

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi bisa dijelaskan menjadi suatu perencanaan yang sudah didesain maupun dirangkai guna mencapai suatu tujuan tertentu. Didalam strategi yang baik akan terdapat tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor-faktor yang telah sesuai dengan memiliki prinsip agar mencapai tujuan secara efisien.¹¹

Manajemen strategi didefinisikan sebagai proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian berbagai keputusan dan tindakan strategis dari perusahaan untuk dapat mencapai keunggulan kompetitif. Secara umum strategi merupakan suatu proses maupun cara penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, serta penyusunan suatu cara agar bagaimana tujuan dapat dicapai. Sama halnya dengan pengertian strategi secara umum, pengertian strategi adalah serangkaian keputusan serta tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diterapkan kesemua jajaran dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Pengertian strategi secara khusus adalah tindakan yang

¹¹ Suvriadi Penggabean, *Konsep dan Strategi Pembelajaran* (yayasan kita menulis, 2021), 3.

terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.¹² kata strategi mempunyai pengertian terkait dengan hal-hal seperti yang ada pada kehidupan atau kemenangan. Yang artinya mampukah atau tidak suatu perusahaan menghadapi banyaknya pesaing. Kemampuan tersebut dimaksud agar suatu perusahaan dapat dikendalikan dengan baik untuk mencapai tujuan dan berkompetensi dalam suatu persaingan.¹³

2. Tingkat-tingkat Strategi

Mengutip dalam buku Retina menjelaskan ada empat tingkat strategi yang selanjutnya dan keseluruhan strategi tersebut disebut Mater Strategi¹⁴:

1) *Enterprise Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan respon masyarakat. Suatu organisasi pasti memiliki korelasi dengan masyarakat. Masyarakat yaitu suatu kelompok yang terdapat diluar organisasi yang tidak bisa dikontrol. Strategi enterprise didalamnya terdapat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejak sekarang interaksi ini dilaksanakan sehingga organisasi mendapatkan untung. Strategi ini juga menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk

¹² Apri Winge Adindo, *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis untuk Memulai dan Mengelola Bisnis* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021), 39-40.

¹³Dwi Ekasari, *Manajemen Pemasaran Jasa* (GETPRESS), 85.

¹⁴Retina Sri Sedjati, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta : Deepublish, 2015 Cet. 1) Hal. 63

memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

2) *Corporate Strategy (Tingkat Perusahaan)*

Corporate strategy arau bisa disebut dengan *grand strategy* berkaitan erat dengan misi organisasi. Strategi ini meliputi bisang yang dicampuri oleh organisasi. Penetapan pada *corporate strategy* ini didasarkan pada keinginan konsumen, pembuatan barang maupun jasa sesuai dengan keinginan konsumen.

3) *Business Strategy (Tingkat Bisnis)*

Business strategy menjelaskan tentang cara merenut pasaran di tengah masyarakat dan cara menempatkan suatu organisasi di hati para penguasa, para penguasa, para investor dan sebagainya. Agar mendapatkan keuntungan strategi dan juga mampu menunjang perkembangan suatu organisasi ke tingkat yang lebih baik.

4) *Functional Strategy (Tingkat Fungsional)*

Strategi ini adalah strategi pendukung dan untuk menjadikan suksesnya strategi lain.

Tingkat-tingkat strategi itu merupakan kesatuan yang bulat dan menjadi isyarat bagi setiap pengambilan keputusan tertinggi.¹⁵

¹⁵Dwi Ekasari, *Manjemen Pemasaran Jasa*, (GETPRESS), 85.

3. Manfaat Strategi

Ada beberapa manfaat dalam strategi yang telah disusun oleh suatu perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Strategi adalah suatu cara untuk mengantisipasi suatu masalah dan kesempatan pada masa depan yang ada pada kondisi lingkungan yang berubah dengan cepat.
2. Strategi dapat memberikan suatu tujuan dan juga arah dalam perusahaan di masa depan dengan jelas kepada semua karyawan, tujuan dan arahnya adalah yang jelas, bermanfaat pada semua karyawan untuk :
 - a. Mengetahui apa yang telah ingin diharapkan dari seorang karyawan dan kemana arah suatu perusahaan.
 - b. Dapat mengurangi suatu konflik yang telah timbul karena suatu strategi yang efektif yang sudah mengarah pada karyawan untuk diikutinya.
 - c. Memberikan dorongan dan juga semangat pada karyawan dan manajemen agar mencapai tujuan dengan baik.
 - d. Menjamin dengan adanya dasar pengendalian dan juga evaluasi.
 - e. Menjamin para eksekutif puncak mempunyai kesatuan opini atas masalah yang strategis.
3. Banyaknya strategi saat ini dipraktikkan dalam industri karena para eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang resikonya.

4. Strategi adalah kacamata yang sangat bermanfaat untuk memonitor apa yang akan dikerjakan dan apa yang telah terjadi dalam perusahaan, serta dapat memberikan motivasi terhadap kesuksesan suatu perusahaan.
5. Memberikan informasi kepada pihak manajemen dalam merumuskan tujuan akhir dari perusahaan dengan selalu memperhatikan etika masyarakat dan lingkungan.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dapat membantu praktik-praktik mengajar.
7. Perusahaan yang telah menyusun strategi biasanya lebih efektif dibandingkan dengan yang sama sekali tidak menyusun strategi.¹⁶

B. Digitalisasi

1. Pengertian Digitalisasi

Sebelum membahas terkait Digitalisasi, terdapat perbedaan istilah antara digital dan digitalisasi. Digital berasal dari kata digitus yang berarti angka atau bilangan. Namun, dalam konteks teknologi, digital merujuk pada proses pengolahan data dengan menggunakan teknologi komputer. Menurut Samuel C. Yang, digital adalah teknologi yang memanfaatkan sinyal atau data diskrit untuk merepresentasikan informasi dan memungkinkan pengolahan, penyimpanan, dan komunikasi data secara cepat dan efisien.

Sedangkan digitalisasi merupakan sebuah layanan keuangan formal (perbankan) yang berfokus pada bagaimana sebuah layanan

¹⁶Astiko, *Manajemen Strategi*, (Malang:Bayumedia Publishing Anggota IKAPI, 2014), 13

perbankan dapat mentransfer seluruh layanan yang mereka sediakan ke dalam berbagai media (platform).¹⁷

Dengan perkembangan dan penyebaran teknologi internet, konsumen sudah mulai memenuhi sebagian besar kebutuhannya melalui sarana virtual. Dalam konteks ini, perkembangan teknologi internet dan kehadiran pengguna dilingkungan virtual telah membuka jalan bagi munculnya perdagangan elektronik. Digitalisasi adalah kata kunci dalam transformasi penciptaan nilai. Digitalisasi dalam perekonomian atau dalam suatu organisasi secara umum berarti digitalisasi model bisnis, produk dan layanan serta seluruh proses atau bagian lainnya.¹⁸

Munculnya berbagai alat elektronik yang semakin canggih seperti handphone, komputer serta jaringan internet dapat menghubungkan komunikasi orang di mana saja dan kapan saja. Setiap individu bisa dengan mudah melakukan komunikasi serta mengirimkan dan mendapatkan data untuk menunjang pekerjaan agar lebih mudah dan cepat. Hal ini bisa dilihat dari beberapa peran teknologi digital seperti :

- a. Memudahkan suatu proses kerja.
- b. Pengiriman pesan, hal ini bisa kita lihat seperti penggunaan email juga aplikasi WhatsApp, Instagram dan Facebook di mana

¹⁷ Maharani, *Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia* (Bandung: Alfabeta, 2020), 21

¹⁸ Fauziah dkk, *Pengantar Bisnis (Perspektif Digitalisasi Bisnis)*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021), 101-104.

dengan layanan ini dapat membuat tiap individu bertukar pesan atau informasi yang mereka miliki.

- c. Transfer data, merupakan suatu pekerjaan yang sering dilakukan oleh orang-orang kantor di mana orang bisa mentransferkan data dari satu komputer ke komputer lainnya dengan menggunakan jaringan internet melalui program FTP file transfer protocol.
- d. Pencarian informasi, di dalam internet juga terdapat berbagai literatur yang berisikan informasi seperti buku majalah karya-karya ilmiah dan terbitan pemerintah.
- e. Menyajikan data menyimpan data-data yang dibutuhkan dengan baik.
- f. Sarana pemasaran.

Digitalisasi memiliki peran yang sangat penting dalam suatu lembaga di era masa kini beberapa yang menyoroti pentingnya peran digitalisasi dalam meningkatkan jumlah donatur yaitu:

1. Meningkatkan efisiensi oprasional : dengan adanya digitalisasi, suatu lembaga dapat mengotomatisasi proses manual, mengurangi ketergantungan pada pekerjaan manual. Penggunaan alat dan sistem digital membantu mengurangi kesalahan manusia, mempercepat waktu. Dapat mengoptimalkan punggunaan suatu lembaga.
2. Menghadirkan inovasi baru : dengan memanfaatkan teknologi seperti internet, mengumpulkan dan menganalisis data secara

efektif memungkinkan perkembangan suatu lembaga serta dapat menciptakan model lembaga yang lebih inovatif dengan pesaing lainnya.

3. Memperluas jangkauan pasar : dengan digitalisasi, suatu lembaga dapat mencapai pelanggan di skala global untuk pertumbuhan dan memperluas basis calon anggota.
4. Pengurangan biaya operasional : digitalisasi dapat membantu lembaga mengurangi biaya operasional, misalnya, dengan menggantikan proses manual dengan otomatisasi, lembaga dapat mengurangi biaya tenaga kerja dan menghilangkan kesalahan manusia. Solusi digital juga dapat mengurangi biaya infrastruktur seperti menyimpan data yang mahal dan beralih ke solusi berbasis cloud yang lebih terjangkau.
5. Keamanan dan perlindungan data : dalam era digital, perlindungan data menjadi sangat penting. Suatu lembaga yang mengadopsi digitalisasi harus memprioritaskan keamanan data anggota, informasi lembaga dan sistem.
6. Daya saing dan kelangsungan lembaga : digitalisasi telah menjadi bagian integral dari banyak industri. Lembaga yang tidak mengadopsi teknologi digital berisiko tertinggal dan kehilangan daya saing. Dengan mengikuti tren digital dan memanfaatkan teknologi yang tepat, suatu lembaga dapat

meningkatkan daya saing mereka, mengamankan posisi mereka dan mencapai pertumbuhan jangka panjang.¹⁹

2. Jenis-jenis Digital (Internet)

Internet disebut juga dengan produk teknologi yang telah dimanfaatkan oleh semua masyarakat. Sebagai bahan teknologi, maka internet dapat memunculkan macam metode interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Melihat pada zaman dahulu, masyarakat jika ingin berinteraksi harus menggunakan face to face communication, maka pada saat ini masyarakat mampu berinteraksi dengan cara yang tidak langsung atau melalui interaksi via online dengan menggunakan internet sebagai alatnya..

3. Keuntungan dan Kekurangan Digital (internet)

1. Keuntungan Digital

Kuntungan dari penggunaan digital dapat kita lihat sebagai berikut :²⁰

- a) Efisiensi Biaya, jika dibandingkan dengan pemasaran seperti media massa tradisional, digital lebih memiliki biaya yang jauh lebih rendah dan dalam banyak kasus website dapat menghasilkan lalu lintas bahkan secara gratis.

¹⁹ Muh.Fahrurrozi, *Entrepreneurship dan Digitalisasi mengembangkan bisnis di era 5.0*, (Nusa Tenggara Barat, Universitas Hamzanwadi, 2023), 9-10.

²⁰Didin Hadi, *Digital Marketing Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), 4-5.

- b) Interaktivitas, penggunaan digital online dapat memilih kapan saja untuk memulai kontak dan untuk berapa lama, dan bahkan dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.
- c) Memberdayakan efek salah satu keuntungan dari digital adalah terkait dengan efeknya memungkinkan terutama pada usaha kecil karena jangkauan internet dapat pasar luas dan efisiensi oprasional perusahaan kecil dan menengah
- d) Penonton yang tak terbatas,
- e) Durasi, informasi yang telah terdapat pada di internet maka informasi tersebut akan tersedia secara permanen
- f) Pendekatan pengguna aktif, konten online yang ditawarkan ditawarkan kepada pengguna secara berkelanjutan, dan mereka memilih untuk mengkonsumsinya atau tidak.
- g) Dialog dengan dan diantara pengguna.
- h) Konten yang kaya, pemesanan digital menawarkan konten yang praktis dan tidak terbatas.

2. Kekurangan pada digital yaitu :

- a) Hak cipta, kampanye pemasaran internet dapat dengan mudah disalin oleh pesaing.

- b) Kesulitan mungkin selalu muncul dalam kasus koneksi internet yang lambat.
- c) E-commerce tidak memungkinkan pengguna menyentuh barang dagangan sebelum membelinya.
- d) Faktor lainnya adalah seperti pembayaran, banyak pengguna masih tidak percaya pada metode pembayaran karna banyaknya kasus penipuan,
- e) Kurangnya kepercayaan pengguna karena banyak penipu terkait promosi-promosi yang muncul secara virtual.
- f) Pemasaran digital belum dianut oleh semua orang, beberapa pelanggan, terutama pelanggan yang tua maish tidak percaya tentang lingkungan digital.²¹

C. Fundraising

Strategi fundraising adalah tulang punggung dari kegiatan fundraising. Strategi fundraising dapat disusun dengan banyak cara, salah satunya adalah dengan matriks strategi menggalang dana. Matriks menggalang dana ini digunakan untuk mengenali sumber dana yang potensial, metode menggalang dan serta untuk mengevaluasi sumber ataupun metode fundraising.²² Strategi fundraising menghasilkan sebuah analisis mengenai faktor internal dan eksternal organisasi atau lembaga yang menentukan apa yang akan ditawarkan atau dijual oleh lembaga,

²¹Didin Hadi, *Digital Marketing Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah* (Yayasan Kita Menulis, 2020), 4-5.

²² Joyce Young, dkk. *Menggalan Dana Untuk Organisasi Nirbla* diterjemahkan oleh Siti Mashitoh (Jakarta: PT. Ina Publikatama. 2007), 124.

serta kepada siapa akan dijual. Hamid Abidin menyatakan bahwa strategi fundraising merupakan alat analisis untuk mengenali sumber pendanaan yang potensial, metode fundraising dan mengevaluasi kemampuan organisasi dalam memobilisasi sumber dana.²³

Menurut Muhsin Kalida mengungkapkan ada 4 metode dalam fundraising sebagai berikut :

1. Face to face, yaitu berdialog langsung dalam rangka menawarkan program dengan calon donatur dengan cara kunjungan ke kantor, perusahaan atau presentasi.
2. Special event, yaitu penggalangan dana atau fundraising dengan menggelar acara-acara khusus, atau memanfaatkan acara-acara tertentu yang dihadiri banyak orang untuk menggalang dana atau fundraising.
3. Direct mail, yaitu penawaran tertulis untuk mendonasikan yang di distribusikan melalui surat.
4. Campaign, yaitu fundraising dengan kampanye melalui berbagai media komunikasi seperti melalui poster, internet, media elektronik ataupun brosur yang digunakan sebagai komunikasi dan promosi program lembaga ataupun donatur.²⁴

D. Digitalisasi Fundraising

Digital fundraising adalah cara untuk menyampaikan suatu gagasan atau ide dari sebuah produk maupun program yang ditawarkan dengan tujuan untuk

²³ Hamid Abidin, dkk. *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan*, Serta Strategi Penggalangannya. (Depok: Pustaka. 2009), 134.

²⁴ Muhsin Kalida. *Fundraising dalam Studi Pengembangan Lembaga Masyarakat*, Jurnal Aplikasi (Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama), Vol. V, No. 2, (Desember. 2004)

menciptakan kesadaran calon donatur dengan memanfaatkan media berbasis internet yang dapat diakses melalui komputer maupun perangkat elektronik lainnya. Hadirnya perkembangan dunia digital berdasarkan pemaparan pada sub-bab sebelumnya dapat menjadi tantangan dan peluang bagi masyarakat Indonesia termasuk organisasi pengelola zakat seperti BAZNAS dan LAZNAS. Sehingga menjadi penting ikut memanfaatkan teknologi tersebut untuk mengoptimalkan penghimpunan melalui digital atau digital fundraising dan transparansi penyaluran dana terutama dana zakat, infak, dan sedekah.²⁵

Sehingga dapat disimpulkan bahwa digitalisasi fundarising adalah suatu alat atau cara dalam mengumpulkan dana yang kemudian dikelola oleh lembaga dengan memanfaatkan media berbasis internet yang bisa diakses melalui computer maupun perangkat elektronik lainnya untuk menyampaikan suatu gagasan atau ide dari sebuah produk maupun program yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kesadaran calon donatur.

Tujuan dari digitalisasi fundarising ini adalah:

1. Pengumpulan dana

Berdasarkan pengertian secara luas, fundarising berarti pengumpulan dana. Tapi yang dimaksud tidak hanya uang saja, dana dalam artian ini bisa berupa barang, jasa, yang memiliki nilai materi.

2. Penambahan jumlah donatur

OPZ yang baik adalah yang tiap harinya mengalami pertambahan donatur, meskipun pada dasarnya yang dibutuhkan OPZ adalah pertambahan dana untuk kelangsungan kegiatan dan

²⁵ Erikson Damanik, Perancangan Sistem Informasi Pembayaran Online Menggunakan Payment Gateway, JSM STMIK Mikroskil Volume 13 Nomor 1 Tahun 2012

operasionalnya. Dalam hal ini, ada dua hal bisa dilakukan oleh OPZ untuk menggapai tujuan ini, yaitu penambahan jumlah dana yang terhimpun dari donatur dan penambahan donatur itu sendiri.

3. Peningkatan citra lembaga

Salah satu tujuan dari kegiatan fundraising adalah meningkatnya citra lembaga, karena secara langsung maupun tidak langsung, silaturahmi, kunjungan atau interaksi pihak lembaga kepada masyarakat dalam rangka kegiatan fundraising akan memberikan kesan kepada masyarakat sehingga citra lembaga pengelola zakat akan terbentuk dalam benak masyarakat, baik itu citra yang baik maupun sebaliknya.

Dengan citra ini, masyarakat kemudian akan mengambil sikap terhadap OPZ. Jika persepsinya positif, maka masyarakat akan mendukung, bersimpati dan menyalurkan donasinya, jika persepsinya terhadap OPZ negatif, maka mereka akan menghindar, antipati bahkan bisa mencegah orang lain untuk menyalurkan donasinya kepada lembaga tersebut.

4. Memuaskan donatur

Kepuasan donatur akan mempengaruhi jumlah dana yang didonasikan kepada lembaga. Donatur yang terpuaskan oleh pelayanan petugas, akan mendonasikan dananya kepada lembaga tersebut berulang-ulang, bahkan bisa sampai menjadi donatur tetap di lembaga tersebut. Juga bisa menambah jumlah donatur dengan memberitahukan kepada kerabatnya tentang kepuasan pelayanan dari

petugas lembaga zakat tersebut, sehingga secara tidak langsung kegiatan fundraising akan terbantu.

5. Terciptanya volunteer atau simpatisan

Setiap OPZ tentu membatasi petugas fundraising dengan jumlah tertentu. Sehingga simpatisan atau volunteer merupakan aset yang berharga bagi OPZ untuk kegiatan fundraisingnya. Dan ini tergantung kepada citra lembaga tersebut. OPZ dengan citra yang baik dan memberikan kesan positif terhadap masyarakat dari hasil interaksinya, akan menimbulkan simpati dan dukungan kepada lembaga tersebut meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok seperti ini memiliki peran dalam kegiatan fundraising, meskipun tidak berdonasi mereka akan melakukan hal yang mendukung lembaga tersebut.²⁶

E. Zakat, Infaq, Shadaqah

1. Zakat

1) Pengertian Zakat

Zakat memiliki berbagai arti, yaitu *al-barakatu* 'keberkahan', *al-namaa* 'pertumbuhan dan perkembangan', *ath-thahharatu* 'kesucian', dan *ash-shalahu* 'keberesan'. Sedangkan menurut istilah zakat memiliki arti menjadi bagian dari suatu harta dengan persyaratan tertentu. Allah SWT telah mewajibkan kepada pemilik harta dengan disertai persyaratan juga.²⁷ Zakat memiliki makna *an-Numuw* yang berarti tumbuh dan berkembang. Makna tersebut telah memastikan bahwa

²⁶ Murtadho Ridwan, *Jurnal "Analisis Model Fundraising dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketinggal Karanganyar Demak"* (Jawa Tengah: STAIN Kudus), Vol. 10, No. 2, Agustus 2016, 7

²⁷ Didin Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern* (Jakarta: Gema Insani, 2008), 7.

orang yang selalu menjalankan ibadah zakat nantinya harta orang tersebut akan selalu kerap tumbuh dan berkembang, keberkahan harta yang telah disisihkan untuk zakat tersebut menjadi alasan mengapa hal tersebut dapat terjadi.

Maka dapat disimpulkan bahwa harta yang telah dikeluarkan untuk berzakat itu tidak akan berkurang melainkan harta yang dimiliki akan bertambah, hal tersebut dikuatkan dengan sabda Nabi Muhammad Saw, “Sesungguhnya harta yang dikeluarkan zakatnya tidaklah berkurang, melainkan bertambah dan bertambah”.²⁸ Zakat dapat diartikan sebagai suatu ibadah yang sangat penting, strategis dan menentukan dari sisi baik ubuddiyah ataupun dari sisi pembangun kesejahteraan suatu ekonomi masyarakat. Zakat juga terkandung dengan doktrin kesejahteraan ekonomi sosial Islam. Tujuan suatu zakat tidak hanya memberi sebuah snatuan kepada masyarakat. Tetapi untuk sebuah tujuan permanen yaitu mengetaskan mereka dari kemiskinan finansial.²⁹

2) Syarat wajib zakat

Persyaratan-persyaratan dan ketentuan wajib mengeluarkan zakat sebagai berikut :

- a) Muslim, yaitu orang yang mempunyai atau beragama Islam, tidak ada anjuran untuk berzakat bagi orang kafir yang didasari oleh ijma’, karena zakat merupakan suatu ibadah

²⁸Sri Riwayati, *Zakat Dalam Telaah Qs. At-Taubah*: 103 (Penafsiran Enam Kitab)Jurnal Ilmu Al Qur’an dan Tafsir, Volume 1 Nomor 2 Desember 2018diakses pada 25 November <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/Alfurqon/article/download/287/231/>

²⁹Dindin Hafinudin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta:Gema Insani, 2008). 7

yang sangat murni, sedangkan orang kafir tidak memiliki kemurnian jika masih berada didalam kekufuran.

- b) Merdeka, seorang hamba sahaya muslim yang wajib mengeluarkan zakat. Dikatakan merdeka yaitu tidak dalam keadaan terjajah dan bukan seorang budak.
- c) Punya sendiri/milik, bukan harta orang lain atau milik orang lain.
- d) Nisab, jumlah harta yang dimiliki telah mencapai ukuran terkecil wajib dikeluarkannya zakat. Untuk nisab dibagi menjadi beberapa macam tergantung dari jenis zakatnya.
- e) Baligh, seorang dikatakan baligh dan berakal sehat diwajibkan untuk membayar zakat, jika seorang sudah memasuki masa baligh diwajibkannya membayar zakat, dan seorang yang belum baligh dan masih kecil tidak untuknya diwajibkan membayar zakat.
- f) Haul, pemilik harta yang sudah satu tahun lebihnya. Yang dimaksud dengan haul adalah harta yang dimiliki oleh seseorang, yang telah mencapai satu tahun lamanya. Seseorang yang hartanya sudah mencapai haul maka wajib baginya membayar zakat.³⁰

3) Golongan penerima zakat

Dalam surat at-Taubah ayat 60 telah menjelaskan pembagian penerima zakat menjadi delapan golongan sebagaimana firman Allah

³⁰ Hasbiyallah, *Fiqih*, (Grafindo Media Pratama, 2008), 41.

swt yang artinya, “*Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah, Allah Maha Mengetahui, Maha Bijaksana*”, (QS At-Taubah (9):60).

Ayat tersebut telah menunjukkan bahwa zakat didistribusikan kepada delapan golongan tersebut. Mereka disebut dengan orang-orang yang berhak menerima zakat atau dapat disebut mustahiq zakat. Dengan demikian, orang yang berhak menerima zakat adalah :

- a) Orang Fakir.
- b) Orang Miskin.
- c) Pengurus Zakat.
- d) Mualaf.
- e) Untuk memerdekakan hamba sahaya.
- f) Orang yang mempunyai hutang.
- g) Untuk keperluan di jalan Allah.
- h) Orang yang sedang dalam perjalanan Allah.³¹

2. Infaq

Pengertian infaq secara umum adalah *shorful mal ilal hajah* (mengatur/mengeluarkan harta untuk memenuhi keperluan). Infaq dapat bermaksud positif dan negatif. Mengeluarkan untuk kemaksiatan atau bahkan untuk memerangi kaum muslimin termasuk infaq. Oleh karena itu

³¹ Shohibul Ulum, *Fiqih Seputar* (Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA, 2021), 261.

ada infaq fi sabilis syaithan (infaq yang dijalan setan) dan infaq fi sabilliah (infaq dijalan Allah swt.).³²

3. Shadaqah

Kata sedekah berasal dari bahasa Arab *Shadaqoh* yang berarti tindakan benar. Pada saat pertumbuhan Islam sedekah diartikan dengan pemberian yang disunnahkan. Tetapi, disaat berkembangnya zaman, dan diwajibkannya zakat disyariatkan dalam Al-Quran sering disebutkan dengan kata shadaqah maka shadaqah menjadi memiliki dua arti yang *pertama*, shadaqah sunnah atau *tathawwu'* (sedekah) dan wajib (zakat).

Secara syara' sedekah dapat diartikan sebagai pemberian seseorang kepada orang yang berhak menerima dengan ikhlas yang dibalas dengan pahala Allah dan seorang yang diberi tidak meminta timbal balik. Selain dari sedekah juga terdapat beberapa hak-hak orang lain pada harta, seperti mempererat tali persaudaraan (keluarga), menjalin persaudaraan seiman, memberi pada yang meminta, memberi pinjaman kepada orang yang membutuhkan, memberika kepada orang yang kesulitan ekonomi. Shadaqah memiliki suatu makna benar, maka orang yang bersodaqoh adalah orang yang dengan keimanan benar.

Shadaqah bisa diartikan dengan benar yang berasal dari kata shadaqa. Shadaqah yaitu suatu harta dari seseorang yang diberikan kepada orang-orang fakir, orang yang membutuhkan ataupun orang-orang lain yang berhak menerima shadaqah, tanpa disertai imbalan.³³

³² Maman Abdurrahman, *Risalah Zakat, Infaq dan Sedekah*, (Bandung: tafakur IKAPI, 2011), 21.

³³ Agus Hermanto dkk, *Pengelolaan Shadaqah, Zakat dan Wakaf*, (Malang: Literasi Nusantara, 2018), 1-2.

orang-orang fakir, orang yang membutuhkan ataupun orang-orang lain yang berhak menerima shadaqah, tanpa disertai imbalan.³⁵