maksud bebas dari hutang adalah bahwa harta sudah satu *nishab* itu terbebas dari hutang. Apabila hutang tersebut tidak mengurangi *nishab* harta yang wajib dizakatkan, maka zakat tetap wajib dibayarkan.

f. Melebihi kebutuhan pokok

Syarat ini dikemukakan oleh ulama Mazhab Hanafi, berdasarkan firman Allah dalam Surat al Baqarah ayat 219 yang berbunyi.

وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْغَفْوُ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ
لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ .

Artinya: “Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: Yang lebih dari keperluan. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir” (Departemen RI, tt : 53).

Pengertian nafkah dalam ayat ini menurut Ibnu Katsir termasuk zakat. Oleh karena itu harta yang wajib dizakati adalah harta yang melebihi kebutuhan pokok (Abdul Aziz Dahlan, 1997:1988).

Pada *infaq* dan *shodaqoh*, Allah SWT memberikan kebebasan pada pemiliknya untuk menentukan jenis, jumlah, waktu dan pelaksanaannya dari harta yang akan diinfaqkan maupun

dishodaqohkan yang penting *infaq* dan *shodaqohnya* itu dilakukan secara ikhlas (Dawam Raharjo, 1999: 475).

2.3.3. Syarat sahnya zakat meliputi :

1. Niat

Zakat tidak sah kecuali dengan niat *taqarub* kepada Allah, sebab ia merupakan ibadah. Maka barang siapa menunaikannya hanya untuk kedudukan atau hanya pamer maka zakatnya tidak sah (Muhammad Jawad Mugniyah, 1996: 92). Ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa termasuk dalam kategori ibadah dan setiap ibadah harus dimulai dengan niat.

2. Bersifat kepemilikan

Harta yang dikeluarkan sebagai zakat itu bersifat kepemilikan. Artinya, harta yang akan di zakatkan dimiliki secara utuh dan berada di tangan *muzakki*. Apabila sifatnya bukan kepemilikan seperti kebolehan memanfaatkan atau mengkonsumsi saja, maka zakat itu tidak sah (Abdul Aziz Dahlan, 1997:1990).

Mazhab Maliki berpendapat bahwa yang dimaksud dengan harta yang dimiliki secara penuh ialah harta yang dimiliki secara asli dan hak pengeluarannya berada di tangan pemiliknya. Dengan demikian, harta yang digadaikan tidak wajib dizakati karena harta tersebut tidak dikuasai. Sedangkan menurut Mazhab Hanafi berpendapat bahwa harta kepemilikan ialah harta yang dimiliki secara utuh dan berada di tangan

sendiri dan benar-benar dimiliki. Sedangkan Mazhab Syafi'i berpendapat bahwa harta kepemilikan adalah harta yang dimiliki secara asli, penuh dan ada hak untuk mengeluarkannya (Wahbah Al-Zuhayly, 1995:102-104).

2.3.4. Rukun Zakat

Rukun zakat ialah mengeluarkan sebagian dari *nishab*, dengan melepaskan kepemilikan terhadapnya, menjadikannya sebagai milik orang fakir, dan menyerahkannya kepadanya atau harta tersebut diserahkan kepada wakilnya; yakni imam atau orang yang bertugas untuk memungut zakat (Wahbah Al-Zuhayly, 1995:97-98). Adapun rukun zakat adalah sebagai berikut :

1. Niat dalam hati
2. Ada orang yang menunaikan zakat (*muzakki*).
3. Ada orang yang menerima zakat (*mustahiq*).
4. Ada harta yang dizakatkan.

2.4. Pengumpulan zakat, *infaq* dan *shodaqoh*

Menurut ajaran Islam, zakat sebaiknya dipungut oleh negara atau pemerintah yang bertindak sebagai wakil fakir miskin untuk menghimpun harta dari orang-orang kaya. Yang dimaksud sebagai wakil adalah amil. Adapun landasan yang dijadikan sebagai pedoman penarikan zakat oleh pemerintah diantaranya al-Qur'an at-Taubah 103.

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٣﴾

Artinya : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui” (Departemen RI, tt : 297).

Quraish Shihab dalam bukunya yang berjudul Membumikan al Qur'an menjelaskan tentang penyerahan zakat kepada pemerintah atau amil (Quraish Shihab, 1998: 452-458). Yang dikutip dari bukunya Yusuf Qardawi mengenai hukum zakat, adalah sebagai berikut.

- 1) Imam Abu Hanifah berpendapat bahwa *al-amwal al-zhahiroh* harus diserahkan kepada imam, sedang *al-amwal al-bathiniah* terserah kepada pemilik harta.
- 2) Maliki berpendapat bahwa pada dasarnya zakat wajib diserahkan kepada imam yang adil.
- 3) Imam Syafi'i berpendapat bahwa harta yang bersifat batin, si pemilik dapat membagi-baginya sendiri. Sedangkan dalam bentuk zahir terdapat dua pilihan antara wajib atau tidaknya dibagikan sendiri.
- 4) Imam Hanafi berpendapat bahwa tidak diwajibkan penyerahan dan pembagian oleh imam atau amil. Tetapi apabila si pemilik menyerahkannya, maka kewajibannya telah gugur.

Pada prinsipnya pengumpulan zakat itu bisa dilakukan oleh pemerintah. Akan tetapi, para *muzakki* boleh melakukan pembagian zakat, *infaq* dan *shodaqoh* sendiri kepada mereka yang berhak menerimanya.

Dalam Undang-Undang pengelolaan zakat pasal 11-12 disebutkan ada dua macam zakat yang harus dikeluarkan oleh *muzakki*, yaitu zakat maal dan zakat fitrah. Adapun jenis-jenis harta yang dikenai zakat adalah : 1) emas, perak dan uang; 2) perdagangan dan perusahaan; 3) hasil pertanian, hasil perkebunan dan hasil perikanan; 4) hasil pertambangan; 5) hasil peternakan; 6) hasil pendapatan dan jasa (zakat profesi); 7) barang temuan/rikaz.

Penghimpunan zakat maal disesuaikan dengan *nishab*, kadar dan waktunya ditetapkan berdasarkan hukum agama. Pengumpulan dikelola oleh badan amil zakat dengan cara menerima atau mengambil dari *muzakki* atas dasar pemberitahuan *muzakki*. Badan amil zakat dapat bekerjasama dengan bank dalam pengumpulan zakat harta *muzakki* yang berada di bank atas permintaan *muzakki* (UU no 38, 1999 :11-12). Tata cara pengumpulan dana ZIS dilakukan dengan cara pemungutan atau pemotongan yang sebelumnya telah disepakati oleh instansi.

Selain dana zakat, badan amil zakat dapat juga menerima dana *infaq*, *shodaqoh*, hibah, wasiat, waris dan kafarat. Dalam hal ini penghitungan *muzakki* dapat melakukannya sendiri atau dapat meminta bantuan kepada badan amil zakat sesuai dengan ketentuan syari'at Islam. Zakat yang telah dibayarkan kepada badan amil zakat dikurangi dari laba atau pendapatan sisa kena pajak dari wajib pajak yang bersangkutan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Selain itu, Undang-Undang pengelolaan zakat bab IV pasal 12 ayat 1 dan 2 menyebutkan bahwa BAZ dapat bekerja sama dengan bank di wilayahnya masing-masing dalam mengumpulkan dana zakat dari harta *muzakki* yang disimpan di bank atas persetujuan *muzakki*. BAZ juga dapat menerima harta selain zakat, seperti *infaq*, *shodaqoh*, hibah, wasiat, waris, dan kafarat.

Undang-undang zakat pasal 12 ayat 3 menyebutkan bahwa zakat yang telah dibayarkan kepada BAZ atau LAZ dikurangkan dari beban atau pendapatan sisa kena pajak dari wajib pajak yang bersangkutan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Adapun lingkup kewenangan pengumpulan untuk BAZ Kabupaten atau Kota adalah mengumpulkan zakat dari *muzakki* pada instansi atau lembaga pemerintah dan swasta, perusahaan-perusahaan, dan dinas daerah Kabupaten atau Kota (Keputusan Menteri Agama (KMA) Bab IV pasal 25/c).

Peran fungsi dan tugas bidang penghimpunan, memang dikhususkan mengumpulkan dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* dari masyarakat. Dana ini tidak hanya dari perorangan, melainkan juga dari berbagai perusahaan dan lembaga. Dalam melaksanakan aktifitas penggalangan dana tersebut, bagian penghimpunan dapat menyelenggarakan berbagai macam kegiatan. Dari sekian banyak kegiatan itu, inti kegiatan penghimpunan sesungguhnya terletak pada dua hal. Pertama dananya berasal dari donator atau perorangan. Kedua, sebagai manusia donator mengeluarkan dana karena

adanya sentuhan tertentu. Mengingat dua hal itu, yakni donator sebagai subyek dan adanya layanan khusus, maka devisi penghimpunan dapat mengembangkan dua hal dalam kendali dan kordinasinya. Dua bidang itu adalah bidang galang dan bidang layanan donator (Eri Sudewo, 2004:189-190).

2.5. Strategi Pemasaran

Strategi menurut kamus bahasa Indonesia berarti mengenai (menurut) siasat perang; direncanakan menurut siasat perang, bagus letaknya (Poerwadarminto, 2006:1092). Strategi berasal dari istilah militer yang berasal dari bahasa Yunani “*stratego*” yang berarti kepemimpinan dan ketentaraan (Crown Dirgantoro, 2001:5).

Strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Freddy Rangkuti, 1997:4).

Secara istilah strategi adalah suatu hal yang menetapkan arah kepada “manajemen” dalam arti orang tentang sumber daya dalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan dalam pasar. Dengan kata lain, definisi strategi mengandung dua komponen yaitu : *future intentions* (tujuan jangka panjang) dan *competitive advantage* (keunggulan bersaing). Secara sederhana kedua hal tersebut dinyatakan dalam sebuah definisi singkat oleh Michael Porter dari Harvard sebagai sebuah kombinasi

yang ingin dicapai perusahaan dan bagaimana untuk mencapai tujuan ahir (Crown Dirgantoro, 2001:5-6).

Sedangkan pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas (Freddy Ranggkuti, 1997:48).

Selain itu, pemasaran juga dapat diartikan suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen (Josep P.Cannon, William D, Perrcault, 2008:8).

Pemasaran dapat diterapkan ke organisasi laba maupun nirlaba. Setidaknya dengan menerapkan strategi pemasaran, organisasi tersebut akan mendapatkan keuntungan dari pelanggan atau klien. Namun, organisasi jenis lain mungkin mencari anggota yang lebih banyak atau diterimanya suatu ide. Pelanggan atau klien bisa jadi merupakan konsumen individu, perusahaan bisnis, organisasi nirlaba, agen pemerintah, atau bahkan negara asing. Sementara sebagian besar pelanggan atau klien membayar untuk mendapatkan barang dan jasa yang mereka terima, yang lain mungkin menerimanya secara cuma-cuma atau harga yang lebih murah melalui

bantuan pemerintah maupun swasta (Josep P.Cannon, William D, Perrcault, 2008:8).

Dengan demikian, strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Sofjan Assauri, 2007:168-169).

Dalam strategi pemasaran perusahaan atau lembaga harus menentukan pasar target dan bauran pemasaran yang terkait. Strategi ini merupakan gambaran besar mengenai yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan di suatu pasar. Ada dua bagian yang saling berkaitan (Josep P.Cannon, William D, Perrcault, 2008:40) :

2.5.1. Pasar Target (Target Marketing)

Pasar target yaitu sekelompok pelanggan yang homogen yang ingin ditarik oleh perusahaan tersebut. Perlu dicatat bahwa suatu strategi pemasaran menentukan pembeli sasaran tertentu. Pendekatan ini disebut “pemasaran target”. Artinya menarget semua orang dengan bauran pemasaran yang sama. Pemasaran target tidak terbatas pada segmen pasar kecil. Pasar yang cukup homogen. Namun,

menarget pasar yang sangat besar. Seorang pemasar dengan target akan secara sengaja menjadikannya sasaran.

Alasan utama untuk berfokus pada calon pelanggan adalah agar dapat merancang suatu bauran pemasaran yang akan memuaskan kebutuhan spesifik para pelanggan tersebut agar lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain. Ketika suatu perusahaan hati-hati menarget bauran pemasarannya, perusahaan tersebut akan cenderung lebih sedikit menghadapi competitor langsung. Dengan demikian nilai dari superior untuk pelanggan dapat dicapai dengan manfaat yang diberikan oleh keseluruhan bauran pemasaran dibandingkan hanya mengandalkan harga yang rendah (Josep P.Cannon, William D, Perrcault, 2008:42) :

Selain itu, organisai juga harus mengetahui unsur-unsur pemasaran. Unsur-unsur pemasaran dapat dikategorikan menjadi tiga unsur utama (Freddy Rangkuti, 1997:51) yaitu:

a. Unsur strategi persaingan

Unsur strategi persaingan dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu :

1. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah tindakan mengidentifikasikan dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing segmen konsumen memiliki

karakteristik, kebutuhan, produk dan bauran pemasaran tersendiri.

2. Targeting

Targeting adalah suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.

3. Positioning

Positioning adalah penetapan posisi pasar. Tujuan positioning ini adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar kedalam benak konsumen.

b. Unsur taktik pemasaran

Terdapat dua unsur taktik pemasaran :

1. Diferensiasi, yang berkaitan dengan cara membangun strategi pemasaran dalam berbagai aspek di perusahaan. Kegiatan membangun strategi pemasaran inilah yang membedakan diferensiasi yang dilakukan suatu perusahaan dengan yang dilakukan oleh perusahaan lain.
2. Bauran pemasaran adalah variabel-variabel yang akan diawasi yang disusun oleh perusahaan tersebut untuk memuaskan kelompok yang ditarget. Keegiatannya berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mengenai produk, harga promosi dan tempat.

c. Unsur nilai pemasaran

Unsur nilai pemasaran dibagi menjadi 3.

1. Merek dan brand, yaitu nilai yang berkaitan dengan nama atau nilai yang dimiliki dan melekat pada suatu perusahaan. Sebaiknya perusahaan senantiasa berusaha meningkatkan merek atau brand. Agar pelanggan tertarik kepada produk yang di pasarkan.
2. Pelayanan atau service, yaitu nilai yang berkaitan dengan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen. Kualitas pelayanan kepada konsumen ini perlu terus menerus ditingkatkan.
3. Proses, yaitu nilai yang berkaitan dengan prinsip perusahaan untuk membuat setiap karyawan terlibat dan memiliki rasa tanggung jawab dalam proses memuaskan konsumen, baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

2.5.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Bauran pemasaran yaitu variabel-variabel yang akan diawasi yang disusun oleh perusahaan tersebut untuk memuaskan kelompok yang ditarget. Terdapat banyak cara yang bisa dilakukan untuk memuaskan kebutuhan pembeli sasaran. Suatu produk bisa jadi memiliki banyak fitur berbeda. Tingkat kepuasan pelanggan sebelum atau sesudah penjualan dapat disesuaikan. Akan berguna bagi

organisasi untuk mengurangi semua variable dalam bauran pemasaran menjadi empat variabel dasar yaitu :1. Produk (produk), 2. Place (tempat), 3. Promosion (promosi), 4. Price (Harga) (Josep P. Cannon, William D, Perrcault, 2008:43).

1. Produk

Wilayah produk berkaitan dengan menyusun produk yang benar untuk suatu pasar target. Penawaran ini bisa melibatkan barang, jasa, atau campuran dari keduanya. Bahwa produk tidak terbatas hanya pada barang. Bersama-sama dengan keputusan sekitar produk seperti merek, kemasan, dan garansi.

2. Place (tempat)

Tempat berkaitan dengan semua keputusan dalam membawa produk yang benar ke wilayah pasar target. Suatu produk tidak akan banyak gunanya bagi seorang pelanggan jika tidak tersedia pada saat dan tempat yang dibutuhkan. Produk dapat mencapai pelanggan melalui saluran distribusi. Terkadang, suatu system saluran cukup pendek. System ini dapat langsung mengalir dari suatu produsen ke pengguna ahir. Hal ini khususnya benar dalam pasar bisnis dan pemasaran jasa. Saluran bersifat langsung ketika produsen menggunakan situs online untuk menangani pesanan dari pelanggan target, baik itu konsumen akhir atau suatu organisasi. Dengan demikian, saluran langsung telah menjadi umum sejak adanya internet.

3. Promosi

Promosi berkaitan dengan memberitahu pasar target atau pihak lain dalam saluran distribusi mengenai produk yang tepat. Terkadang promosi ditujukan untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada. Promosi mencakup penjualan personal, penjualan massal, dan promosi penjualan.

Penjualan personal melibatkan komunikasi langsung antara penjual dan calon pembeli. Penjualan pribadi biasanya dilakukan dengan pertemuan langsung. Tetapi terkadang komunikasi tersebut berlangsung melalui telepon atau internet. Penjualan personal memberi peluang bagi tenaga penjual untuk mengadaptasi bauran pemasaran perusahaan tersebut dengan masing-masing calon pelanggan. Selain itu, kadang perhatian khusus dibutuhkan setelah terjadi penjualan. Layanan pelanggan merupakan komunikasi pribadi antara penjual dan pembeli yang menginginkan penjual untuk menyelesaikan suatu masalah pembeli. Sering kali merupakan kunci dari pembangunan bisnis yang berulang. Penjualan massal adalah komunikasi dengan sejumlah besar pelanggan pada waktu bersamaan. Bentuk utama penjualan massal adalah iklan (*advertising*) yaitu presentasi non personal dari ide, barang, atau jasa apapun yang dibayar oleh suatu sponsor. Publisitas (*publicity*) bentuk presentasi non

personal dari ide, barang, atau jasa apapun yang tidak dibayar, merupakan bentuk penting lain dari penjualan massal. Penjualan massal dapat melibatkan berbagai jenis media, mulai dari koran, papan iklan, hingga internet.

Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah aktifitas promosi yang mendorong minat, keinginan untuk mencoba, atau pembelian oleh pelanggan atau pihak lain dalam saluran tersebut. Kegiatan ini bisa melibatkan penggunaan kupon, stempel, tanda, konteks, katalog, hadiah, dan iklan.

4. Harga

Selain merancang produk, tempat dan promosi, perusahaan juga harus menetapkan harga secara benar. Penentuan harga harus mempertimbangkan jenis kompetisi dalam pasar target dan biaya keseluruhan bauran pemasaran. Seorang manajer juga harus mencoba memperkirakan reaksi pelanggan atas harga-harga yang mungkin ada.

Perumusan strategi pemasaran didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan

terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut (Freddy Rangkuti, 1997: 48).

Seperti halnya sebuah perusahaan, organisasi pengelola zakat pun mesti memiliki strategi dalam merebut perhatian dari pasar donatur (*muzakki*), dalam hal ini UPZ telah memiliki pasar tersendiri yaitu, para wajib zakat (*muzakki*), dan mempertahankan loyalitas mereka.

Lebih dari itu UPZ juga bertanggung jawab untuk menumbuhkan kesadaran para wajib zakat (*muzakki*) agar membayarkan zakat, *infaq* dan *shodaqoh* mereka. Hal ini dipandang sangat penting untuk kontinuitas dan upaya pemberdayaan masyarakat yang mereka lakukan. Untuk itu perlu bagi UPZ membangun sebuah strategi untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut dengan baik.

Agar UPZ dapat menghimpun dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* dengan mudah. Maka strategi yang perlu diterapkan adalah strategi pemasaran. Sebab pemasaran merupakan suatu upaya perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan *muzakki*. Di samping itu, strategi pemasaran juga sebagai upaya untuk mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan *muzakki* dapat terpenuhi dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.

Dengan demikian, melihat definisi di atas. Maka strategi pemasaran pengumpulan dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* adalah suatu rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan

panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan atau UPZ.

Lebih jelasnya jika melihat teori pemasaran yang ditawarkan Josep P. Cannon maka strategi pemasaran penghimpunan dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* adalah sebuah cara yang dilakukan oleh lembaga zakat dalam menghimpun dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* dengan mempromosikan, mendistribusikan, dan memberikan pelayanan kepada *muzakki* agar *muzakki* merasa ingin menyalurkan hartanya melalui lembaga zakat tersebut.

Dengan kata lain, strategi pemasaran penghimpunan dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha penghimpunan zakat, *infaq* dan *shodaqoh* perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Sofjan Assauri, 2007:168-169).

2.6. Pengertian Amil

Pengelolaan zakat dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah. Terdiri atas unsur masyarakat dan pemerintah dengan tugas mengumpulkan, mendistribusikan dan mendayagunakan zakat sesuai dengan ketentuan agama (Keputusan Menteri Agama (KMA) Bab I pasal I/1) dengan susunan BAZ nasional, provinsi, kabupaten atau kota, dan kecamatan yang berkedudukan sesuai dengan tingkatan masing-masing

(Keputusan Menteri Agama (KMA) Bab II pasal 2/1,3). Dalam hal ini Allah berfirman: QS. at Taubah 60.

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ
وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴿٦٠﴾

Artinya: “*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana*” (Departemen RI, tt : 288).

Adapun pengertian amil ini banyak sekali para ulama atau ahli yang mengemukakannya, ada yang secara sederhana dan ringkas, dan ada pula yang panjang lebar dan terperinci. Berikut pengertian tersebut:

Amil jamaknya 'amilun atau 'amilin, adalah orang-orang yang mengurus pelaksanaan zakat, memisah-misah, meneliti orang yang membutuhkan, kemudian membagikannya kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Menurut Imam al-Syafi'i seperti yang dikutip Sjechul Hadi Permono bahwa amilin adalah orang-orang yang diangkat untuk memungut zakat dari pemilik-pemilikinya, yaitu para *sa'i* (orang-orang yang datang ke daerah-daerah untuk memungut zakat) dan penunjuk-penunjuk jalan yang menolong mereka (Sjechul Hadi Permono, 1995:19).

Menurut Yusuf Qardlawi bahwa yang dimaksud dengan amil zakat ialah mereka yang melaksanakan segala kegiatan urusan zakat, mulai dari

para pengumpul sampai kepada penghitung yang mencatat keluar masuk zakat dan membagi kepada para mustahiqnya (Yusuf Qardlawi, 1996:545).

Amilun adalah orang-orang yang diutus untuk menghasilkan zakat, yaitu mereka yang mengambil, menimbang, menakar, dan mencatat, mereka itu diberi upah dari zakat itu. Senada dengan pengertian ini, al Mardawi menambahkan dengan penggembala, penjaga dan penghitung.

Sayyid Sabiq mengatakan bahwa amil itu adalah mereka yang diangkat oleh imam atau wakilnya untuk mengumpulkan zakat dari orang-orang kaya, yaitu orang-orang yang mengumpulkannya, para penjaganya, penggembala ternaknya dan petugas pencatatnya (Sayyid Sabiq, 1993: 281).

Sementara Wahbah al Zuhaily menyebutkan bahwa amil itu adalah orang yang diutus ke suatu daerah untuk mengambil zakat, termasuk orang-orang yang bertugas di perbatasan untuk mengawasi keluar masuknya barang perdagangan guna diperhitungkan zakatnya, orang yang mendata para muzakki, para penaksir harta yang wajib dizakati, penghitung dan penggembala ternak zakat, penakar, penimbang, dan semua yang dibutuhkan untuk itu.

Dari beberapa pendapat yang telah dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa amil adalah petugas yang ditunjuk oleh imam (penguasa) untuk memungut zakat dan memberikan kepada yang berhak menerimanya sebagaimana diperintahkan oleh Allah. Suatu hal yang harus diperhatikan ialah sebelum orang dituntut untuk menyerahkan lebih banyak hasil usahanya (zakat), yang lebih penting adalah menentukan cara

mengorganisasikan pungutan zakat dan penggunaannya, agar memberikan daya dan hasil guna, sehingga tujuan zakat tercapai. Di samping itu juga mengkaji mengapa umat Islam seperti enggan membayar zakat (Nourouzzaman Shiddiqi, 1996:149).

Dalam Undang-Undang Zakat Bab III pasal 6 dijelaskan bahwa pemerintah, mulai tingkat pusat sampai ke tingkat kecamatan membentuk badan amil zakat sesuai dengan tingkatannya. Terkait masa jabatannya, sesuai Keputusan Menteri Agama (KMA) Bab II pasal 13 dengan masa jabatan 3 (tiga) tahun. Untuk daerah tingkat II, badan amil zakat disahkan dengan keputusan Bupati atau Wali Kota, yang susunan personalianya ditetapkan oleh Kepala Kantor Departemen Agama Kabupaten atau Kota Kasi Urusan Agama Islam dengan tahapan:

1. Membentuk tim penyeleksi yang terdiri atas unsur ulama, cendikiawan, tenaga profesional, praktisi pengelola zakat, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang terkait, dan unsur pemerintah.
2. Menyusun kriteria pengurus BAZ.
3. Mempublikasi rencana pembentukan BAZ secara luas kepada masyarakat.
4. Menyeleksi calon pengurus BAZ sesuai dengan keahliannya.
5. Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten/Kota mengusulkan kepada Bupati/Wali Kota untuk pengesahannya.
6. Calon pengurus BAZ harus memiliki sifat amanah, mempunyai visi dan misi, berdedikasi, profesional, dan berintegritas tinggi. Hal itu

sesuai Undang-Undang Zakat Bab II pasal 6/5 bahwa struktur organisasi BAZ terdiri dari unsur pertimbangan, pengawas, dan pelaksana.

Keputusan Menteri Agama (KMA) pasal 5 ayat 1-4, untuk BAZ tingkat Kabupaten/Kota dijelaskan sebagai berikut.

1. BAZ daerah kabupaten atau kota terdiri atas dewan pertimbangan, komisi pengawas, dan badan pelaksana.
2. Badan pelaksana terdiri atas seorang ketua, dua orang wakil ketua, sekretaris, seorang bendahara, seksi pengumpulan, seksi pendistribusian, seksi pendayagunaan, dan seksi pengembangan.
3. Dewan pertimbangan terdiri atas seorang ketua, seorang wakil ketua, seorang sekretaris, seorang wakil sekretaris, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang anggota.
4. Komisi pengawas terdiri atas seorang ketua, seorang wakil ketua, seorang sekretaris, seorang wakil sekretaris, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang anggota.

Beberapa hadits menyebutkan bahwa Nabi SAW mengutus pemungut zakat dan menugaskan di antara mereka ada yang mengawasi. Sebagaimana dinyatakan Ibnu Latibah, ketika ia mengutus pengawasnya (Nourouzzaman Shiddiqi, 1996:739). Oleh karena itu para imam menurut ahli fiqh wajib mengutus pemungut zakat.

Menurut Muhammad Abu Zahrah para khalifah sepeninggal Nabi SAW berkeyakinan bahwa pengumpulan zakat itu adalah wewenang

penguasa, bahkan kewajiban. Orang-orang yang menentang zakat diperangi, sebab zakat merupakan indikator ketaatan (Muhammad Abu Zahrah, 1995:135). Selanjutnya dia mengutip pendapat Ibnu Abidin bahwa landasan penarikan zakat adalah kekuasaan penguasa demi melindungi umat. Jika tidak ada perlindungan, maka tidak perlu ada penarikan.

Nouruzzaman Shiddiqi mengutip pendapat Hasbi ash Shiddieqi yang mengatakan bahwa agar pemungutan zakat itu dapat teratur dan terkoordinasi perlulah pemerintah segera membentuk dewan zakat baik di pusat maupun di daerah secara vertikal (Nourouzzaman Shiddiqi, 1997:208).

Sjechul Hadi Permono mengatakan bahwa pelaksanaan zakat bukanlah persoalan pribadi antara *muzzaki* dan *mustahiq*, melainkan merupakan tata pemerintahan dan ketatanegaraan, karena zakat menyangkut bagaimana negara atau pemerintah melaksanakan tugasnya mewujudkan kesejahteraan umum demi mencapai masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual (Nourouzzaman Shiddiqi, 1997: 208).

Pada buku yang lain dikatakan bahwa menegakkan sistem zakat merupakan salah satu kewajiban utama bagi pemerintah, karena ia memikul tanggung jawab untuk memelihara semua orang fakir miskin dan orang-orang lemah fisik ataupun ekonominya. Pelaksanaan zakat di masyarakat secara tradisional adalah perseorangan, sehingga zakat tidak terarah bahkan tidak sesuai dengan fungsi dan hikmah zakat itu sendiri. Oleh karena itu, Pemerintah Republik Indonesia berhak dan wajib mengurus zakat. Tidak

boleh membiarkan para pemilik harta menyelesaikan sendiri urusan pemberian (distribusi) zakat untuk dapat menumbuhkan tata kehidupan yang selaras, serasi, dan seimbang (Sjechul Hadi Permono, 1993:152-153).

Zakat dalam Islam bukanlah suatu tugas yang hanya diberikan kepada seseorang, melainkan juga merupakan salah satu tugas dari tugas-tugas pemerintah untuk mengaturnya dan memberikannya kepada orang-orang yang berhak menerimanya.

2.7. Tugas dan wewenang Badan Amil Zakat

Badan amil zakat ini telah diatur oleh negara. Ada tiga kepengurusan dalam badan amil zakat; yaitu dewan pertimbangan, komisi pengawas, dan badan pelaksana. Dalam menjalankan tugasnya ketiganya mempunyai tugas masing masing, akan tetapi saling berkaitan satu dengan lainnya.

Dalam suatu organisasi dewan pertimbangan, sebagai pemberi motivasi sekaligus penggerak laju perkembangan, tidak lepas dari kepengurusan. Sesuai Keputusan Dirjen Bimas Islam dan Urusan Haji Bab II pasal 5/1 dijelaskan bahwa dewan pertimbangan yang bertugas sebagai berikut.

1. Menetapkan garis-garis kebijakan umum BAZ bersama komisi pengawas dan badan pelaksana mengeluarkan fatwa *syari'ah*, baik diminta maupun tidak, berkaitan dengan hukum zakat yang wajib diikuti oleh pengurus BAZ.
2. Memberikan pertimbangan, saran dan rekomendasi kepada badan pelaksana dan komisi pengawas.

3. Menampung, mengolah dan menyampaikan pendapat umat tentang pengelolaan zakat.

Keputusan Dirjen Bimas Islam dan Urusan Haji Bab II pasal 5/1.

Selain dewan pertimbangan, badan amil zakat juga mempunyai komisi pengawas yang bertugas untuk :

1. Mengawasi pelaksanaan rencana kerja yang telah disahkan.
2. Mengawasi pelaksanaan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan.
3. Mengawasi operasional kegiatan yang dilaksanakan badan pelaksana, yang mencakup pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan.
4. Melakukan pemeriksaan operasional dan pemeriksaan syari'ah dan peraturan perundang-undangan.
5. Menunjuk akuntan publik.

Sebagai ujung tombak badan amil zakat, sesuai Keputusan Dirjen Bimas Islam dan Urusan Haji Bab II pasal 7/2, badan pelaksana diberikan tugas sebagai berikut :

1. Membuat rencana kerja yang meliputi rencana pengumpulan, penyaluran, dan pendayagunaan zakat.
2. Melaksanakan operasional pengelolaan zakat sesuai dengan rencana kerja yang telah disahkan dan sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan.
3. Menyusun program tahunan.

4. Menyampaikan laporan tahunan pertanggungjawaban kepada pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) sesuai dengan tingkatannya.
5. Bertindak dan bertanggungjawab untuk dan atas nama BAZ, baik ke dalam maupun ke luar.

Para amil zakat mempunyai berbagai tugas dan pekerjaan, yang semuanya berhubungan dengan zakat yang menurut Al Jashshash seperti dikutip oleh Abdurrachman Qodir sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi *muzakki*.
2. Menetapkan kriteria harta benda yang wajib dizakati.
3. Menyeleksi jumlah *mustahiq*.
4. Menetapkan jadwal pembayaran zakat bagi *mustahiq*.
5. Menentukan kriteria penyaluran bagi tiap-tiap *mustahiq* sesuai dengan kondisi masing-masing.

Didin Hafidhuddin membagi tugas amil itu secara garis besarnya menjadi dua:

1. Mendata *muzakki* secara cermat dan teliti, membina, menagih, mengumpulkan, menerima, mendoakan, mengadministrasikan, dan menjaga.
2. Mendata *mustahiq*, menghitung jumlah kebutuhannya, menentukan kiat pendistribusiannya (konsumsi atau produksi) dan membina (Didin Hafidhuddin, 1998:23).

Menurut Yusuf Qardawi, seorang amil zakat hendaknya memenuhi syarat-syarat sebagai berikut (Yusuf Qardawi, 1996:551-555).

1. Hendaklah dia seorang muslim, karena zakat itu urusan kaum muslimin, maka Islam menjadi syarat bagi segala urusan mereka.
2. Hendaklah petugas zakat itu seorang mukalaf, yaitu orang dewasa yang sehat akal fikirannya.
3. Petugas zakat itu hendaklah orang jujur, karena ia diamanati harta kaum muslimin.
4. Memahami hukum-hukum zakat.
5. Mempunyai kemampuan untuk melaksanakan tugas.
6. Sebagian ulama membolehkan mengangkat kerabat yang mempunyai kemampuan bekerja.
7. Sebagian ulama mensyaratkan amil zakat laki-laki
8. Sebagian ulama mensyaratkan amil itu orang merdeka, bukan seorang hamba.

Selain itu, tujuan lembaga pengelola zakat antara lain : pertama, meningkatkan kesadaran masyarakat dalam penunaian dan pelayanan zakat. Sebagaimana realitas yang ada di masyarakat sebagian umat Islam yang kaya belum menunaikan ibadah zakatnya, jelas ini bukan persoalan kemampuan, tapi menyangkut kurangnya kesadaran. Kedua, meningkatkan fungsi dan peranan keagamaan dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial. Ketiga, meningkatkan hasil guna dan daya guna zakat (Muhamad Hasan, 2011:38). Untuk mencapai tujuan di atas, kelembagaan

dalam pengelolaan zakat memiliki posisi strategis. Dengan pengelolaan zakat secara kelembagaan, pengumpulan zakat akan lebih optimal.