

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi**

Strategi sering digunakan oleh organisasi-organisasi dalam mencapai tujuannya, begitu juga dalam dunia bisnis. Biasanya istilah strategi sering digunakan dalam perang guna memenangkan pertempuran dengan lawannya, namun kali ini strategi juga dipergunakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Adapun pengertian strategi sendiri ada beberapa tokoh mengemukakan pendapatnya, diantaranya.

Menurut Jauch dan Glueck sebagaimana dikutip oleh Freddy Rangkuti strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>9</sup> Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.<sup>10</sup> Strategi merupakan suatu kelompok keputusan, tentang tujuan-tujuan apa yang akan diupayakan pencapaiannya, tindakan apa yang perlu dilakukan, dan bagaimana cara memanfaatkan sumber-sumber daya guna mencapai tujuan-tujuan tersebut.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Lawrence R. Jauch & William f. Glueck, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Terjemahan oleh Murad; A.R. Henri Sitanggang; Herman Wobowo, (Jakarta: Erlangga, 1996), 9.

<sup>10</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), 3.

<sup>11</sup> J. Winardi, *Entetepreneur dan Enterpreneurship, Cetakan Ketiga* (Jakarta: Fajar Interpretama offset, 2008), 108.

Dalam memasarkan suatu produk diperlukan sebuah strategi guna meningkatkan pendapatan yang diperoleh suatu perusahaan, strategi ini disebut setrategi pemasaran. Menurut Kotler Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran sering digambarkan sebagai “seni menjual produk”.<sup>12</sup>

Menurut Sofjan Assauri 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.<sup>13</sup>

Dari beberapa pengertian strategi di atas, maka dapat dikatakan bahwa strategi adalah sebuah rencana dari perusahaan yang terintegrasi guna mencapai tujuan perusahaan dengan memperhatikan faktor-faktor lingkungan.

Setiap perusahaan dalam memasarkan produk yang dihasilkannya menjalankan setrategi pemasaran, sehingga dapat mencapai sasaran yang diharapkannya. Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarahkan kegiatan atau usaha pemasaran dan suatu perusahaan, dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah, agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan.<sup>14</sup> Jadi dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan,

---

<sup>12</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid II* (Jakarta: Penerbit PT. Indeks, 2005), 9.

<sup>13</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Setrategi* ( Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 167.

<sup>14</sup> Ibid. 170.

perusahaan harus terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi pasar dari produknya, serta posisi perusahaan dalam memasarkan produknya dipasar, maka dapatlah ditentukan tujuan dan sasaran apa yang diharapkan akan dapat dicapai dalam bidang pemasaran, dan bagaimana kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi atau perusahaan. Setiap organisasi atau perusahaan membutuhkan strategi manakala situasi berikut:

1. Sumber daya yang dimiliki terbatas
2. Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi
3. Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi
4. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu
5. Ada ketidak pastian mengenai inisiatif<sup>15</sup>

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan kelompok. Proses pemasaran yang meliputi penjualan dan distribusi dapat memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen melalui empat langkah pokok yaitu :

---

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), 13.

1. Menentukan tujuan dan distribusi dalam rangka menerapkan strategi pemasaran perusahaan
2. Mengidentifikasi dayatarik penjualan yang paling tepat untuk digunakan dalam pencapaian tujuan
3. Menentukan dan menugaskan sumber daya manusia dan finansial yang dibutuhkan untuk program penjualan dan distribusi
4. Mengevaluasi kinerja program dalam rangka menyesuaikan program apabila diperlukan

Adapun perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan manajer dalam melakukan fungsi pemasarannya adalah dengan menganalisa kondisi lingkungan internal maupun eksternal pada perusahaan itu sendiri yang biasa dikenal dengan analisis SWOT yang meliputi lingkungan internal perusahaan diantaranya kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dari perusahaan itu sendiri. Lingkungan eksternal perusahaan diantaranya peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) bagi perusahaan.

Ada beberapa faktor dalam menentukan proses menganalisis faktor lingkungan diantaranya :

1. Faktor-faktor Kekuatan (*Strength*)

Adalah antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran.

2. Faktor-faktor Kelemahan (*Weakness*)

Ialah keterbatasan atau kekurangan sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

### 3. Faktor-faktor Peluang (*Opportunities*)

Ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

### 4. Faktor-faktor Ancaman (*Threats*)

Adalah faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis.<sup>16</sup>

Pada umumnya manajer perusahaan menggunakan analisis SWOT untuk melakukan fungsi manajerialnya. Karena dengan analisis SWOT ini manajer mampu dan mengetahui kondisi objektif perusahaan dan akan membantu dalam pengambilan keputusan yang tepat.

Ada beberapa pilihan dalam menjalankan strategi pemasaran diantaranya adalah:

1. strategi pengembangan pasar (*Market development*) adalah strategi pemasaran untuk produk yang sudah ada, tetapi merambah ke pasar yang baru pengembangan pasar terdiri dari atas memasarkan produk-produk yang ada saat ini, sering kali terkait hanya dengan modifikasi yang bersifat kosmetik, untuk pelanggan di wilayah-wilayah pasar yang terkait dengan cara menambah saluran distribusi atau dengan cara mengubah konten iklan atau promosi.

---

<sup>16</sup> P.Sondang, Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 1995), 172-173.

2. Strategi pengembangan produk (*product development*) adalah strategi pemasaran di pasar yang ada tetapi dengan meluncurkan produk yang baru, melibatkan modifikasi substansial terhadap produk yang ada saat ini atau penciptaan produk yang baru namun masih terkait yang dapat dipasarkan pada pelanggan saat ini melihat melalui saluran distribusi yang sudah ada. Strategi pengembangan produk sering kali digunakan untuk memperjang siklus hidup dari produk yang ada saat ini maupun untuk memanfaatkan reputasi atau merek yang menguntungkan.
3. Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration*) strategi pemasaran di pasar yang ada dengan produk yang ada, atau dengan kata lain mempertahankan wilayah dan produk yang ada atau strategi penetrasi pasar berusaha untuk meningkatkan market share bagi produk atau pelayanan yang ada sekarang pada pasar yang tersedia melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih besar.<sup>17</sup>

Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal konsumen, maka produk tersebut tidak diketahui manfaatnya, dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi, yang merupakan salah satu acuan/bauran pemasaran.<sup>18</sup>

Konsep persaingan dalam Islam untuk meningkatkan pangsa pasarnya adalah memberikan yang terbaik bagi konsumen dan sekaligus untuk

---

<sup>17</sup> Pearce John A, *Manajemen Strategis Formulasi Implementasi dan pengendalian* (jakarta: Salemba Empat, 2008), 270.

<sup>18</sup> Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, 264.

mengungguli para pesaingnya, maka ada beberapa cara yang dapat ditempuh perusahaan diantaranya:

1. Bekerja dalam besaing dengan cara-cara yang lebih efisien
2. Membuat barang atau jasa yang lebih bermutu
3. Memberikan pelayan yang lebih baik<sup>19</sup>

Islam telah memberikan ajaran bagi umatnya untuk berbuat kebaikan bagi orang lain terutama dalam hal bisnis. Ketika perusahaan sudah mampu memberikan suatu hal yang lebih baik dan bermanfaat bagi orang lain dalam hal ini konsumen, maka secara otomatis konsumen akan tertarik dan memillih barang atau jasa yang ditawarkan sehingga perusahaan dapat menghadapi para pesaingnya secara sehat dan dapat meningkatkan pangsa pasar. Sesuai dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah 148 yang berbunyi:



*Artinya: Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (QS. Al-Baqarah: 148)<sup>20</sup>*

Memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat merupakan hal yang penting yang perlu diperhatikan karena secara langsung atau tidak, produk yang dihasilkan itu fokusnya kepada masyarakat. Pada waktu kita memberikan

<sup>19</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Penerbit Ekonisia, 2004), 109.

<sup>20</sup>Departemen Agama RI, *AlQur'an al-Karim dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 1996).

pelayanan atau melayani orang lain hendaknya bermurah hati (seperti senyum, ramah tamah, dan sopan serta santun).<sup>21</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori Sofjan Assauri sebagai tolak ukur dalam penelitian ini untuk menentukan teori strategi yang digunakan BAZNAS Kota Kediri dalam pengelolaan zakat māl.

## **B. Konsep Zakat Dalam Islam**

### **1. Pengertian Zakat**

Ditilik dari sudut etimologi, kata zakat (*al zakah*) merupakan kata dasar masdar dari *zaka* yang berarti suci, berkah, tumbuh, dan terpuji, yang semua arti itu sangat populer dalam penerjemahan baik al Quran maupun hadis. Sesuatu dikatakan *zaka* apabila ia tumbuh dan berkembang, dan seseorang disebut zaka, jika orang tersebut baik dan terpuji. Sehingga bisa dikatakan bahwa "tanaman itu zaka", artinya tanaman itu tumbuh. Juga dapat dikatakan bahwa tiap sesuatu yang bertambah adalah zaka. Bila satu tanaman tumbuh tanpa cacat maka kata zaka disini berarti suci.<sup>22</sup>

Sedangkan para ulama fiqh memberikan pengertian yang berbeda-beda mengenai zakat antara lain sebagai berikut:

#### **a. Menurut mazhab Syafi'i**

zakat adalah sebuah ungkapan untuk keluarnya harta atau hibah sesuai dengan cara khusus.

---

<sup>21</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam*.

<sup>22</sup> Sudirman, *Zakat dalam Pusaran Arus Modernitas* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 5.



b. Menurut mazhab Maliki

Zakat adalah mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus pula yang telah mencapai nishab (batas kuantitas yang mewajibkan zakat) kepada orang-orang yang berhak menerimanya (mustahiq). Kepemilikan itu penuh dan mencapai haul (setahun) bukan barang tambang dan barang pertanian.

c. Menurut mazhab Hanafi

Zakat adalah menjadikan harta yang khusus dari harta yang khusus, yang ditentukan oleh syariat karena Allah SWT. Kalau menjadikan harta sebagai pemilik (tamlik) dalam definisi dimaksudkan sebagai penghindaran dari kata ibadah (pembolehan).

d. Menurut mazhab Hambali

Zakat adalah hak yang wajib (dikeluarkan) dari harta yang khusus untuk kelompok khusus pula.<sup>23</sup>

Sedangkan zakat dalam istilah lain adalah jumlah harta yang dikeluarkan untuk diberikan kepada golongan-golongan yang telah ditetapkan syarat.<sup>24</sup>

Hubungan antara pengertian zakat menurut bahasa dengan pengertian menurut istilah, sangat nyata dan erat sekali, yaitu bahwa harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadi berkah tumbuh, berkembang, dan bertambah suci dan baik.

---

<sup>23</sup> Wahbah Al-zuhayly, *Zakat: Kajian Berbagai Mazhab*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 83.

<sup>24</sup> M. Hasbi Ash-Shiddieqiy, *Kuliah Ibadah: Ibadah Ditinjau Dari Segi Hukum Dan Hikmah* (Semarang: Pustaka Rizki Putra, edisi 2, Cet. ke-1, 2000), 212.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwasanya zakat merupakan salah satu kewajiban bagi umat Islam yang memiliki dua sisi nilai. Sisi nilai yang pertama adalah berhubungan dengan nilai pembersihan diri dan harta benda bagi umat yang melaksanakan zakat. Hal ini didasarkan pada tujuan dari pelaksanaan zakat tersebut, yakni membersihkan diri dan membersihkan harta benda. Sedangkan sisi nilai yang kedua adalah sisi nilai ibadah sosial, yakni ibadah yang ditujukan untuk perbaikan keadaan sosial. Hal ini didasarkan pada obyek tujuan pemberian zakat.

**2. Dasar Hukum Zakat**

a. Al-Qur'an.

Zakat merupakan salah satu dari kewajiban dan rukun Islam. Syari'at hanya mewajibkan zakat pada harta-harta tertentu saja dan telah diterangkan secara rinci kepada umat manusia.

Firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah: 277:



*Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang beriman, mengerjakan amal saleh, mendirikan shalat dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati.(QS. Al-Baqarah: 277).*<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Departemen Agama RI, *AlQur'an al-Karim dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 1996), 69.

## b. As-Sunnah.

حَدَّثَنَا إِسْحَاقُ بْنُ يَزِيدَ أَخْبَرَنَا شُعَيْبُ بْنُ إِسْحَاقَ أَخْبَرَنَا الْأَوْزَاعِيُّ أَخْبَرَنِي يَحْيَى بْنُ أَبِي  
 آثِرٍ أَنَّ عَمْرَو بْنَ يَحْيَى بْنِ عُمَارَةَ أَخْبَرَهُ عَنْ أَبِيهِ يَحْيَى بْنِ عُمَارَةَ بْنِ أَبِي الْحَسَنِ أَنَّهُ سَمِعَ أَبَا  
 سَعِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ يَقُولُ قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَيْسَ فِيمَا دُونَ خَمْسِ أَوْاقٍ  
 صَدَقَةٌ وَلَيْسَ فِيمَا دُونَ خَمْسِ دَوْدٍ صَدَقَةٌ وَلَيْسَ فِيمَا دُونَ خَمْسِ أَوْسُقٍ صَدَقَةٌ (أَخْرَجَهُ  
 البخاري)

*Artinya: "Menceritakan Ishaq bin Yazid menceritakan Syu'aib bin Ishaq, berkata Al-Auzā'i saya diberitahu Yahya bin Abī Kasīr sesungguhnya 'Amr bin Yahya bin Umārah diceritakan dari bapaknya Yahya bin Umārah bin Abil Hasan sesungguhnya beliau mendengar Abā Sa'īd Ra. Berkata: Nabi SAW bersabda: tidak wajib zakat emas atau perak yang kurang dari ilmu uqiyah. Tidak wajib zakat unta yang kurang dari lima ekor dan tidak wajib zakat bahan makanan pokok yang kurang dari lima wasaq". (HR. Imam Bukhori).<sup>26</sup>*

## c. Ijma'

Adapun dalil berupa ijma' adalah adanya kesepakatan semua (ulama') umat Islam di semua negara kesepakatan bahwa zakat adalah wajib. Bahkan, para sahabat Nabi saw. sepakat untuk membunuh orang-orang yang enggan mengeluarkan zakat. Dengan demikian barang siapa yang mengingkari kefarduannya, berarti dia kafir atau jika sebelumnya dia merupakan seorang muslim yang dibesarkan di daerah muslim, menurut kalangan para ulama' adalah murtad. KEPADANYA diterapkan hukum-hukum orang murtad. Seseorang

<sup>26</sup> Abī Abdillāh Muhammad bin Ismā'īl bin Ibrāhīm bin al-Mugīrah al-Bukhāri al-Ja'fiy, *Ṣaḥīḥ al-Bukhāri*, (Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah, Cet. ke-1, 1992, juz 1), 430.

hendaknya menganjurkannya untuk bertaubat. Anjuran itu dilakukan sebanyak tiga kali. Jika dia tidak mau bertaubat, mereka harus dibunuh.<sup>27</sup>

### 3. Macam-Macam Zakat.

Secara umum zakat dibedakan menjadi dua, yaitu:

#### a. Zakat Fitrah.

Zakat fitrah adalah zakat diri yang diwajibkan atas diri setiap individu lelaki dan perempuan muslim yang berkemampuan dengan syarat-syarat yang ditetapkan. Kata fitrah yang ada merujuk pada keadaan manusia saat baru diciptakan sehingga dengan mengeluarkan zakat ini manusia dengan izin Allah akan kembali fitrah.<sup>28</sup>

Zakat fitrah dikeluarkan untuk menyucikan orang yang berpuasa jika sekiranya orang itu telah berbuat kesalahan-kesalahan yang tidak disengaja, disamping itu merupakan bantuan yang berarti sekali bagi kaum miskin di Hari Raya. Zakat fitrah umumnya untuk memperingatkan setiap orang Muslim yang dalam menjalankan ibadah puasanya supaya jangan sekali-kali melupakan saudara-saudaranya yang kekurangan didalam merayakan Hari Raya.<sup>29</sup>

Setiap Muslim yang mampu diwajibkan membayar zakat fitrah untuk dirinya sendiri dan keluarga yang ditanggungnya, termasuk pembantunya, yaitu sebesar 2,7 kg per orang. Zakat tersebut dapat diwujudkan dalam bahan pangan pokok ataupun uang.

#### b. Zakat *Māl*.

<sup>27</sup> Wahbah Al-zuhayly, *Zakat: Kajian Berbagai Mazhab*, 90.

<sup>28</sup> [http://id.wiki.pedia.org/wiki/zakat\\_fitrah](http://id.wiki.pedia.org/wiki/zakat_fitrah).

<sup>29</sup> Abdullah Sidiq, *Azaz-Azaz Hukum Islam*, (Jakarta: Widjaya, Cet. ke-1, 1982),119.

Zakat *māl* adalah zakat yang dikenakan atas harta (*māl*) yang dimiliki oleh individu atau lembaga dengan syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan syariat Islam. *Māl* berasal dari bahasa Arab yang secara harfiah berarti harta. Zakat *māl* adalah zakat yang wajib dibayarkan setiap muslim yang memiliki harta yang sudah sampai nishab dan haul.

Para pemikir ekonomi Islam kontemporer mendefinisikan zakat *māl* sebagai harta yang telah ditetapkan oleh pemerintah atau pejabat berwenang, kepada masyarakat umum atau individu yang bersifat mengikat dan final, tanpa mendapat imbalan tertentu yang dilakukan pemerintah sesuai dengan kemampuan pemilik harta, yang dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan delapan golongan yang telah ditentukan oleh al-Qur'an.<sup>30</sup>

#### **4. Syarat wajib zakat**

Zakat mempunyai beberapa syarat wajib dan syarat sah. Menurut kesepakatan para ulama, bahwa syarat wajib zakat adalah sebagai berikut:

##### **a. Merdeka**

Yaitu zakat dikenakan kepada orang-orang yang bebas dan dapat bertindak bebas, menurut kesepakatan para ulama zakat tidak wajib atas hamba sahaya yang tidak mempunyai hak milik.

##### **b. Muslim**

Menurut Ijma' zakat tidak wajib atas orang kafir karena zakat ini merupakan ibadah *mahdah* yang suci sedangkan orang kafir bukan orang suci maka tidak wajib mengeluarkan zakat.

---

<sup>30</sup> Nurdin Muhd Ali, *Zakat Sebagai Instrument Dalam Kebijakan Fiskal* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006), 6.

c. Baligh dan berakal

Zakat tidak wajib diambil atas harta anak kecil dan orang-orang gila sebab keduanya tidak termasuk ke dalam ketentuan orang yang wajib mengerjakan ibadah seperti sholat dan puasa.

d. Kepemilikan harta yang penuh

Harta yang akan dikeluarkan zakatnya haruslah murni harta pribadi dan tidak bercampur dengan harta milik orang lain. Jika dalam harta kita bercampur dengan harta milik orang lain sedangkan kita akan mengeluarkan zakat, maka harus dikeluarkan terlebih dahulu harta milik orang lain tersebut.

e. Mencapai *nishab*

*Nishab* adalah batasan antara apakah kekayaan itu wajib zakat atau tidak sesuai ketentuan syara' sebagai pertanda kayanya seseorang dan kadar-kadar yang mewajibkannya berzakat. Jika harta yang dimiliki seseorang telah mencapai *nishab*, maka kekayaan tersebut wajib zakat, jika belum mencapai *nishab*, maka tidak wajib zakat.

f. Mencapai *haul*

*Haul*, yaitu kekayaan yang dimiliki seseorang apabila sudah mencapai satu tahun hijriyah atau telah mencapai jangka waktu yang mewajibkan seseorang mengeluarkan zakat.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Wahbah Al-zuhayly, *Zakat: Kajian Berbagai Mazhab*, 98-107.

Sedangkan syarat sahnya adalah niat yang menyertai pelaksanaan zakat.<sup>32</sup>

## 5. Macam-macam Zakat Māl

Dalam fiqih Islam harta kekayaan yang wajib dizakati digolongkan dalam beberapa kategori dan masing-masing kelompok berbeda *nishab*, *haul* dan kadar zakatnya, yakni sebagai berikut:

a. Emas dan perak

Emas dan perak termasuk logam mulia yakni merupakan tambang elok yang dijadikan perhiasan dan dijadikan mata uang yang berlaku dari waktu ke waktu.

b. Hasil pertanian

Hasil pertanian adalah hasil tumbuh-tumbuhan atau tanaman yang bernilai ekonomis seperti biji-bijian, umbi-umbian, sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias, rumput-rumputan, daun-daunan, dan sebagainya.

c. Hasil peternakan

Yakni hewan ternak yang dipelihara selama setahun dan tidak dipekerjakan sebagai tenaga pengangkutan. Meliputi hewan besar (unta, sapi, kerbau), hewan kecil (kambing, domba) dan unggas (ayam, itik, burung).

d. Harta perniagaan

---

<sup>32</sup> Ibid.

Harta perniagaan adalah semua yang dapat diperjual belikan untuk meraih keuntungan dari berbagai jenisnya, baik berupa barang seperti alat-alat, pakaian, makanan, perhiasan, dll.

e. Hasil tambang dan barang temuan

*Ma'din* (hasil tambang) adalah benda-benda yang terdapat di dalam perut bumi dan memiliki nilai ekonomis seperti emas, perak, timah, tembaga, marmer, giok, minyak bumi, batu-bara dan sebagainya.

*Rikaz* (barang temuan) adalah harta yang terpendam didalam tanah dari zaman dahulu atau biasa disebut dengan harta karun. Termasuk didalamnya harta atau barang yang ditemukan dan tidak ada yang mengaku sebagai pemiliknya.

f. Kekayaan yang bersifat umum.

Termasuk zakat profesi, saham, obligasi, rezeki tak terduga, undian, dan sebagainya.<sup>33</sup>

## 6. Delapan ashnaf yang menerima zakat

Secara khusus zakat itu dibagikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya atau *mustahiq*, yang dalam Al-Qur'an Surat at-Taubah ayat 60, *mustahiq* ini dibagi dalam delapan kelompok yaitu:

a. *Fakir*, yaitu orang yang tidak berharta dan tidak mempunyai pekerjaan dalam hidupnya.

---

<sup>33</sup> Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*(Jakarta; PT. Grasindo, 2006), 25-36.



- b. *Miskin*, yaitu orang yang tidak dapat mencukupi hidupnya meskipun mereka bekerja.
- c. *'Amil*, yaitu orang yang mengurus zakat.
- d. *Mu'allaf*, yaitu orang yang masih lemah imannya karena baru masuk Islam.
- e. *Riqāb*, yaitu budak yang dijanjikan merdeka oleh majikannya.
- f. *Gārim*, yaitu orang yang mempunyai hutang dan tidak sanggup melunasinya.
- g. *Sabīlillāh*, yaitu orang yang berjuang di jalan agama (Islam).
- h. *Ibnu Sabīl*, yaitu orang yang kehabisan bekal dalam perjalanan yang baik.<sup>34</sup>

### C. Manajemen Pengelolaan Zakat

Kata manajemen merupakan kata serapan dari bahasa Inggris, yakni *Management*. Menurut *Oxford Advanced Dictionary of Current English* sebagai mana dikutip Sudirman, bahwa manajemen berakar kata *manage* yang berarti *control* dan *succeed* (sukses).<sup>35</sup> Sedangkan secara istilah menurut Stoner (1986) yang dikutip oleh Fakhruddin mengartikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan usaha-usaha dari anggota organisasi (manusia) dan dari sumber-sumber organisasi lainnya (materi) untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Pedoman Zakat: 9 Seri*, (Jakarta: Proyek Pembinaan Zakat Dan Wakaf, 1991), 6-7.

<sup>35</sup> Sudirman, *Zakat dalam Pusaran Arus Modernitas*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), 71.

<sup>36</sup> Fakhruddin, *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 266.

Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa manajemen adalah suatu proses, sedangkan proses adalah cara sistematis untuk melakukan sesuatu pekerjaan, proses tersebut terdiri dari kegiatan-kegiatan manajemen, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan dan pengawasan (*controlling*).

Melihat poses dalam suatu manajemen diatas, maka manajemen zakat meliputi kegiatan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan dan pengawasan (*controlling*) terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat. Dengan demikian yang menjadi tujuan bagi manajemen zakat yang utama adalah untuk memperoleh suatu teknik yang baik dan tepat agar dapat mempermudah dan mempercepat proses pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Sedangkan pengertian zakat itu sendiri sudah jelas. Yaitu harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau suatu badan yang dimiliki oleh orang muslim (*muzakki*) sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya (*mustahiq*).<sup>37</sup>

Dalam penjelasan diatas maka muncul sebuah istilah yang bagaikan dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan, yaitu *muakki* (orang atau badan yang berkewajiban mengeluarkan zakat) dan *mustahiq* (orang yang berhak menerima zakat).

Pengelolaan zakat di Indonesia dilakukan oleh BADAN Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dengan cara menerima atau mengambil harta atau barang zakat dari *muzakki* atas dasar pemberitahuan *muzakki*. Badan

---

<sup>37</sup> Ibid, 267.

Amil Zakat (BAZ) juga dapat bekerjasama dengan bank dalam pengumpulan zakat harta *muzakki* yang berada di bank atas permintaan *muzakki*.

Namun demikian, apabila diinginkan, maka *muzakki* dapat melakukan penghitungan sendiri hartanya dan kewajiban zakatnya berdasarkan hukum agama. Akan tetapi jika tidak dapat menghitung sendiri hartanya dan kewajiban zakatnya, maka *muzakki* dapat meminta bantuan kepada Badan Amil Zakat (BAZ) atau Lembaga Amil Zakat (LAZ) untuk menghitung zakatnya tersebut.<sup>38</sup>

#### **D. Lembaga Amil Zakat (LAZ)**

Menurut Imam Syafi'i *amilun* adalah orang-orang yang diangkat untuk memungut zakat dari pemilik-pemilikinya. Dari pengertian di atas maka amil ialah orang-orang yang bertugas mengumpulkan zakat.<sup>39</sup>

Definisi menurut UU Nomor 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, amil adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat.

Amil zakat adalah orang-orang yang ditugaskan oleh imam, kepala pemerintahan atau wakilnya untuk mengumpulkan zakat, jadi pemungut-pemungut zakat termasuk para penyimpan, penggembala-penggembala ternak dan yang mengurus administrasinya. Mereka dapat menerima bagian zakat sebagai imbalan jerih payahnya dalam membantu kelancaran zakat, karena mereka telah mencurahkan tenaganya untuk kepentingan orang Islam, walaupun mereka kaya.

Lembaga amil zakat sebagaimana tercantum dalam UU zakat adalah lembaga zakat yang dibentuk oleh masyarakat. Lembaga-lembaga ini bisa

---

<sup>38</sup> Ibid, 268.

<sup>39</sup> Asnaini, *Zakat Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 54.

lingkup operasinya tingkat regional ataupun nasional. Lembaga tersebut bisa dibentuk organisasi politik, takmir masjid, pesantren, media masa, bank dan lembaga keuangan dan lembaga kemasyarakatan.

Menjadikan lembaga amil zakat lebih proposional harus memiliki standar yang harus dipenuhi yaitu: Lembaga harus bersifat amanah, fathonah, transparan dan manajemen yang *qualified*. Standar itu juga harus didukung dengan tidak mengelakkan atau menafikan persyaratan konvensional seperti pengurus amil harus muslim, mukallaf, memahami hukum Islam tentang zakat, mampu melaksanakan tugas ke'*amilan* dan memiliki sifat jujur.

Berdasarkan UU RI No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, bahwa pengelolaan zakat dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk oleh masyarakat dan dikukuhkan oleh pemerintah.<sup>40</sup>

#### 1. Badan Amil Zakat (BAZ)

Struktur lembaga BAZ terdiri dari tiga bagian, yaitu Dewan Pertimbangan, Komisi Pengawasan dan Badan Pelaksana. Fungsi masing-masing struktur di BAZ dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Dewan Pertimbangan berfungsi memberikan pertimbangan, fatwa, saran dan rekomendasi tentang pengembangan hukum dan pemahaman mengenai pengelolaan zakat.
- b. Komisi Pengawas memiliki fungsi melaksanakan pengawas internal atau operasional kegiatan yang dilaksanakan Badan Pelaksana.

---

<sup>40</sup> M. Arif Mufraeni, *Akuntansi dan Manajemen Zakat "Mengomunikasi Kesadaran dan Membangun Jaringan* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 132.

- c. Badan Pelaksana mempunyai fungsi melaksanakan kebijakan BAZ dalam program pengumpulan, penyaluran, dan pendayagunaan zakat.<sup>41</sup>

BAZ juga memiliki struktur dari pusat hingga kecamatan. BAZ di tingkat pusat disebut dengan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang berdiri berdasarkan surat keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 8 tahun 2001 tanggal 17 Januari 2001. Sedangkan BAZ di tingkat propinsi dikenal dengan sebutan Badan Amil Zakat Daerah (BAZDA) Tk/IBAZDA Propinsi. Lembaga ini berdiri disetiap propinsi di seluruh Indonesia. Untuk mengoptimalkan kinerja BAZ dibentuklah BAZ di tingkat kabupaten atau kotamadya yang disebut dengan BAZDA Tk II/BAZDA Kabupaten/Kota. Struktur BAZDA bahkan sudah sampai ke kecamatan yang dinamakan BAZ Kecamatan.<sup>42</sup>

Mengingat BAZ merupakan lembaga pengelola zakat profesional, BAZ memiliki kewajiban sebagai berikut:

- a. Melakukan kegiatan sesuai dengan program kerja yang telah dibuat.
- b. Menyusun laporan tahunan termasuk laporan keuangan.
- c. Mempublikasikan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit oleh akuntan publik atau lembaga pengawas pemerintah yang berwenang melalui media massa sesuai dengan tingkatannya, paling lambat enam bulan setelah tahun buku berakhir.
- d. Menyerahkan laporan tersebut kepada pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat sesuai dengan tingkatannya.
- e. Merencanakan kegiatan tahunan.

---

<sup>41</sup> Gustian Djuanda, *Pelaporan Zakat*, 3.

<sup>42</sup> Sudirman, *Zakat Dalam*, 72.

- f. Mengutamakan pendistribusian dan pendayagunaan dana zakat yang diperoleh di daerahmasing-masing sesuai dengan tingkatannya.

Walaupun BAZ dibentuk oleh pemerintah, tetapi sejak awal proses pembentukannya sampai kepengurusan harus melibatkan unsur masyarakat. Menurut peraturan hanya posisi sekretaris saja yang berasal dari pejabat Departemen Agama. Dengan demikian, masyarakat luas dapat menjadi pengelola BAZ sepanjang kualifikasinya memenuhi syarat dan lolos seleksi, sebagaimana tertuang dalam pasal 6 Undang-undang No. 38 Tahun 1999.

## 2. Lembaga Amil Zakat (LAZ).

Sebagaimana BAZ, Lembaga Amil Zakat (LAZ) juga memiliki berbagai tingkatan, yaitu :

- a. Nasional, dikukuhkan oleh Menteri Agama.
- b. Daerah provinsi, dikukuhkan oleh Gubernur atas usul Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi.
- c. Daerah Kabupaten atau Kota, dikukuhkan oleh Bupati atau Walikota atas usul Kepala Kantor Departemen Agama Kabupaten atau Kota.
- d. Kecamatan, dikukuhkan oleh Camat atas usul Kepala Kantor urusan Agama Kecamatan.<sup>43</sup>

Lembaga Amil Zakat (LAZ) ini, agar dapat dikukuhkan oleh pemerintah dengan memenuhi beberapa syarat, yaitu :

- a. Akte pendirian (berbadan hukum)
- b. Data muzakki dan mustahik.

---

<sup>43</sup> Gustian Djuanda, *Pelaporan Zakat*, 7.

- c. Data susunan pengurus.
- d. Rencana program kerja jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang.
- e. Neraca atau laporan posisi keuangan.
- f. Surat pernyataan bersedia untuk diaudit.

Jika sebuah LAZ tidak lagi memenuhi persyaratan pengukuhan dan tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana di atas, pengukuhannya dapat ditinjau ulang bahkan sampai dicabut. Mekanisme peninjauan ulang terhadap LAZ dilakukan dengan memberikan peringatan tertulis sampai tiga kali. Bila telah tiga kali diperingatkan secara tertulis tidak ada perbaikan, akan dilakukan pencabutan pengukuhan. Pencabutan pengukuhan tersebut akan mengakibatkan :<sup>44</sup>

- a. Hilangnya hak pembinaan, perlindungan dan pelayanan dari pemerintahan.
- b. Tidak diakuinya bukti setoran zakat yang dikeluarkannya sebagai pengurangan penghasilan kena pajak.
- c. Tidak dapat melakukan pengumpulan dana zakat.

Akan tetapi jika LAZ sudah mendapatkan pengukuhan dari pemerintah, maka memiliki kewajiban sebagai berikut :

- a. Segera melakukan kegiatan sesuai dengan program kerja yang telah dibuat.
- b. Menyusun laporan, termasuk laporan keuangan.

---

<sup>44</sup> Sudirman, *Zakat Dalam*, 102.

- c. Mempublikasikan laporan keuangan yang telah diaudit melalui media massa.
- d. Menyerahkan laporan kepada pemerintah.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Gustian Djuanda, *Pelaporan Zakat*, 8.