

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi *Fundraising*

1. Pengertian Strategi *Fundraising*

Menurut Kenneth Andrews, strategi merupakan pola penentuan keputusan-keputusan dan tindakan untuk mengubah suatu kondisi yang diinginkan oleh organisasi di masa depan sebagai suatu respon atas tuntutan perubahan lingkungan organisasi.¹

Menurut bahasa, *fundraising* berarti penghimpunan dana atau penggalangan dana. Sedangkan menurut istilah, *fundraising* merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat, infaq, shadaqah dan sumber daya lainnya dari masyarakat, baik individu, kelompok organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik. *Fundraising* adalah kegiatan yang banyak membutuhkan sasaran calon muzakki, untuk proses mempengaruhi masyarakat baik perorangan atau institusi (lembaga) agar menyalurkan dana kepada sebuah organisasi atau lembaga sehingga bisa menjadi donatur tetap yang merupakan sumber utama dari aktivitas sebuah lembaga amil.²

¹ Nanang Fattah, *Manajemen Strategik Berbasis Nilai (Value Based Strategic Management)* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 4.

² Abdul Khamil Dan Sony Bakhtiar, *Dahsyatnya Memberi Untuk Negeri* (Jember: Pustaka Abadi, 2018), 13

Fundraising merupakan proses dimana memengaruhi individu, masyarakat, lembaga, perusahaan, dan sejenisnya untuk berkontribusi dalam mendanai program atau produk. *Fundraising* pada dasarnya bukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sehingga diperlukan *effort* yang lebih besar untuk mengajak mereka dan merangkul para calon donatur. Maka cara untuk menyampaikan gagasan dari produk yang ditawarkan, sering kali disebut dengan program. Sehingga keberlangsungan program sangat bergantung kepada kemampuan lembaga dalam mengumpulkan donasi untuk mendanainya.³

Hamid Abidin mengungkapkan, aspek dalam strategi fundraising dikenal sebagai siklus *fundraising* yang terdiri dari identifikasi calon donatur, pengelolaan dan penjagaan donatur, penggunaan metode fundraising serta monitoring dan evaluasi *fundraising*.⁴ Berikut penerapannya:

a. Identifikasi donatur

Identifikasi donatur adalah ketika organisasi menentukan siapa dan bagaimana profil dari potensial donatur yang akan digalangnya. Berdasarkan jenis sumber dayanya, pendekatan fundraising terbagi menjadi dua yakni retail fundraising dan institusional fundraising. Retail fundraising adalah penggalangan dana dengan memfokuskan

³ Abdul Hakim, *Manajemen Harta Wakaf Produktif dan Investasi dalam Ekonomi Syariah*, Riptek, Vol.4, No.11, Tahun 2010, . 22

⁴ Hamid Abidin, dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, Serta Strategi Penggalangannya*, (Depok: Piramedia, 2009), 134.

target atau sasarannya pada perorangan. Sedangkan institusional *fundraising* lebih memfokuskan pada penggalangan dari lembaga atau organisasi, misalnya perusahaan, lembaga donor, pemerintah, atau yayasan amal lokal.

b. Penggunaan metode *fundraising*

Penentuan metode yang tepat untuk melakukan pendekatan terhadap donatur. Hal ini perlu dilakukan karena akan menjadi penentu keberhasilan perolehan dana yang sebesar-besarnya dari *fundraising* pada para donatur.

c. Pengelolaan dan penjagaan donatur

Pengelolaan donatur dilakukan dengan tujuan meningkatkan jumlah donasi, mengarahkan donatur untuk mendonasikan pada program tertentu, atau meningkatkan status dari donatur tidak tetap menjadi donatur tetap. Sementara penjagaan donatur dapat dilakukan dengan kunjungan hangat, mengirimkan informasi, memberikan layanan kepada donatur, melibatkan donatur dalam berbagai kegiatan, mengirimkan hadiah, atau membantuk memecahkan persoalan donatur.

d. Monitoring dan evaluasi fundraising

Yaitu memantau bagaimana proses dilakukannya dari kegiatan fundraising serta menilai efektivitasnya. Hal ini dilakukan untuk menilai seberapa efektif upaya yang dilakukan, memastikan apakah

ada permasalahan dalam pelaksanaannya serta seberapa besarnya pencapaiannya terhadap target yang telah dilakukan.

Maka dapat dipahami bahwa strategi *fundraising* adalah suatu upaya untuk mempengaruhi masyarakat, baik individu maupun kelompok agar lebih mengenal lembaga itu sendiri sehingga mereka tertarik beramal untuk kebaikan dengan menyalurkan donasinya yang nantinya akan ditasyarufkan kepada masyarakat yang benar-benar membutuhkan, dalam rangka menjalankan program yang telah direncanakan.

2. Dasar Hukum *Fundraising* Zakat, Infaq, Sedekah

Dasar hukum *fundraising* zakat telah dijelaskan dalam Q.S At-Taubah [9] : 103 :

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

Artinya : “Ambillah zakat dari harta mereka guna membersihkan dan menyucikan untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui” (Q.S At- Taubah [9] : 103)⁵

Dasar hukum *fundraising* infaq telah dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah [2] : 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تَغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاللَّهُ
عَلِيمٌ ﴿٢٦٧﴾

⁵ Usman el-Qurtuby, *Al-Qur`an Hafalan Mudah Terjemah & Tajwid Warna*, (Bandung: Cordoba International-Indonesia, 2020), 203.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Q.S Al-Baqarah [2] : 267)⁶

Dasar hukum *fundraising* sedekah telah dijelaskan dalam Q.S Al-

Baqarah [2] : 264 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَاتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَىٰ ۚ كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِثَاءَ
النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۚ فَمَثَلُهُ ۚ كَمَثَلِ صَفْوَانٍ عَلَيْهِ تُرَابٌ فَأَصَابَهُ ۚ
وَأَبْلٌ فَتَرَكَهُ ۚ صَلْدًا ۚ لَا يَقْدِرُونَ عَلَىٰ 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”. (Q.S Al-Baqarah [2] : 264)⁷

3. Metode Strategi *Fundraising*

Metode *fundraising* harus memberikan suatu kenyamanan, kemudahan, kepercayaan, kebanggaan dan manfaat bagi masyarakat sebagai donatur. Maka strategi *fundraising* sangat penting bagi sebuah organisasi amil zakat, karena sebagai upaya untuk mencanangkan sesuatu

⁶ Ibid 44.

⁷ Ibid 45.

yang lebih kreatif dan sangat inovatif sehingga dapat mengumpulkan donasi sebanyak-banyaknya guna kelancaran program- program yang ada. Sehingga langkah selanjutnya diperlukan untuk merencanakan sebuah strategi agar mempermudah hal-hal yang akan dilakukan. Terdapat dua strategi yang digunakan organisasi pengelola zakat didalam proses fundraising, yaitu:⁸

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

Strategi ini menggunakan teknik dimana *muzakki* atau donatur dapat berpartisipasi secara langsung. Apabila seorang *muzakki* ingin berdonasi setelah disosialisasikan oleh lembaga penggalangan dana, hal ini mudah dilakukan dan informasi yang dibutuhkan untuk berdonasi juga sudah tersedia dengan lengkap. Contohnya termasuk *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung.

b. Strategi *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Indirect fundraising atau fundraising tidak langsung adalah metode yang dilakukan dengan cara yang tidak melibatkan partisipasi secara langsung para muzakki. Metode ini biasanya digunakan dalam promosi untuk membangun citra lembaga institusional yang kuat, tanpa diarahkan untuk segera berdonasi pada saat itu juga, sebagai contoh dari metode ini adalah advertorial, image campaign, penyelenggaraan

⁸ Murtadho Ridwan, *Analisis Model Fundraising dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketingal Karanganyar Demak*, Jurnal Penelitian Vol.10, No.2, Tahun 2016, 301.

event, menjalin relasi, melalui referensi atau perantara, dan mediasi para tokoh.

4. Tujuan *Fundraising*

Adapun tujuan dari suatu lembaga melakukan fundraising zakat adalah sebagai berikut :⁹

a. Menghimpun dana

Menghimpun dana merupakan tujuan fundraising yang paling mendasar. Penghimpunan dana diharapkan mendapatkan hasil yang banyak sehingga nanti saat melakukan pendistribusian juga banyak dana yang disalurkan.

b. Memperbanyak donatur/muzakki

Fundraiser yang sedang melakukan kegiatan fundraising harus terus menambah jumlah donatur. Fundraiser harus dapat mengajak atau mempengaruhi calon donatur supaya mereka dapat tertarik untuk menipkan dananya pada lembaga. Apabila donatur semakin bertambah artinya bertambah pula dana yang masuk pada lembaga.

c. Meningkatkan atau membangun citra

Lembaga aktifitas fundraising yang dilakukan lembaga akan berpengaruh terhadap citra lembaga tersebut. Pada saat melakukan penghimpunan dana pastinya akan berinteraksi dengan masyarakat

⁹ Uswatun Hasanah, “*Sistem Fundraising Zakat Lembaga Pemerintah Dan Swasta*(Studi Komparatif Pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Palu Dan Pos Keadilan Peduli Umat Palu Periode 2020-2014)”, *Istiqra*, 2 (Desember 2015), 229-230

atau donatur dan menyampaikan sebuah informasi, dari kegiatan tersebut akan membentuk sebuah citra lembaga dalam diri masyarakat sehingga nantinya akan memberi dampak positif bagi lembaga.

d. Menghimpun simpatisan/relasi dan pendukung

Seseorang maupun sekelompok orang yang pernah berinteraksi dengan aktifitas fundraising pasti akan memiliki kesan positif dan bersimpati terhadap lembaga. Mereka dapat menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun mereka belum menjadi seorang donatur.

e. Meningkatkan kepuasan donatur

Kepuasan muzakki merupakan sebuah tujuan utama dan sangat bernilai bagi lembaga untuk jangka panjang, karena kepuasan donatur akan berpengaruh terhadap nilai donasi yang akan diserahkan kepada lembaga. Semakin puas mereka terhadap lembaga maka semakin sering bahkan banyak memberikan dananya kepada lembaga, serta akan memberikan informasi positif tentang lembaga kepada orang lain.

Dari uraian diatas, bisa dikatakan bahwa beberapa manfaat yang didapatkan dengan adanya strategi fundraising, antara lain:

1) Bagi Lembaga

Dapat memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang lembaga tersebut, jadi masyarakat sendirilah yang menilai baik-buruknya suatu lembaga. Sehingga sebuah lembaga harus jujur, amanah dan transparan kepada masyarakat. Maka lembaga harus

menciptakan citra yang baik agar masyarakat percaya. Kemudian dilanjutkan dengan merencanakan strategi fundraising yang kreatif dan inovatif untuk menghimpun donasi guna kelancaran program-program organisasi. Serta menciptakan citra yang baik agar masyarakat percaya akan lembaga tersebut.

2) Bagi Masyarakat

Memberikan akses kemudahan bagi masyarakat yang ingin memberikan donasinya kepada lembaga, sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Sehingga mereka bisa memilih dengan berbagai cara yang diberikan lembaga kepada masyarakat untuk mencapai kepuasan tersendiri bagi masyarakat agar tidak merasa jenuh.

B. Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS)

1. Zakat

a. Pengertian Zakat

Zakat berasal dari kata “*zaka*” yang mempunyai arti suci dan subur. Sedangkan secara istilah zakat merupakan harta atau sejumlah kekayaan tertentu yang wajib dikeluarkan oleh setiap orang beriman untuk diberikan kepada yang orang berhak menerima. Menurut UU tentang pengelolaan zakat No. 38 tahun 1998, mendefinisikan zakat sebagai harta benda yang wajib dikeluarkan oleh setiap orang muslim atau lembaga yang dimiliki orang muslim dengan ketentuan agama

yang telah berlaku untuk diberikan kepada mereka yang berhak menerima menurut perintah agama.¹⁰

Dengan hal ini, banyak hikmah yang didapatkan melalui zakat diantaranya adalah mengurangi kesenjangan ekonomi masyarakat, memenuhi kebutuhan masyarakat yang kekurangan, mengajak masyarakat untuk berinvestasi, menjaga kemampuan beli masyarakat agar dapat memelihara sektor usaha.¹¹

b. Dasar Hukum Zakat

Dalam Q.S Al- Baqarah [2] : 110:

وَاقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ۚ وَمَا تَقَدَّمُوا لِنَفْسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿١١٠﴾

Artinya: “Dan laksanakanlah salat dan tunaikanlah zakat. Dan segala kebaikan yang kamu kerjakan untuk dirimu, kamu akan mendapatkannya (pahala) di sisi Allah. Sungguh, Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan” (Q.S Al- Baqarah [2] : 110)¹²

Dapat disimpulkan dari ayat diatas bahwa zakat adalah sebutan untuk jenis barang tertentu yang wajib dikeluarkan oleh umat Islam kemudian diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya sesuai dengan ketentuan syari’at Islam dengan maksud sebagai pemerataan kekayaan. Dalam hal ini zakat merupakan ibadah yang

¹⁰ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)* (Jakarta: Kencana, 2012), 345

¹¹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 9.

¹² Usman el-Qurtuby, *Al-Qur`an Hafalan Mudah Terjemah & Tajwid Warna*, (Bandung: Cordoba International-Indonesia, 2020), 17.

tidak hanya berkaitan dengan ketuhanan saja melainkan mencakup dalam nilai-nilai sosial kemanusiaan.

c. Syarat-Syarat Zakat

Menurut para ulama, zakat yang wajib dikeluarkan adalah harta yang dimiliki oleh seorang muslim yang merdeka, baligh dan berakal sehingga dapat dipertanggungjawabkan hasilnya. Pendapat lain juga mengatakan dalam kewajiban zakat terdapat syarat-syarat yang wajib di penuhi yaitu sebagai berikut :

- 1) Kepemilikan tetap dan kepemilikan penuh atas barang tidak bergerak, artinya barang zakat itu milik pribadi.
- 2) Harta berkembang, yakni harta yang disyaratkan agar berkembang baik secara alami ataupun dikarenakan memiliki potensi untuk berkembang.
- 3) Melebihi dari kebutuhan pokok, yaitu orang yang akan menunaikan zakat harus memiliki kelebihan atas kebutuhan pokok yang dimiliki seseorang atau keluarga ketika mereka mengeluarkan zakat.
- 4) Tidak ada utang, yaitu orang yang memebayar zakat tidak memiliki utang baik kepada manusia maupun kepada Allah (*nazar*).
- 5) Mencapai *nishab*, yaitu harta yang dikeluarkan untuk zakat telah mencapai batas jumlah minimal yang ditentukan.

- 6) Mencapai *haul*, yaitu harta yang dikeluarkan untuk zakat tersebut sudah mencapai batas waktu yang ditentukan, yang biasanya setiap satu tahun.¹³

d. Macam-Macam Zakat.

1) Zakat Fitrah (Zakat Jiwa/*Nafs*)

Zakat fitrah adalah zakat yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim yang dilakukan pada bulan Ramadhan sampai sebelum sholat Idul Fitri. Zakat ini disebut juga zakat *nafs* atau zakat jiwa, yang ditunaikan setahun sekali. Adapun besarnya zakat fitrah yang dikeluarkan yaitu satu *sha*'' atau sekitar 2,5 kg beras (atau makanan pokoklainnya) per orang.

2) Zakat *Maal* (Zakat Harta)

Zakat *maal* adalah zakat yang dikenakan atas harta yang dikeluarkan oleh orang muslim untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya, ketika harta telah mencapai ketentuan nisab dan haul. Ada beberapa jenis harta yang wajib dikeluarkan zakatnya, yaitu zakat profesi, zakat wiraswasta, zakat hewan ternak, *tijarah* (zakat usaha), zakat pertanian, zakat barang terpendam (*rikaz*) , zakat nuqud (emas, perak dan uang) dan barang tambang.¹⁴

¹³ Kementrian Agama RI, *Panduan Zakat Praktis*, (Jakarta: Direktorat Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayagunaan Zakat, 2013), 34-40.

¹⁴ Ibid 41-49.

e. Golongan yang Berhak Menerima Zakat

Adapun golongan yang berhak menerima zakat sebagai berikut:

- 1) Fakir yaitu mereka tidak memiliki apa-apa dan tidak bekerja sehingga kurang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.
- 2) Miskin yaitu mereka yang mempunyai harta akan tetapi sangat sedikit. Sehingga pendapatannya hanya cukup untuk makan dan minum saja dan tidak lebih dari itu.
- 3) Amil yaitu orang yang bertugas untuk mengurus zakat mulai dari penerimaan zakat sampai menyalurkan kepada yang membutuhkan.
- 4) Muallaf yaitu orang yang baru masuk Islam. Hal ini bertujuan agar mereka mantap meyakini Islam dan merasa mudah dalam menyesuaikan dirinya.
- 5) Riqab yaitu orang-orang yang memerdekakan budak. Pada zaman dahulu orang banyak yang dijadikan budak, maka zakat digunakan untuk menebus para budak. Orang-orang yang memerdekakan budak juga berhak menerima zakat.
- 6) Gharim yaitu orang yang terlilit hutang. Namun hutang tersebut bukan untuk kepentingan maksiat.

- 7) Fi Sabilillah yaitu segala sesuatu yang bertujuan untuk kepentingan di jalan Allah SWT misalnya dakwah, madrasah diniyah, panti asuhan, pendidikan, dll.
- 8) Ibnu Sabil yaitu musafir atau orang yang dalam perjalanannya sedang kehabisan biaya.¹⁵

2. Infaq

a. Pengertian Infaq

Infaq berasal dari kata “*nafaqa*” yang dibentuk dari kata *anfaqa yunfiqu-infaaq-nafaqah* yang mempunyai arti membelanjakan, memanfaatkan dan menggunakan. Sedangkan secara istilah infaq adalah mengeluarkan sebagian harta atau penghasilan untuk kepentingan yang telah diperintahkan oleh ajaran Islam. Berbeda dengan zakat, infaq tidak harus mencapai nisab. Karena infaq dapat dikeluarkan baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah.¹⁶

b. Dasar Hukum Infaq

Dalam Q.S Ali Imran [3] : 134:

الَّذِينَ يَنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكُظُمِينَ الْغَيْظِ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ ۗ
وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٣٤﴾

¹⁵ Ibid,62-69.

¹⁶ Abdul Haris dan dkk, “Kajian Strategi Zakat Infaq dan Shadaqah dalam Pemberdayaan Umat,” Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah 1, no. 1 (2018): 24.

Artinya : “(yaitu) orang yang berinfak, baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan mema'afkan (kesalahan) orang lain. Dan Allah mencintai orang-orang yang berbuat kebaikan” (Q.S Ali Imran [3] : 134) ¹⁷

Berdasarkan ayat diatas maka dapat disimpulkan bahwa, setiap orang beriman dapat mengeluarkan infaq, baik yang berpenghasilan tinggi atau rendah, meskipun disaat luang maupun sulit. Berbeda dengan zakat Infaq tidak mengenal nishab dan infaq boleh diberikan kepada siapapun juga, misalkan untuk kedua orang tua, anak yatim, anak asuh dan sebagainya, tidak seperti zakat yang harus diberikan pada golongan mustahik (8 *asnaf*).

c. Macam-Macam Infaq

- 1) Infaq wajib yaitu zakat, kafarat, nadzar, infaq untuk keluarga dan lain-lain.
- 2) Infaq sunnah yaitu infaq yang dianjurkan tetapi tidak wajib. misalnya seperti infaq pembangunan masjid, infaq untuk madrasah, dakwah dan lain sebagainya.
- 3) Infaq mubah yaitu infaq yang bisa dilakukan untuk hal-hal yang bersifat mubah, diantaranya seperti infaq untuk mengajak makan-makan, memberikan sebagian harta untuk kepentingan berdagang dan sebagainya.

Islam telah diajarkan untuk saling berbagi, menolong dan menyayangi diantara sesama makhluk. Allah sangat mencintai dan

¹⁷Usman el-Qurtuby, *Al-Qur`an Hafalan Mudah Terjemah & Tajwid Warna*, (Bandung: Cordoba International-Indonesia, 2020), 67.

menyayangi hamba-hambanya yang peduli kepada sekitarnya. Semoga hal ini bisa menjadi contoh dan pedoman bagi semua umatnya agar tidak menutup mata dan dapat membuka hati serta pikiran kita semua, bahwa sesungguhnya diluar sana masih terdapat orang-orang yang sangat membutuhkan kepedulian dan uluran tangan kita.

3. Sedekah

a. Pengertian Sedekah

Sedekah berasal dari kata “*Shadaqa*” yang artinya benar. Sedekah mempunyai makna yang sangat luas, tidak hanya sebatas pada pemberian yang sifatnya material, akan tetapi sedekah juga mencakup semua perilaku kebaikan, baik yang bersifat materi atau non materi.¹⁸ Sedangkan secara istilah sedekah sama seperti *infaq* termasuk hukum dan ketentuan-ketentuan yang berlaku. Definisi lain mengatakan sedekah merupakan pemberian untuk orang-orang yang membutuhkan secara sukarela tanpa dibatasi dengan waktu dan jumlah tertentu dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. sedekah tidak hanya bersifat materi saja, melainkan dapat dilakukan dengan jasa yang bisa bermanfaat dan berguna bagi banyak orang.

¹⁸ Aleeya Syaquila Al-Fathunnisa, *Mukjizat Sedekah Lipat Ganda Sampai 700 Kal Sehat, Sukses dengan Sedekah*, (Yogyakarta : Al-Uswah, 2020), ha 6.

b. Dasar Hukum Sedekah

Dalam Q.S At- Taubah [9] : 103 :

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

Artinya : “Ambillah zakat dari harta mereka guna membersihkan dan menyucikan untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui” (Q.S At- Taubah [9] : 103)¹⁹

c. Bentuk-Bentuk Sedekah

Menurut Sami dan Nafik, terdapat beberapa bentuk sedekah diantara lain:

- 1) Memberikan sesuatu dalam bentuk materi kepada orang miskin.
- 2) Bekerja dengan dua tangannya hingga memberi manfaat untuk dirinya, membantu orang yang membutuhkan pertolongan, melakukan perbuatan baik, dan menahan diri dari keburukan.
- 3) Mendamaikan dua orang yang berselisih dengan adil, menyingkirkan rintangan atau duri dari jalan, dan melangkahkan kaki untuk mengerjakan shalat.
- 4) Membaca tasbih, tahlil, tahmid, takbir, dan istighfar.
- 5) Menyuruh berbuat baik, mencegah yang jahat, mengajari orang hingga mengerti, dan mencampuri istri.

¹⁹ Usman el-Qurtuby, *Al-Qur`an Hafalan Mudah Terjemah & Tajwid Warna*, (Bandung: Cordoba International-Indonesia, 2020), 203.

- 6) Mengucapkan perkataan yang baik.
- 7) Memberi pinjaman atau hutang.
- 8) Setiap berbuat kebajikan, salah satunya yaitu memberikan senyuman kepada orang lain.²⁰

d. Keutamaan Sedekah

Sedekah memiliki manfaat yang luar biasa. Bahkan jika dimanfaatkan dan dikelola dengan benar, sedekah dapat mengurangi jumlah angka kemiskinan di Indonesia. Berikut beberapa keutamaan sedekah bagi seorang muslim:

- 1) Sedekah menghapus dosa
- 2) Mendapatkan naungan di hari kiamat
- 3) Allah melipatgandakan pahalanya
- 4) Terdapat pintu surga khusus untuk orang yang bersedekah
- 5) Sedekah dapat membebaskan dari siksa neraka
- 6) Orang yang bersedekah akan didoakan malaikat
- 7) Sedekah adalah obat
- 8) Sedekah merupakan bukti keimanan dan ketakwaan seseorang
- 9) Sedekah dapat membersihkan jiwa dari penyakit kikir
- 10) Sedekah melapangkan rezeki²¹

²⁰ Abdus Sami dan Muhammad Nafik, "*Dampak Shadaqah Pada Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus Testimoni 4 Pengusaha Muslim di Surabaya)*", *JESTT*, 1 (3), 2014: 206.

²¹ Syaiful Bahri, *Amalan-Amalan Super Ringan, Tapi Berpahala Besar* (Yogyakarta: Sabil, 2016), 185.

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual²² Media sosial sendiri didefinisikan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.²³

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: *Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path,* dan *Wikipedia*. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun

²² Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi*. (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11.

²³ Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. (Business Horizons, 2010). 59.

berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan social.

2. Fungsi dan Peran Media Sosial

Media sosial dijadikan sebagai sarana untuk mempromosikan produk-produk yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, dengan memanfaatkan fungsi dan peran media sosial dalam pemasaran. Maka dalam fundraising media sosial juga memiliki fungsi dan peran sebagai berikut :

- a. Fungsi media sosial terdiri atas:²⁴
 - 1) Media sosial sebagai media yang didesain untuk memperluas interaksi dengan menggunakan internet dan teknologi web.
 - 2) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (*many to many*).
 - 3) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- b. Peran pemasaran berbasis media sosial sangat banyak digunakan oleh lembaga-lembaga saat ini dalam skala apapun. Terdapat beberapa peran dari media sosial dalam pemasaran diantaranya:

²⁴ Purbohastuti, A. W. (2017). *Evektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi*. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.

- 1) Media sosial dapat digunakan untuk memberikan identitas tentang lembaga dan item atau solusi yang mereka berikan.
- 2) Media sosial dapat berguna untuk menciptakan hubungan dengan mereka yang mungkin tidak mengetahui tentang item, dukungan atau apa yang diwakili oleh lembaga.
- 3) Media sosial dapat digunakan untuk menghubungkan dan menyediakan koneksi yang dicari donatur dan donatur.
- 4) Media sosial dimungkinkan untuk menjangkau ke seluruh dunia dan melakukannya dengan cepat menggunakan situs web media sosial.
- 5) Media sosial dapat meningkatkan *traffic* halaman web, situs jejaring sosial komunitas merupakan cara termudah dan tercepat untuk mengarahkan ulang halaman lembaga pengunjung. Dengan menempatkan URL pada halaman web di profil pengguna, lembaga atau organisasi dapat meminta semua pengunjung profil pengguna mereka memeriksa halaman Web mereka.
- 6) Media sosial merupakan sistem jejaring sosial komunitas yang dikenal sebagai indikator pemasaran yang paling cepat dan luas. Beberapa produsen besar seperti *Pepsi, Ford, Dell, IBM, Burger King* adalah produsen terkenal yang menggunakan sistem media sosial untuk mendukung diri mereka sendiri.

3. Manfaat Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Berikut ini sikap yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, dan manfaat media sosial:

a. Sarana Belajar, Mendengarkan, dan Menyampaikan.

Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan kekritisannya, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.²⁵

b. Sarana Dokumentasi, Administrasi dan Integrasi.

Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasilhasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat

²⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi*. (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 12.

memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.

c. Sarana Perencanaan, Strategi dan Manajemen.

Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk 30 melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas *customer*, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.

d. Sarana Kontrol, Evaluasi dan Pengukuran.

Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat

langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh sebab itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.