

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Lembaga Amil Zakat

1. Pengertian Lembaga Amil Zakat

Pada tahun 1999, pemerintah menetapkan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 mengenai pengelolaan zakat yang mengatur keberadaan badan dan lembaga zakat. Berdasarkan pasal 6 ayat (1) dalam undang-undang tersebut, pengelolaan zakat dilaksanakan oleh dua bentuk organisasi, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah serta Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang didirikan dan dikelola oleh masyarakat melalui organisasi Islam, yayasan, maupun lembaga lainnya.¹

Lembaga Amil Zakat (LAZ) didirikan dengan badan hukum lain atau swasta yang disahkan dalam bentuk yayasan atau sesuai pada peraturan pemerintah pada bidang zakat. Partisipasi aktif Masyarakat dalam mengumpulkan, mengelola, dan mendistribusikan zakat juga dilakukan oleh Lembaga amil zakat swasta atau mandiri. Pemerintah memiliki tugas untuk membina, melindungi, serta mengawasi Lembaga Amil Zakat (LAZ).

¹ Fakhruddin Fakhruddin, *Fiqh Dan Manajemen Zakat Di Indonesia* (UIN-Maliki Press, 2008). 45.

Selain itu, pemerintah juga memberikan pengukuhan kepada LAZ yang telah memenuhi persyaratan sebagai bentuk pembinaan dan perlindungan bagi masyarakat, baik bagi para muzakki maupun mustahik.²

2. Fungsi dan Peran Lembaga Amil Zakat

Lembaga Amil Zakat Adalah Lembaga yang dibentuk Masyarakat yang memiliki tugas untuk mengelola zakat serta mendapatkan pengukuhan dari pemerintah. Lembaga Amil Zakat (LAZ) diwajibkan menyampaikan laporan secara berkala kepada BAZNAS mengenai kegiatan pengumpulan dan pendistribusian. LAZ yang berstatus nasional juga diperbolehkan membuka satu perwakilan di setiap provinsi setelah memperoleh izin dari kepala kantor wilayah Kementerian Agama provinsi. Untuk mendapatkan izin tersebut, LAZ harus mengajukan permohonan tertulis yang dilengkapi dengan dokumen pendukung, seperti izin pembentukan LAZ dari Menteri Agama, rekomendasi dari BAZNAS provinsi, data muzakki dan mustahik, serta program pendayagunaan zakat bagi kesejahteraan umat.

Tugas Pokok LAZ Adalah menerima amanah dari para muzakki untuk menghimpun, menyalurkan, serta memberdayakan dana zakat. Selain itu, organisasi ini juga bertanggung jawab dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan zakat, seperti memberikan pemahaman kepada

² Ahmad Hudaifah et al., *Sinergi Pengelolaan Zakat Di Indonesia* (Scopindo media pustaka, 2020), 15.

masyarakat mengenai hukum zakat dan mengelola investasi dana zakat sesuai ketentuan yang telah ditetapkan berdasarkan fatwa jumhur ulama.³

B. Strategi *Fundraising* Berbasis Kelompok

1. Pengertian Strategi *Fundraising*

Kata strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti rencana yang di susun secara cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran tertentu.⁴ Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *stratogos*, yang bermakna kepemimpinan dan urusan kemiliteran. Pada mulanya, strategi dipahami sebagai *generalship*, yaitu tindakan seorang jenderal dalam menyusun rencana untuk menaklukkan lawan dan meraih kemenangan dalam peperangan. Karena itu, pada fase awal perkembangannya, istilah strategi banyak digunakan dalam konteks militer. Menurut Grant dalam bukunya zuriani ritonga strategi adalah seluruh perencanaan yang berkaitan dengan pemanfaatan berbagai sumber daya secara terarah untuk membentuk posisi yang lebih menguntungkan⁵

Fundraising (penghimpunan) dalam KBBI adalah proses, cara, pembuatan mengumpulkan, penghimpunan, pengerahan.⁶ Sedangkan menurut istilah *fundraising* adalah usaha atau rangkaian kegiatan memengaruhi masyarakat yang dilakukan untuk mengumpulkan dana zakat,

³ Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern* (Malang: UIN MALIKI PRESS, 2010), 4.

⁴ KBBI, "Strategi," n.d., <https://kbbi.web.id/strategi>.di akses 24 Desember 2025.

⁵ Zuriani Ritonga, *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)* (Deepublish, 2020). 3.

⁶ KBBI, "Fundraising," n.d., <https://kbbi.web.id/fundraising>.di akses 24 Desember 2025.

infak, dan sedekah, serta berbagai sumber daya lain dari masyarakat, baik yang berasal dari individu maupun kelompok.⁷

Menurut April Purwanto strategi *fundraising* adalah suatu proses atau metode yang terorganisir dan terencana untuk menggalang dana dari berbagai sumber, baik perorangan, perusahaan, maupun pemerintah. Sedangkan Hamid Abidin mendefinisikan sebuah pendekatan yang digunakan untuk mengenali dan menganalisis berbagai sumber pendanaan yang memiliki potensi, memilih metode penggalangan dana yang paling efektif, serta melakukan evaluasi terhadap kemampuan lembaga amil zakat (LAZ) dalam menghimpun dana dari masyarakat.⁸ Dari kedua definisi tersebut, strategi fundraising adalah Sebuah proses yang terencana dan sistematis untuk mengidentifikasi, menganalisis, serta memanfaatkan berbagai sumber pendanaan potensial melalui metode penggalangan dana yang paling efektif, guna meningkatkan kemampuan lembaga dalam menghimpun dukungan finansial dari masyarakat, lembaga, dan pihak lainnya. Dalam sebuah strategi mencakup tiga tahapan, yakni antara lain:

a. Formulasi Strategi

Proses Formulasi strategi meliputi penyusunan rencana dan pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi. Tahapan

⁷ Muhammad Satriana Ilham, “Fundraising Zakat Ditinjau Dari Filsafat Ekonomi Islam” 3, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.59818/tijarah.v3i1.124>.

⁸ Gunawan Galuh Hanesty, Irfan Maulana, and Meilanny Budiarti Santoso, “Strategi Fundraising Pada Yayasan Cinta Anak Bangsa Di Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Pengabdian Dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)* 2, no. 2 (2021): 193–202.

ini dapat mencakup strategi pada Tingkat korporat (Perusahaan), strategi bisnis (unit usaha), serta strategi fungsional(departemen).⁹

Formulasi strategi Adalah proses menentukan strategi yang akan digunakan. Diawali dengan identifikasi terhadap visi, misi dan tujuan dari Perusahaan yang sudah ada, sehingga menghasilkan strategi yang objektif.

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi merupakan proses penerapan rencana strategis yang telah dirumuskan melalui pengalokasian sumber daya secara tepat. Tahap ini mencakup penyusunan struktur organisasi yang mendukung strategi, pengaturan anggaran, serta pengelolaan perubahan agar pelaksanaan strategi dapat berjalan efektif.¹⁰

c. Evaluasi Strategi

Tahap evaluasi dan pengendalian dilakukan dengan memantau serta menilai kinerja berdasarkan tujuan yang telah ditentukan. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui apakah strategi telah berjalan sesuai rencana dan menentukan perlunya penyesuaian. Sementara itu,

⁹ Kurniawaty Ansar, Mattalatta, Hardiyono, Ifah Finatry, *Manajemen Strategi Bisnis* (Makasar: Reads Media, 2024). 5.

¹⁰ YofitaMumpuni Hartarini Wahyudi, Sopi, Jefri Heridiansyah, Ukie Tukinah, *Manajemen Strategis* (Indramayu Jawa Barat: PT. Adab Indonesia, 2025). 10.

pengendalian strategi berfungsi memastikan organisasi tetap berada pada jalur yang sesuai untuk mencapai tujuan.¹¹

2. Konsep Fundraising Berbasis Kelompok

Secara etimologis, istilah kelompok berasal dari bahasa Inggris, yaitu *group*. Dalam kajian terminologi, kelompok diartikan secara beragam oleh para ahli. Robbins dan Coulter menjelaskan bahwa kelompok merupakan kumpulan yang terdiri atas dua orang atau lebih yang saling berinteraksi dan memiliki hubungan saling ketergantungan untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama.¹²

Menurut Horton dalam bukunya Syamsir Torang Kelompok adalah sejumlah orang yang memiliki persamaan tertentu dan memiliki pola interaksi yang terorganisir dan terjadi secara berulang ulang.¹³

Menurut Robbins dan Coulter, kelompok merupakan sekumpulan dua orang atau lebih yang saling berinteraksi dan memiliki hubungan saling ketergantungan untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu.¹⁴

Dalam pendekatan struktur, kelompok dibagi menjadi dua yaitu kelompok formal maupun informal. Kelompok formal Adalah kelompok yang pada umumnya memiliki nama, pengurus yang dipilih, tujuan dan

¹¹ Dwi Kartini Yanto Ramli, *Manajemen Strategik Bisnis* (Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2022). 16.

¹² Mardiah Dkk, "Perilaku Kelompok Dalam Organisasi," *Islamic Education Journal* 1, no. 1 (2023): 73.

¹³ Syamsir Torang, *Organisasi Dan Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2013).75.

¹⁴ Mardiah, "Perilaku Kelompok Dalam Organisasi.," *Islamic Education Journal* 1, no. 1 (2023):73.

konstitusi. Sedangkan kelompok informal adalah kelompok yang tidak memiliki struktur organisasi dan tidak memiliki aturan tertentu secara ketat dan tertulis.¹⁵

Lebih lanjut, Masyarakat dikategorikan sebagai kelompok jika memiliki ciri-ciri sebagai berikut:¹⁶

- a. Adanya dorongan yang sama pada setiap individu sehingga terjadi interaksi sosial dan tertuju dalam tujuan bersama.
- b. Adanya reaksi dan kecakapan yang berbeda di antara individu akibat interaksi sosial.
- c. Adanya pembentukan dan penegasan struktur kelompok yang jelas, yang terdiri atas peranan dan kedudukan yang berkembang untuk mencapai tujuan Bersama.
- d. Adanya penegasan dan peneguhan norma-norma pedoman tingkah laku anggota kelompok yang mengatur interaksi dan kegiatan anggota kelompok dalam merealisasikan tujuan kelompok.

Penerapan strategi penghimpunan berbasis kelompok merupakan salah satu inovasi *fundraising* yang di kembangkan oleh Lazis Al-Haromain Kabupaten Kediri dengan cara menghimpun dana dengan bekerja sama dengan beberapa kelompok untuk meningkatkan dana ZIS secara berkelanjutan. Para kelompok tidak hanya menjadi donatur tetapi mereka juga merekomendasikan ke orang lain untuk menjadi donatur di Lazis Al-

¹⁵ Syamsir Torang, *Organisasi Dan Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013) 80.

¹⁶ Mohammad Najib, *Dinamika Kelompok* (Lingkar selatan: CV pustaka setia, 2015).22.

Haromain, dengan begitu Lazis Al-Haromain akan tidak hanya mendapatkan dana tetapi mendapatkan muzaki juga. Proses pemasaran ini masuk ke dalam tiga kegiatan manajemen di antaranya, mendapatkan donatur baru, meningkatkan hubungan dengan donatur yang telah ada, dan mempertahankan para donatur.¹⁷

Menurut Thakur dalam penelitiannya Mercy Reinette, strategi ini didasarkan pada tiga pilar: akses ke pasar, kearifan lokal, dan penerimaan berbasis kepercayaan dalam kelompok. Tujuannya mencakup penguatan hubungan pelanggan, peningkatan loyalitas, serta pengembangan pasar berkelanjutan. Pendekatan ini meningkatkan keterlibatan pelanggan, respons positif melalui rekomendasi mulut ke mulut, serta umpan balik *real-time* untuk inovasi produk. Kolaborasi dengan kelompok juga memperluas visibilitas, membangun kepercayaan merek, dan mendorong loyalitas jangka panjang.¹⁸

Penerapan strategi *fundraising* berbasis kelompok tersebut tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas penghimpunan tetapi juga sebagai pengembangan yang memberikan dampak positif pada program-program yang dikelola oleh lembaga amil, serta dapat meningkatkan partisipasi Masyarakat dalam program penggalangan dana dan bertujuan untuk

¹⁷ Heri Sudarsono, *Manajemen Pemasaran* (Pustaka Abadi, 2020).4.

¹⁸ Mercy Reinette and Handayani Mantur, "Community-Based Marketing Strategies In Developing Markets" 2, no. 8 (2024): 2436–48.

meningkatkan transparansi, efektivitas, dan efisiensi dalam proses penghimpunan dana zakat.

Ciri Khas penghimpunan berbasis kelompok, mengandalkan solidaritas kelompok bahwa individu tidak berdiri sendiri tetapi saling mempengaruhi untuk mencapai tujuan yang sama. Sedangkan pada penghimpunan dengan individu bisa berdiri sendiri, perilaku membedakannya dari individu lain, meskipun tetap dipengaruhi oleh lingkungan sosial.¹⁹

Pada LAZIS Al-Haromain Kabupaten Kediri Penghimpunannya berbasis kelompok berbeda dengan penghimpunan individu, Dimana pada penghimpunan kelompok yang anggotanya beberapa orang dihimpun melalui satu orang saja sedangkan pada penghimpunan individu dihimpun dengan *one to one* ke rumah melalui kotak infak yang di titipkan di warung atau toko.

3. Indikator *Fundraising*

Suatu Lembaga pengelola zakat dapat dinilai berhasil dalam menjalankan strategi *fundraising* melalui beberapa indikator, di antaranya:²⁰

¹⁹ Aini Ali Agustini and Miftah Farid Bahtiar, "Interaksi Individu Dan Kelompok" 2, no. 1 (2024): 51–55, <https://doi.org/10.59996/globalistik.v2i1.359>.

²⁰ Sigit Hermawan, Irwan Alnarus Kautsar, and Dian Berkah, "Buku Ajar Hukum Islam Dan Strategi Fundraising Tentang Zakat, Infaq Dan Sedekah (ZIS) Lazismu Jawa Timur," *Umsida Press*, 2024, 31–32.

- a) Peningkatan kualitas SDM sebagai pilar utama *fundraising*
- b) Optimalisasi Zakat dari sektor pelaku usaha dan Optimalisasi infaq dan shadaqah sebagai pilar utama penghimpunan
- c) Dukungan penuh dari Masyarakat
- d) Donasi berkelanjutan.

4. Metode *Fundraising*

Metode *fundraising* dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu metode langsung (*direct fundraising*) dan metode tidak langsung (*indirect fundraising*):

a. Metode Langsung (*Direct Fundraising*)

Metode ini melibatkan penggalangan dana secara langsung kepada calon donatur. Contohnya termasuk penggalangan dana *door to door* (pintu ke pintu), *direct mail* (pengiriman surat atau email secara langsung), *direct advertising* (iklan langsung), penyelenggaraan acara khusus, dan kunjungan langsung ke donatur. Metode ini biasanya memberikan hasil yang lebih cepat karena komunikasi dan permohonan dana dilakukan secara personal dan langsung kepada masyarakat.²¹

b. Metode Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Metode ini menggunakan media atau perantara untuk menggalang dana tanpa kontak personal langsung. Contohnya meliputi

²¹ Islahiyah Okta, Novita Sari, and Nasirudin Al Ahsani, "Manajemen Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Pendapatan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Probolinggo," n.d., 203–16.

penggunaan media sosial, kampanye digital, pembuatan brosur, banner, pengumuman melalui media massa, serta kerjasama dengan pihak ketiga sebagai mitra penggalangan dana. Metode ini efektif untuk menjangkau khalayak luas dengan biaya yang relatif lebih rendah dan membangun citra organisasi di mata publik.²²

5. Faktor pendukung dan penghambat *Fundraising*

Ada beberapa faktor pendukung *fundraising* diantaranya :²³

a. Lokasi Lembaga berada di posisi strategis

Lokasi yang strategis merupakan Lokasi yang berada di keramaian, dekat fasilitas umum, serta didukung infrastruktur yang baik. Dengan ini memudahkan akses donasi dan penerima manfaat, sehingga mempercepat distribusi dana dan meningkatkan visibilitas.

b. Sumber daya manusia yang kompeten

Sumber Daya Manusia menjadi elemen kunci dalam mencapai keberhasilan fundraising. Amil yang profesional , jujur, pandai berkomunikasi dan menguasai fiqh zakat akan lebih mudah meyakinkan muzakki. Kualitas SDM ini meliputi kemampuan

²² Maya Panorama Salsabila Tiraliana, RiskiAmelia, Hafish Syabandi, “Strategi Fundraising Pengelolaan Zakat Dalam Menjalankan Program Jangka Panjang Dan Jangka Pendek” 8, no. 5 (2023).15.

²³ Nauval Hilmy Ramadhan, Rahmad Hakim, and Muslikhati Muslikhati, “Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu,” *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 63–72.

berkomunikasi, pengelolaan administrasi, pelayanan prima, serta pemahaman mendalam terhadap peraturan zakat.

c. Adanya legalitas Lembaga

Legalitas lembaga seperti SK Kemenag ini bentuk kepatuhan terhadap aturan, memberikan identitas legal, serta menjamin keamanan dan kredibilitas dalam menjalankan aktivitasnya, Legalitas ini sangat penting untuk membangun kepercayaan publik dan memberikan landasan hukum yang kuat dalam operasional sehari-hari.

d. Kemampuan dalam mendistribusikan program secara efektif

Kemampuan distribusi yang cepat dan tepat sasaran, misalnya Lembaga yang mendistribusikan zakat tepat waktu dan tepat sasaran mustahik di desa terpencil akan mendapat testimoni positif, akan mendorong donasi berulang dan rekomendasi dari komunitas.

e. Manajemen lembaga yang jelas

Manajemen transparan dengan struktur organisasi, laporan keuangan audited dan governance baik memastikan dana tidak disalahgunakan. Ini mencakup penggunaan software akuntansi untuk pelaporan bulanan, yang meningkatkan akuntabilitas dan daya saing fundraising di era digital.

Di samping faktor pendukung pastinya ada hambatan atau rintangan yang dialami oleh Lembaga dalam operasionalnya. Berikut beberapa faktor yang menjadi penghambat *fundraising* :

a. Rendahnya Literasi Zakat

Masih banyak Masyarakat yang belum faham jenis zakat, perhitungan serta peran Lembaga zakat. Hal ini menghambat kesadaran dan kepatuhan, karena pemahaman fiqh zakat masih minim di kalangan Masyarakat pedesaan maupun perkotaan.

b. Kurangnya kepercayaan Masyarakat terhadap Lembaga zakat

Banyak Masyarakat kurang percaya dengan LAZ disebabkan kasus penyalahgunaan dana dan kurangnya transparansi pelaporan, sehingga banyak yang memilih menyalurkan zakat langsung ke mustahik.

c. Kurangnya inovasi strategi

Strategi fundraising konvensional yang masih dominan kurang efektif menarik muzakki baru. Tanpa inovasi pada media dan pendekatan, Lembaga zakat berisiko tertinggal dari perkembangan zaman.

d. Kondisi sosial dan ekonomi Masyarakat

Saat kondisi ekonomi sulit, seperti inflasi atau ketimpangan pendapatan, membuat muzakki enggan menyalurkan zakat melalui Lembaga karena prioritas kebutuhan pribadi.

C. Konsep Zakat Infaq Sedekah (ZIS)

1. Zakat

a) Pengertian Zakat

Zakat secara bahasa memiliki arti suci, tumbuh, dan berkembang. Adapun secara istilah, zakat adalah sebagian harta yang telah dimiliki selama satu tahun kepemilikan (haul) dan telah memenuhi batas minimal yang ditetapkan (nisab).²⁴ Zakat berkewajiban bagi setiap muslim yang memenuhi syarat tertentu untuk mengeluarkan sebagian hartanya kepada orang yang berhak menerima (mustahik). Zakat merupakan instrumen penting dalam sistem ekonomi syariah yang tidak hanya memiliki dimensi spiritual untuk ketaatan kepada Allah, tetapi juga berfungsi sebagai sarana redistribusi kekayaan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan mengurangi kemiskinan.²⁵ Zakat diwajibkan atas harta tertentu (nisab)

²⁴ Tika Widiastuti et al., *GOOD AMIL GOVERNANCE (GAG)-Optimalisasi Kinerja Dan Kesejahteraan Lembaga Zakat* (Airlangga University Press, 2025).15.

²⁵ Mauludin, Wulandini, and Pratama, "Analisis Manajemen Pendistribusian Dana Zakat Infaq Shodaqoh Di Baitul Maal Hidayatullah Dalam Mensejahterakan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19." 146.

dan pada waktu-waktu tertentu (haul), dan harus disalurkan sesuai ketentuan syariat Islam.²⁶

b) Rukun dan syarat Zakat

Rukun zakat adalah unsur-unsur yang harus terpenuhi sebelum mengerjakan zakat. Rukun zakat meliputi Niat, adanya muzaki (orang yang berzakat), adanya mustahik (orang yang berhak menerima zakat), dan terdapat harta yang di zakatkan.

Adapun syarat wajib mengeluarkan zakat Adalah :²⁷

a) Islam

Ketentuan ini mengetahui bahwa kewajiban zakat hanya berlaku bagi umat muslim, sedangkan non-muslim tidak diwajibkan menunaikannya.

b) Berakal sehat

Individu yang mengalami gangguan akal (gila) tidak ada kewajiban untuk berzakat.

c) Baligh

Anak-anak yang belum mencapai usia baligh belum memiliki kewajiban untuk mengeluarkan zakat.

²⁶ H Khoirul Abror and K H A MH, "Buku Fiqh Zakat Dan Wakaf" (Sukarama Bandar Lampung: Percetakan Permata, 2019). 6.

²⁷ Hudaifah et al., *Sinergi Pengelolaan Zakat Di Indonesia*. 3.

d) Harta benda sendiri dan mencapai nisab

Nisab Adalah batas minimal kepemilikan harta yang telah ditentukan sebagai acuan seseorang di kenai kewajiban zakat.

c) Tujuan Zakat

Adanya zakat memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:²⁸

- a) Zakat mensucikan jiwa dari sifat kikir
- b) Meningkatkan kesejahteraan fakir miskin
- c) Membantu mengatasi kesulitan yang dihadapi oleh gharimin, ibnu sabil, serta mustahik lainnya.
- d) Zakat mendidik berinfak dan memberi
- e) Zakat merupakan manifestasi syukur atas nikmat Allah
- f) Zakat mengobati hati dari cinta dunia
- g) Zakat mensucikan harta kecuali harta yang haram
- h) Mempererat hubungan persaudaraan, baik sesama umat islam maupun dengan sesama manusia²⁹

2. Infaq

a) Pengertian Infaq

Infaq adalah pemberian harta secara sukarela di luar kewajiban zakat yang dilakukan untuk kepentingan kebaikan dan

²⁸ Nurul Huda, *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset* (Prenada Media, 2015).10.

²⁹ Rahmad Hakim, *Manajemen Zakat: Histori, Konsepsi, Dan Implementasi* (Prenada Media, 2020).4.

kesejahteraan masyarakat. Infaq dapat berupa uang atau benda, dan sifatnya tidak terbatas jumlah atau waktu. Secara terminologi, infaq lebih diarahkan pada pemberian material yang diperuntukkan untuk kepentingan sosial yang diperintahkan oleh agama.³⁰

b) Tujuan Infaq

Dalam konteks agama Islam, adanya infaq memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:³¹

- 1) Membantu memenuhi kebutuhan sesama, terutama bagi mereka yang membutuhkan, sekaligus sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah.
- 2) Bentuk amal untuk membersihkan harta serta menumbuhkan sikap peduli terhadap lingkungan sosial.
- 3) Dengan berinfaq di harapkan dapat memperoleh pahala dari Allah serta mendapatkan keberkahan dalam hidupnya.

3. Sedekah

a) Pengertian sedekah

Sedekah merupakan pemberian sukarela yang bersifat lebih luas, mencakup pemberian materi maupun non-materi seperti tenaga atau jasa. Dalam konteks syariat, sedekah meliputi zakat dan infaq

³⁰ Kiki Hardiansyah Siregar and Maya Andriani, “*Manajemen Ziswaf (Zakat, Infaq, Sedekah, Dan Wakaf): Teori Dan Praktik*,” (Penerbit Tahta Media, 2024).21.

³¹ Fikran Djakartara et al., “Analisis Pengelolaan Dana Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Di Masjid Al-Marhamah Gorontalo,” *Jurnal Mahasiswa Akuntansi* 4, no. 1 (2025): 20–28.

namun tidak terbatas hanya pada yang bersifat materi, tetapi juga bisa berupa tindakan kebaikan lainnya yang memberikan manfaat bagi masyarakat. Secara prinsip, sedekah adalah amal yang dilakukan dengan niat ikhlas tanpa batasan tertentu tentang nilai dan waktu.³²

b) Tujuan Sedekah

Dalam konteks agama Islam, adanya sedekah memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:³³

- 1) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan.
- 2) Mengembangkan nilai-nilai sosial seperti kepedulian, solidaritas, dan tanggung jawab sosial dalam diri individu.
- 3) Menjadi bentuk ketaatan dan ibadah kepada Allah yang sekaligus menjadi sarana untuk menyucikan harta.

³² Muhammad Anwar Sani, *Manajemen ZISWAF Produktif: Zakat, Infak, Sedekah, Dan Wakaf* (Cahaya Ghani Recovery, 2025).5.

³³ Teguh Saputra, "Hikmah Sedekah Dalam Al-Qur'an Dan Hadis," in *Gunung Djati Conference Series*, vol. 8, 2022, 347–56.