

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

Kata Strategi pada Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki definisi rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹ Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang yang ditetapkan organisasi. Penyusunannya melibatkan keputusan manajemen puncak dan penggunaan sumber daya yang besar. Strategi juga menentukan arah dan perkembangan perusahaan di masa mendatang.² Umumnya, strategi disusun untuk periode sekitar lima tahun, bersifat multidivisional, serta memperhatikan faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi perusahaan.

Strategi yang efektif yaitu strategi yang memiliki tujuan jelas, menjaga inisiatif organisasi, berfokus pada kekuatan utama, serta fleksibel terhadap perubahan. Keberhasilannya juga ditentukan oleh kepemimpinan yang terkoordinasi dan berkomitmen tidak hanya mengarahkan aktivitas organisasi untuk mencapai tujuan, tetapi juga memastikan kesesuaian antara kapasitas internal dan dinamika lingkungan eksternal.³ Dengan demikian, efektivitas strategi tercapai apabila perencanaannya tepat, pelaksanaannya terarah, dan mampu menghasilkan keunggulan kompetitif

¹ KBBI, "Strategi" <https://kbbi.web.id/strategi>, di akses 6 November 2025.

² Dkk Arifai Ilyas, *Buku Ajar Manajemen Strategi*, ed. Efitra, Cetakan Pe (Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023). 58

³ Zulganef, *Manajemen Strategik: Langkah Menuju Keunggulan Kompetitif*, ed. Nurhaeni, pertama (Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara, 2024). 19

yang berkelanjutan.

Implementasi strategi mengacu pada proses yang melibatkan pengelolaan sumber daya, perubahan organisasi, serta pembentukan budaya kerja yang mendukung agar strategi dapat dijalankan secara efektif dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁴ Implementasi strategi melibatkan langkah-langkah berikut:⁵

1. Alokasi sumber daya: penetapan dan distribusi sumber daya seperti tenaga kerja, modal, dan teknologi untuk mendukung pelaksanaan strategi.
2. Perencanaan detail: penyusunan langkah-langkah operasional terkait pelaksanaan strategi, termasuk pembagian tugas, penetapan tanggung jawab, serta jadwal pelaksanaan.
3. Pelaksanaan: tahap penerapan langsung dari rencana strategis dan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan.
4. Pengawasan dan evaluasi: kegiatan pemantauan serta penilaian terhadap kemajuan pelaksanaan strategi guna memastikan bahwa strategi berjalan sesuai rencana dan tujuan organisasi tercapai.

Implementasi strategi memiliki peranan penting dalam menjamin keberhasilan pelaksanaan rencana bisnis dan pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, proses implementasi perlu dilakukan secara

⁴ Aryanto Tinambunan, *Manajemen Strategis: Teori Dan Aplikasi* (Jawa Barat: PT. Adab Indonesia, 2025). 14

⁵ Yasnimar Ilyas, *Manajemen Strategik (Implementasi Strategi Dalam Organisasi Dan Bisnis)* (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2023). 15

efisien dan efektif agar strategi yang dirancang dapat memberikan hasil yang optimal.

B. Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses pengalihan berbagai bentuk media seperti dokumen tercetak, audio, maupun video ke dalam format digital. Tujuan utama dari digitalisasi adalah menciptakan arsip dokumen dalam bentuk digital agar lebih mudah diakses dan disimpan. Proses ini membutuhkan perangkat pendukung seperti komputer, pemindai (*scanner*), operator media sumber, serta perangkat lunak khusus. Sementara itu, digitalisasi dapat diartikan sebagai proses konversi media cetak atau analog menjadi media digital atau elektronik melalui metode pemindaian, fotografi digital maupun teknik lainnya.⁶

Menurut Pusat kajian strategis BAZNAS dan Departemen ekonomi dan keuangan syariah bank Indonesia (2021), digitalisasi dan transformasi digital merupakan dua konsep yang berbeda meskipun sering digunakan secara bersamaan. Digitalisasi dipahami sebagai proses pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi layanan dan tata kelola sedangkan transformasi digital merujuk pada perubahan menyeluruh dalam model operasional, budaya organisasi, dan strategi layanan berbasis teknologi.⁷ Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya mengandalkan penerapan teknologi, tetapi juga menuntut perubahan

⁶ Surya Afnarius Dkk, *Digitalisasi Tourism* (Jawa Barat: Widina Media Utama, 2024). 3

⁷ Haug Mergel, Edelmann, "Defining Digital Transformation: Result from Expert Interviews," *Goverment Information Quaterly* 36 (2019): 1–16.

sistematik agar organisasi mampu beradaptasi dan memberikan nilai tambah yang lebih optimal.

Digitalisasi didorong oleh beberapa faktor utama yaitu bonus demografi Indonesia dengan dominasi penduduk usia produktif yang adaptif terhadap teknologi, mendorong lahirnya berbagai inovasi digital. Peningkatan signifikan jumlah pengguna internet dalam lima tahun terakhir juga mempercepat perpindahan aktivitas masyarakat dari offline ke online dan memperkuat peran internet dalam ekonomi digital. Selain itu, pesatnya perkembangan beragam platform digital turut memperkuat sektor-sektor strategis seperti *agritech*, *fintech*, *edutech*, dan *healthtech*, sehingga menjadi pendorong penting pertumbuhan ekonomi digital nasional.⁸

Menurut Pusat Kajian Strategis BAZNAS dan Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia (2021), kesiapan digital dalam aktivitas pengumpulan dana ZIS dapat diukur melalui sejumlah indikator utama sebagai berikut:

1. Ketersediaan jaringan internet yang memadai
2. Rasio perangkat Hardware yang digunakan amil dalam kegiatan penghimpunan
3. Keberadaan platform internal dan eksternal sebagai sarana operasional digital
4. Kualitas fasilitas penyimpanan basis data
5. Sistem pembayaran zakat berbasis digital

⁸ Ni Luh Kardini Dkk, *Mengenal Ekonomi Makro Dalam Era Digitalisasi* (Kota Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023). 43-44

6. Regulasi internal yang mendukung proses digital
7. Kesiapan bekerja secara remote
8. Adanya divisi khusus pengumpulan zakat digital
9. Tingkat penguasaan teknologi oleh amil
10. Sertifikasi terkait kompetensi digital turut menjadi parameter yang menentukan efektivitas digitalisasi dalam penghimpunan dana ZIS.⁹

Konteks pemasaran, digitalisasi lebih dikenal dengan istilah digital marketing. Digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran termasuk upaya membangun merek (*branding*) yang memanfaatkan berbagai media berbasis web. Sementara itu, *E-Marketing* atau digital marketing juga dapat didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran, sekaligus sebagai bentuk pengembangan dan penyesuaian konsep pemasaran agar dapat berkomunikasi secara global serta mengubah cara perusahaan berinteraksi dan bertransaksi dengan pelanggan.¹⁰

C. *Fundraising*

Fundraising merupakan proses penggalangan dana atau barang dari individu, kelompok, maupun institusi yang kemudian disalurkan kepada pihak yang berhak menerimanya. Melalui kegiatan ini, lembaga dapat merealisasikan misi dan tujuan yang telah ditetapkan melalui berbagai

⁹ BAZNAS RI, *Indeks Kesiapan Digital Organisasi Pengelolaan Zakat: Landasan Konseptual* (Jakarta: Pusat Kajian Strategis-Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS), 2021, https://baznas.go.id/assets/images/pustaka/pdf/indeks_kesiapan_digital_opz.pdf%0A.

¹⁰ Uly Mabruroh Halida dan Cici' Wilantini, *Peran Digitalisasi Dalam Memperluas Akses Pasar UMKM* (Jawa Timur: Press IAIN MADURA, 2023). 20-21

program yang dirancang.¹¹ Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh lembaga amal zakat untuk meningkatkan penerimaan atau penghimpunan dana zakat adalah melalui penerapan strategi *fundraising*.

Strategi *fundraising* pada lembaga amal zakat bukan hanya berfokus pada kegiatan pengumpulan dana, tetapi juga mencakup upaya membangun komunikasi yang efektif, menjalin hubungan dengan muzakki, serta memahami kebutuhan dan keinginan mereka.¹² Strategi ini berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan dan motivasi muzakki untuk menyalurkan zakat melalui lembaga amal zakat. Indikator peningkatan penghimpunan zakat meliputi sebagai berikut:¹³

1. Analisis kebutuhan; kepercayaan dan mutu pelayanan merupakan kebutuhan utama donatur dan muzakki yang harus dipenuhi oleh BAZ dan LAZ, termasuk kepatuhan syariah dan laporan pertanggungjawaban yang transparan.
2. Segmentasi; berfokus pada pengelompokan donatur dan muzakki sebagai dasar penyusunan strategi *fundraising* agar lembaga dapat menetapkan kebijakan.
3. Identifikasi profil donatur; bertujuan memperoleh informasi awal mengenai identitas calon donatur sehingga lembaga dapat menentukan target dan sasaran dengan lebih tepat.

¹¹ Hendra Sutisna, *Fundraising Database* (Jakarta: Piramedia, 2006).

¹² Endang Eka Wahyuningsih dan Lailatus Sa'adah, *Manajemen Keuangan Di NU CARE-LAZISNU* (Jawa Timur: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021). 26

¹³ Faozan Amar, *Digital Fundraising Zakat Teknologi Pembayaran Zakat Dari Konvensional Ke Digital*, (Yogyakarta:IB pustaka, 2023). 36

4. *Positioning*; strategi membangun citra positif lembaga dibenak donatur dan masyarakat melalui program yang ditawarkan untuk meningkatkan kepercayaan.
5. Produk; lembaga harus menyediakan program yang jelas peruntukannya, sebagai acuan jenis kegiatan yang dijalankan dan besaran donasi yang dibutuhkan.
6. Promosi; dilaksanakan untuk memberikan informasi mengenai program lembaga sekaligus membangun meyakinkan calon donatur agar bersedia mendukung kegiatan yang dilakukan.
7. *Maintenance*; upaya lembaga dalam menjaga hubungan baik dengan donatur dan muzakki untuk membangun loyalitas dan mendukung perkembangan lembaga.

Pelaksanaan kegiatan *fundraising*, terdapat berbagai metode yang dapat digunakan. Secara umum, metode fundraising terbagi menjadi dua sebagai berikut:

a. Metode *fundraising* langsung (*Direct Fundraising*)

Metode langsung ini dilakukan dengan melibatkan partisipasi donatur secara langsung dalam proses penghimpunan dana. Pada metode ini, interaksi antara *fundraiser* dan donatur terjadi secara langsung sehingga respon dan keputusan untuk berwakaf dapat langsung diakomodasi. Dengan demikian, ketika donatur merasa terdorong untuk berwakaf setelah menerima informasi atau promosi.¹⁴

¹⁴ Mastanah, *Manajemen Majelis Taklim: Panduan Lengkap Untuk Efektivitas Dan Keberlanjutan* (Jawa Barat: CV Jejak, Anggota IKAPI, 2025). 42

Sehingga dapat melakukannya secara mudah karena seluruh kelengkapan dan prosedur telah tersedia. Sebagai contoh dari metode ini adalah penggalangan dana *door to door*, penyelenggaraan kegiatan galang dana; pengiriman email dan chat (media sosial) kepada calon donatur, layanan iklan (*direct advertising*) kepada calon donatur, *telefundraising* dan presentasi langsung kepada pihak donatur.

b. Metode *fundraising* tidak langsung (*Direct Fundraising*)

Metode tidak langsung ini dilakukan tanpa melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Pada metode ini, kegiatan fundraising di fokuskan pada pembentukan citra positif lembaga, bukan pada transaksi secara langsung. Dengan metode terstruktur melalui media massa atau media elektronik.¹⁵ Tujuannya adalah menumbuhkan kepercayaan dan kesadaran masyarakat untuk berdonasi di masa mendatang. Sebagai contoh dari metode ini adalah advertorial, image campaign, penyelenggaraan berbagai event, pengumuman produk, serta promosi berupa ajakan untuk berdonasi.

Menurut Sargeant, terdapat beberapa strategi penghimpunan dana yang lazim diterapkan oleh organisasi pelayanan sosial.¹⁶

- 1) *Dialogue Fundraising*, pendekatan penggalangan dana melalui interaksi langsung atau tatap muka antara *fundraiser* dan calon donatur.

¹⁵ Anwar Ibrahim Dkk, *AL-AWQAF: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Badan Wakaf Indonesia, 2019). 56

¹⁶ Yessi Rachmasari, dkk, "Penerapan Strategi Fundraising Di Save The Children Indonesia," *Social Work Jurnal* 6 (2023): 57.

- 2) *Corporate Fundraising*, strategi yang dilakukan dengan menjalin kemitraan bersama perusahaan untuk memperoleh dukungan dana
- 3) *Multichannel Fundraising*, metode penghimpunan dana yang memanfaatkan beragam saluran komunikasi, seperti situs web, media sosial, telepon, dan jaringan komunitas.
- 4) *Retention And Donor Development*, upaya mempertahankan loyalitas donatur sekaligus meningkatkan jumlah donatur melalui pembangunan komunikasi yang berkelanjutan serta pemberian layanan yang mudah dan responsif kepada para donatur.

D. Peningkatan

Peningkatan penghimpunan zakat merupakan upaya untuk mengoptimalkan perolehan zakat dari masyarakat melalui kegiatan yang mendorong dan mengedukasi agar mereka menunaikan kewajiban zakat sesuai ketentuan syariat Islam. peningkatan perolehan dana zakat tercermin dari bertambahnya jumlah penghimpunan zakat dari waktu ke waktu. Peningkatan tersebut menjadi meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap organisasi atau lembaga pengelolaan zakat.¹⁷

Menurut Laporan Pengelolaan Zakat Nasional BAZNAS (2021), peningkatan dana zakat berpotensi memperbaiki kualitas pengelolaan zakat dalam berbagai aspek yaitu dapat memperkuat literasi dan kepercayaan publik, memperluas kemaslahatan bagi masyarakat,

¹⁷ Ahmad Hamdalah Juliza Seliani, Hairul Amri, "Pengaruh Strategi Fundraising Dan Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Lembaga Zakat Dompot Dhuafa Riau 1," *Journal of Sharia and Law* 3, no. 3 (2024): 735–56.

meningkatkan kualitas tata kelola, serta sinergi antar OPZ melalui standard dan sistem informasi yang lebih baik.¹⁸ Dengan demikian, bertambahnya dana zakat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kualitas pengelolaan dan dampaknya bagi kesejahteraan masyarakat.

E. Zakat, Infaq, Sedekah

1. Zakat

Secara bahasa, zakat memiliki makna yang mendalam dan mencerminkan hakikat dari ibadah. Zakat berasal dari kata dasar *zaka* yang mengandung arti berkah, pertumbuhan, kebersihan dan kebaikan. Dalam bahasa arab, kata tersebut juga diartikan sebagai *al-barakatu* (keberkahan), *an-namaa* (pertumbuhan dan perkembangan), *ath-thaharatu* (kesucian), serta *ash-shalahu* (keberesan).¹⁹ Oleh karena itu, zakat tidak hanya dimaknai sebagai kewajiban untuk menunaikan sebagian harta tetapi juga sebagai proses penyucian jiwa dan harta serta sarana untuk menumbuhkan keberkahan dan kebaikan dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah ayat 103:

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

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan doakan untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka dan Allah Maha Mendengar

¹⁸ BAZNAS RI, “Laporan Pengelolaan Zakat Nasional,” (Jakarta, 2021).

¹⁹ Ahmad Muntazar, *Fiqih Zakat Kontemporer* (Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024). 1

lagi Maha Mengetahui.” (Qs. At-Taubah: 103).²⁰

Secara istilah zakat adalah suatu ibadah wajib yang dilaksanakan dengan memberikan sebagian harta dalam kadar tertentu yang dimana harta tersebut telah mencapai nisab dan kemudian di zakatkan kepada pihak yang berhak menerimanya sesuai dengan ketentuan syariat Islam.²¹ Zakat dipandang sebagai ibadah yang membersihkan serta mensucikan harta, sedangkan zakat fitrah berfungsi untuk mensucikan jiwa manusia. Menurut Al-Raghib al-Asfahānī, kata zakat berasal dari makna tumbuh dan berkembang, yang menunjukkan bahwa keberkahan dari Allah SWT akan selalu menyertai harta yang telah dizakatkan baik dalam urusan dunia maupun akhirat. Zakat disebut demikian karena merupakan hak Allah SWT yang disalurkan kepada fakir miskin dengan tujuan memperoleh keberkahan serta menyucikan jiwa.²²

Lebih lanjut, terdapat lima syarat wajib zakat yaitu sebagai berikut:²³

- a. Islam, seluruh perintah zakat dalam Al-Qur'an diawali dengan panggilan kepada orang-orang beriman, sehingga non-Muslim tidak termasuk dalam cakupan perintah tersebut.
- b. Berakal, seseorang memiliki kemampuan berpikir dan memahami tanggung jawab yang dibebankan kepadanya. Oleh

²⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Jumanatul Ali, 2022).

²¹ Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat Dan Wakaf* (Jakarta: PT Grasindo, 2021). 10

²² Atep Hendang Waluya, *Fikih Zakat Klasik Dan Kontemporer* (Jawa Tengah: Wawasan Ilmu, 2024). 1

²³ Muhaimin dan Lisda Aisyah, *Zakat Dan Perpajakan: Teori, Landasan Hukum Dan Penerapan* (Kota Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2022). 64

karena itu, orang gila atau tidak waras tidak wajib mengeluarkan zakat meskipun memiliki harta yang mencapai nisab.

- c. Balig, keadaan ketika seseorang telah mencapai usia dewasa menurut ketentuan syariat sehingga telah dikenai beban hukum (taklif).
- d. Merdeka, para ulama sepakat bahwa budak tidak wajib membayar zakat karena secara hukum ia tidak memiliki hak penuh atas hartanya.
- e. Memiliki Harta yang Memenuhi Syarat, apabila seseorang memiliki harta yang telah memenuhi ketentuan syariat, yaitu dimiliki secara penuh, mencapai nisab, dan telah melewati haul.

Zakat berfungsi sebagai instrumen pemerataan kesejahteraan, pengentasan kemiskinan, dan penguatan solidaritas sosial melalui pendistribusian kepada pihak yang berhak. Untuk menjamin penyalurannya tepat sasaran sesuai syariat, Islam telah menetapkan golongan penerima zakat. Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah ayat 60:

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

Artinya: “Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan),

sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana” (Qs. At-Taubah: 60).

Penyaluran zakat wajib diberikan kepada delapan golongan (*asnaf*) yang berhak menerima zakat. Oleh karena itu, pemahaman terhadap ayat tersebut menjadi landasan penting dalam pengelolaan dan pendistribusian dana zakat, infaq, dan sedekah oleh lembaga amil zakat, termasuk BAZNAS. Delapan *asnaf* yang dimaksud sebagai berikut:²⁴

- 1) Fakir: orang yang hampir tidak memiliki harta maupun pekerjaan sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok dirinya dan keluarganya.
- 2) Miskin: orang yang memiliki pekerjaan atau penghasilan, tetapi jumlahnya belum mencukupi untuk memenuhi kebutuhan hidup dasar dirinya dan keluarganya secara layak.
- 3) Amil Zakat: orang atau lembaga yang diberi tugas untuk mengelola zakat, mulai dari penghimpunan, pencatatan, pengelolaan, hingga pendistribusiannya kepada para mustahik.
- 4) Muallaf: orang yang baru memeluk Islam atau orang yang diharapkan kecenderungan hatinya kepada Islam sehingga keimanannya semakin kuat serta dapat memberikan manfaat bagi perkembangan umat Islam.
- 5) Hamba Sahaya: budak atau hamba sahaya yang ingin

²⁴ Mufti Afifi Dkk, *Optimalisasi Pengelolaan Filantropi Islam Berbasis Masjid* (Jawa Timur: UNIDA Gontor Press, 2021). 36

memperoleh kemerdekaannya.

- 6) Orang yang Memiliki Hutang: orang yang memiliki utang karena kebutuhan yang dibenarkan oleh syariat dan tidak mampu melunasinya.
- 7) Di Jalan Allah: segala bentuk usaha dan perjuangan di jalan Allah yang bertujuan menegakkan agama Islam serta memberikan kemaslahatan bagi umat.
- 8) Musafir: orang yang sedang melakukan perjalanan untuk tujuan yang dibenarkan oleh syariat dan mengalami kehabisan bekal sehingga tidak mampu melanjutkan perjalanan atau kembali ke tempat asalnya.

2. Infaq

Kata infaq berasal dari bahasa Arab *anfaqa-yunfiqu* yang berarti membelanjakan atau membiayai sesuatu. Makna infak menjadi lebih khusus ketika dikaitkan dengan pelaksanaan perintah Allah SWT. Secara terminologis, infak diartikan sebagai mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan untuk kepentingan yang diperintahkan dalam ajaran Islam.²⁵ Secara makna, infaq berarti mengeluarkan sebagian harta untuk kepentingan yang diridai Allah, baik dalam bentuk zakat maupun non-zakat. Melalui infaq, umat Islam diajak untuk menumbuhkan rasa empati dan solidaritas terhadap sesama, terutama bagi mereka yang kurang mampu, seperti fakir miskin, anak yatim, dan

²⁵ Anwar Sadat Harahap Dkk, *Strategi Perlindungan Anak Melalui Hibah Menurut Hukum Adat Batak Dan Hukum Islam* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2022). 203

dhuafa. Infaq tidak hanya membantu memenuhi kebutuhan ekonomi mereka, tetapi juga memberikan harapan dan kesempatan untuk memperbaiki taraf hidup.²⁶ Dengan demikian, praktik infaq berperan dalam membangun masyarakat yang lebih adil, harmonis, dan sejahtera. Meskipun infaq bukan satu-satunya jawaban dari berbagai persoalan sosial, peranannya tetap penting sebagai bentuk kepedulian sosial yang dapat memperkuat ikatan antar individu dan menciptakan kehidupan yang damai serta penuh keberkahan.

3. Sedekah

Sedekah merupakan salah satu wujud nyata dari kepedulian dan kasih sayang manusia terhadap sesama. Sedekah menunjukkan kejujuran orang yang memberinya. Lebih dari sekadar memberikan sebagian harta, sedekah mencerminkan keikhlasan hati serta rasa tanggung jawab sosial untuk membantu mereka yang membutuhkan. Dalam ajaran Islam, sedekah memiliki makna yang mendalam karena tidak hanya bernilai ibadah, tetapi juga menjadi sarana untuk menumbuhkan solidaritas dan memperkuat hubungan antarindividu dalam masyarakat.²⁷ Sedekah mampu menjadi sumber kebahagiaan, baik bagi pemberi maupun penerima, karena melalui tindakan ini tumbuh rasa syukur, empati, dan kepekaan sosial. Dengan demikian, sedekah bukan hanya tentang nilai materi, melainkan juga tentang

²⁶ Frilla Gunariah, "Implementasi Penyaluran Dana Infaq Di Baitul Maal Wat Tamwil," *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2022): 73–88.

²⁷ Himeteri Yardi, *The Power o Sedekah* (Jawa Barat: PT. Adab Indonesia, 2024). 2

membangun jiwa kemanusiaan dan menciptakan perubahan positif dalam kehidupan bersama.