

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos*, yang berarti rencana jangka panjang, diikuti tindakan untuk mencapai tujuan.¹⁹ Menurut William F. Glueck dan Lawrence R. Jauch dalam Muhammad, strategi dapat diartikan sebuah rencana yang diatukan, luas, dan terintegrasi yang dicapai melalui pelaksanaan sebuah organisasi/perusahaan dengan menghubungkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan serta disusun untuk memastikan tujuan utama organisasi.²⁰ Hafied Cangan, mengungkapkan bahwa strategi merupakan seni membawa sumber daya untuk mencapai tujuan dengan melibatkan kemampuan intelegensi atau pikiran.²¹

Strategi merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan dari organisasi atau perusahaan. Suatu keberhasilan strategi bergantung pada perumusan strategi yang digunakan untuk perusahaan atau organisasi oleh pemimpin. Makna suatu rencana, taktik, atau cara dalam mencapai tujuan yang diinginkan merupakan istilah strategi sering digunakan oleh masyarakat. Untuk mencapai suatu sasaran atau rencana yang mengarah pada pengembangan perusahaan diperlukan sebuah upaya yang disebut sebagai strategi.²² Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi adalah

¹⁹ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: Refika Aditama, 2014), 2.

²⁰ Muhammad dan Abu Bakar, *Manajemen Organisasi Zakat* (Malang: Madani Kelompok Penerbit Intrans, 2011), 91.

²¹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003) 61.

²² Philip Kotler, *Marketing Manajemen* (Jakarta: Pren Hallindo, 1997), 8.

penentuan cara untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dan memastikan tujuan dapat tercapai dengan tepat.

B. Penghimpunan Dana (*Fundraising*)

1. Pengertian Penghimpunan Dana (*Fundraising*)

Sebagai lembaga keuangan, dana merupakan sesuatu yang terpenting yang apabila sebuah lembaga tidak mendapatkan dana maka lembaga tidak dapat melakukan aktivitas apapun atau tidak memiliki fungsi. Dana merupakan uang yang didapat dan disediakan untuk suatu tujuan tertentu. Semakin besar dana yang didapat maka akan semakin besar lembaga dalam memperoleh pendapatan.²³

Penghimpunan dana dapat disebut sebagai *fundraising*, merupakan penggalangan dana yang dilakukan oleh *fundraiser* dengan tujuan dana masyarakat dapat disalurkan kepada yang berhak menerimanya. *Fundraising* merupakan sebuah proses pengumpulan dana bersama sumber daya lainnya dengan tujuan menciptakan program pemberdayaan masyarakat. Dana dari donatur yang dikelola oleh organisasi dengan pertanggungjawaban.²⁴

Menurut M. Anwar Sani, *fundraising* merupakan proses pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah dari masyarakat yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk *mustahik*.²⁵

Penghimpunan menjadi salah satu tema utama bagi OPZ baik Badan Amil Zakat Nasional ataupun LAZ. Suatu hal yang penting bagi

²³ Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 1.

²⁴ Abdul Ghofur, *Tiga Kunci Fundraising* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), 15.

²⁵ M. Anwar Sani, *Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Masjid* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010), 12.

lembaga zakat atau organisasi sosial untuk menjalankan penghimpunan kegiatan lembaga atau organisasi tersebut.²⁶ Sehingga, sebuah organisasi akan tetap berjalan dengan kegiatannya bergantung pada proses *fundraising* yang akan digunakan untuk membiayai kegiatan, program, dan operasional organisasi lainnya.²⁷

2. Fungsi *Fundraising*

Adapun fungsi dari *fundraising*, di antaranya adalah:

- a. Mengumpulkan dana, *fundraising* atau penghimpunan dana bisa diartikan sebagai pengumpulan dana, karena sebuah program, jasa, dan operasional dalam sebuah lembaga atau organisasi zakat dapat berjalan dengan adanya dana dari masyarakat dengan tujuan mensejahterakan ekonomi sebuah negara.
- b. Menambah calon donatur atau jumlah donatur.
- c. Membentuk dan meningkatkan citra lembaga.
- d. Menggalang pendukung, melalui pendukung, lembaga dapat memiliki sumber informasi untuk dapat menjalankan kegiatan *fundraising*.
- e. Memberi kepuasan kepada donatur, tujuan ini adalah untuk memuaskan donatur yang merupakan nilai jangka panjang yaitu dengan menjaga loyalitas donatur atau muzaki agar tetap melakukan donasi pada lembaga.²⁸

²⁶ Widi Nopiardo, "Startegi *Fundraising* Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar", *Jurnal Imara*, Vol 1 No. 1, 2017, (<https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/jurei/article/view/991/868> diakses pada 25 Februari 2022), 58.

²⁷ Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 33.

²⁸ *Ibid.*, 35.

3. Model *Fundraising*

Adapun model dari *fundraising*, yaitu terdiri dari:

a. *Direct fundraising*

Direct fundraising adalah teknik pengumpulan dana yang melibatkan partisipasi dari muzaki, interaksi dan respon muzaki secara langsung yang didapatkan setelah mendapat sosialisasi dari *fundraiser*.

b. *Indirect fundraising*

Indirect fundraising adalah teknik pengumpulan dana yang tidak ada partisipasi secara langsung dari muzaki. *Fundraiser* tidak mengarahkan muzaki untuk melakukan transaksi pada saat itu, namun lebih mengarah kepada promosi dengan tujuan meningkatkan atau menguatkan citra lembaga atau organisasi.²⁹

²⁹ Murtadho Ridwan, "Analisis Model *Fundraising* dan Distribusi Dana Zakat di UPZ Desa Wonoetingal Karanganyar Demak", *Jurnal Penelitian*, Vol. 10 No. 2, 2016, 301.

C. Digital *Fundraising*

Digital berasal dari Bahasa Yunani yaitu Digitus yang berarti jari jemari. Menurut Jay David, Bolter, Wesley Chair of New Media, teknologi digital merupakan teknologi yang tidak digunakan secara manual atau tidak menggunakan tenaga manusia. Menurut Lev Monovich seorang Professor of Visual Arts University of California, teori digital selalu berkaitan dengan media sehingga dapat memudahkan kinerja manusia dalam segala aspek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa digital merupakan perkembangan teknologi dan sains yang memiliki sifat otomatis dari rumit menjadi ringkas.³⁰

Menurut Bruce (2018) dalam Ade Nur Rohim, digital *fundraising* merupakan kegiatan pengumpulan dana ini dilakukan dengan menggunakan media digital yang dikenal sebagai istilah digital *fundraising*.³¹

Dengan memanfaatkan teknologi digital sebaik mungkin, program sosialisasi OPZ akan dapat mencapai target lebih banyak, dengan dapat diberikannya sebuah kemudahan dalam mengakses informasi seputar zakat. Melalui teknologi dan digital, strategi penggalangan dana perlu ditindak lanjuti untuk mengatasi masalah kesenjangan antara potensi dan pencapaian pengumpulan zakat. Inovasi dengan memanfaatkan sebuah teknologi ini membuka peluang bagi umat muslim dalam memulai dan

³⁰ Rustam Aji, "Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)", *Islamic Communication Journal*, Vol 01, No 01, 2016, 44.

³¹ Ade Nur Rohim, "Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital *Fundraising*", *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 4, No. 1, 2019, 76.

membayar kewajiban berzakat, infak, dan bersedekah melalui *financial technology*.³²

D. Manajemen

Manajemen merupakan proses yang terdiri dari aktifitas atau kegiatan yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan memanfaatkan unsur manusia dan sumber daya lainnya.³³ Adapun fungsi-fungsi dalam manajemen menurut James Stoner yang didalamnya dilakukan kegiatan manajemen di mana terdapat tahapan yang diharuskan untuk dilakukan yang dapat berfungsi secara efektif, yaitu di antaranya:

1. Perencanaan (Planning)

Dalam mengelola sebuah organisasi terdapat tahap awal yaitu perencanaan. Perencanaan merupakan proses dasar dari manajemen untuk memutuskan rancangan dan tujuan dari perusahaan. Dalam menetapkan sebuah perencanaan diperlukan empat dasar tahapan perencanaan yang terdiri dari penetapan tujuan, perumusan perencanaan, mengidentifikasi kemudahan dan hambatan, dan mengembangkan rencana untuk pencapaian tujuan.³⁴

2. Pengorganisasian (*organizing*)

Setelah memutuskan perencanaan untuk menetapkan tujuan, maka diperlukan pengorganisasian, pengorganisasian merupakan proses

³² Dwi Murdaningsih, "GoPay Gandeng Baznas Luncurkan Inovasi GoZakat. *Republika Online*", *Republika Online*, 2019, (<https://www.republika.co.id/berita/q0hrw1368/gopay-gandeng-baznas-luncurkan-inovasi-gozakat> diakses pada 19 Juni 2022).

³³ Winardi, *Sejarah Perkembangan Pemikiran dalam Bidang Manajemen* (Bandung: Mandar Maju, 2002), 1.

³⁴ Sespamardi, "Tahapan Proses Perencanaan" *Jurnal Manajemen*, Vol 1, 2018, 5.

untuk menetapkan hubungan kerja antara karyawan agar memungkinkan mereka mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Manajer perlu melakukan langkah-langkah dalam tahapan proses pengorganisasian yaitu pembagian kerja, pengelompokan pekerjaan, penentuan relasi antar bagian dalam organisasi, dan koordinasi.³⁵

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan untuk menyalurkan perilaku bawahan dalam aktivitas tertentu untuk mencegah terjadinya aktivitas lain, pencegahan tersebut dilakukan dengan menetapkan aturan dan standar, yang kemudian peraturan tersebut dapat dipastikan untuk dipatuhi.³⁶

4. Pengawasan

Pengawasan merupakan proses mengawasi, membandingkan, dan mengoreksi kinerja, pada proses ini terdapat langkah-langkah yang dilakukan di antaranya adalah menetapkan standar, mengukur pelaksanaan kegiatan, membandingkan kinerja dengan standar, dan melakukan koreksi terhadap kinerja.³⁷

E. Manajemen *Fundraising* (Penghimpunan Dana) bagi Organisasi Penghimpunan Zakat

Manajemen *Fundraising* (Penghimpunan Dana) adalah proses yang digunakan oleh organisasi untuk mengumpulkan dana dari berbagai sumber, seperti individu, perusahaan, pemerintah, atau lembaga-lembaga lain untuk digunakan dalam kegiatan organisasi. Dalam hal ini,

³⁵ Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Sefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana, 2009), 152.

³⁶ Siswanto, *Pengantar Manajemen* (Bandung: Bumi Aksara, 2015), 138.

³⁷ Usman Efendi, *Asas Manajemen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 212.

Manajemen *fundraising* (penghimpunan dana) bagi organisasi pengelolaan zakat adalah proses yang digunakan oleh organisasi yang mengelola zakat untuk mengumpulkan dana dari masyarakat untuk disalurkan kepada mustahik (penerima zakat) yang berhak menerima zakat.

Proses manajemen *fundraising* bagi organisasi pengelolaan zakat dapat meliputi beberapa tahap, seperti:

1. Perencanaan: Organisasi pengelola zakat menyusun rencana pengumpulan dana, termasuk target dana, sumber dana, dan strategi pengumpulan dana yang akan digunakan.
2. Implementasi: Organisasi pengelola zakat melakukan tindakan-tindakan untuk mengumpulkan dana, seperti melakukan kampanye pengumpulan dana, menjalin kerjasama dengan lembaga-lembaga lain, atau mengadakan acara-acara untuk mengumpulkan dana.
3. Monitoring dan evaluasi: Organisasi pengelola zakat melakukan monitoring dan evaluasi terhadap proses pengumpulan dana, termasuk mengevaluasi keberhasilan program *fundraising* dan mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan.
4. Pengelolaan dana: Organisasi pengelola zakat mengelola dana yang terkumpul dengan baik dan transparan, meliputi pengelolaan keuangan, pengelolaan sumber dana, dan pengelolaan dana yang disalurkan kepada mustahik.

Manajemen *fundraising* yang baik dapat memastikan bahwa organisasi pengelola zakat dapat mengumpulkan dana secara efektif dan

efisien, sehingga dapat meningkatkan jangkauan dan kualitas layanan pengelolaan zakat bagi masyarakat.³⁸

F. Dasar Hukum *Fundraising*

Adapun dasar hukum *fundraising* zakat di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Masyarakat dan Perlindungan Masyarakat Miskin dan Fakir (UU PMPMFF) yang menyatakan bahwa pengumpulan dan pengelolaan zakat, infak, dan sedekah dapat dilakukan oleh lembaga amil zakat, infak, dan sedekah yang dibentuk berdasarkan peraturan perundang-undangan. Selain itu, dalam melakukan *fundraising* zakat juga harus memperhatikan peraturan perundang-undangan lain seperti Peraturan Menteri Agama Nomor 5 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Pengelolaan Zakat, Infak, dan Sedekah.³⁹

Adapun dasar hukum tentang zakat yang telah ditentukan dalam surat at-Taubah ayat 103:

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

“Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan³³²) dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (Q.S. at-Taubah: 103)⁴⁰

Dasar hukum *fundraising* tentang infak telah ditetapkan oleh Allah dalam Surat al-Baqarah ayat 267:

³⁸ April Purwanto, Manajemen *Fundraising* bagi Organisasi Pengelola Zakat (Semarang: Teras , 2009), 32.

³⁹ Sudirman, Zakat Dalam Pusaran Arus Modernitas, (Malang: UIN Malang Press, 1997), 94.

⁴⁰ Mushaf An-Nahdlah Al-Qur'an dan Terjemahan. Jakarta: PT Hati Emas, 203.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.” (Q.S. al-Baqarah: 267)⁴¹

Dasar hukum sedekah telah ditetapkan Allah dalam surat al-Baqarah ayat 264:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَاتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَى كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِثَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ صَفْوَانٍ عَلَيْهِ تُرَابٌ فَأَصَابَهُ وَابِلٌ فَتَرَكَهُ صَلْدًا ۖ لَا يَقْدِرُونَ عَلَى شَيْءٍ مِمَّا كَسَبُوا ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, jangan membatalkan (pahala) sedekahmu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan penerima), seperti orang yang menginfakkan hartanya karena riya (pamer) kepada manusia, sedangkan dia tidak beriman kepada Allah dan hari Akhir. Perumpamaannya (orang itu) seperti batu licin yang di atasnya ada debu, lalu batu itu diguyur hujan lebat sehingga tinggallah (batu) itu licin kembali. Mereka tidak menguasai sesuatu pun dari apa yang mereka usahakan. Allah tidak memberi petunjuk kepada kaum kafir.” (Q.S. al-Baqarah: 264)⁴²

G. Tujuan Fundraising

Tujuan utama dari *fundraising* (penghimpunan dana) adalah untuk mengumpulkan dana yang diperlukan untuk menjalankan suatu kegiatan atau program. Ada berbagai jenis kegiatan atau program yang dapat didanai melalui *fundraising*, seperti:

⁴¹ Ibid., 45.

⁴² Ibid., 44.

1. Kegiatan sosial, seperti program bantuan kemanusiaan, program pendidikan, program kesehatan, dll.
2. Kegiatan keagamaan, seperti pembangunan masjid, pembangunan pondok pesantren, dll.
3. Kegiatan kultural, seperti pembangunan taman seni, pembangunan teater, dll.
4. Kegiatan olahraga, seperti pembangunan lapangan olahraga, dll.
5. Kegiatan politik, seperti kampanye pemilihan umum, dll.
6. Kegiatan bisnis, seperti pengembangan usaha, pembiayaan proyek, dll.

Secara umum, *fundraising* dilakukan untuk mengumpulkan dana yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan atau sasaran tertentu.⁴³

H. Ruang Lingkup *Fundraising* (Penghimpunan Dana)

Ruang lingkup *fundraising* (penghimpunan dana) meliputi berbagai hal yang digunakan untuk mendorong dalam pengumpulan dana. Beberapa diantaranya adalah:

1. Motivasi

Yaitu serangkaian pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan, dan alasan-alasan yang mendorong donatur/wakif untuk mengeluarkan sebagian hartanya. Dalam kerangka *fundraising*, nazhir harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon wakif untuk melakukan kegiatan wakaf atau yang berhubungan dengan pengelolaan

⁴³ Ahmad Juwaini, *Panduan Direct Mail untuk Fundraising* (Jakarta: Piramedia), 5.

wakaf.

2. Program

Yaitu kegiatan pemberdayaan implementasi visi dan misi lembaga perwakafan (nazhir) yang jelas sehingga masyarakat yang mampu tergerak untuk melakukan perbuatan wakaf atau yang terkait dengan perwakafan.

3. Metode *Fundraising*

Yaitu cara-cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga dalam rangka menggalang dana dari masyarakat. Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi masyarakat donatur/wakif.⁴⁴

I. Hubungan *Fundraising* (Penghimpunan Dana) dengan Marketing

Fundraising (penghimpunan dana) dan marketing memiliki hubungan yang erat karena keduanya memiliki tujuan yang sama yaitu mencapai suatu sasaran tertentu. Dalam *fundraising*, sasaran yang ingin dicapai adalah mengumpulkan dana yang diperlukan untuk menjalankan suatu kegiatan atau program. Sedangkan dalam marketing, sasaran yang ingin dicapai adalah meningkatkan penjualan produk atau jasa.

Dalam melakukan *fundraising*, marketing digunakan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang kegiatan atau program yang akan didanai, menarik perhatian masyarakat, dan menarik dukungan dari masyarakat. Beberapa teknik marketing yang digunakan dalam *fundraising* adalah:

⁴⁴ Suparman Ibrahim Abdullah, "Manajemen *Fundraising* dalam Penghimpunan Harta Wakaf", *Jurnal Al-Awqaf*, Volume II, 13 Maret 2009), 4.

1. Pemasaran langsung, melalui kampanye pemasaran langsung yang ditujukan kepada khalayak sasaran yang diinginkan.
2. Iklan, melalui pemasangan iklan di media cetak, televisi, atau online.
3. Hubungan Masyarakat (PR), melalui pemberitaan di media cetak, televisi, atau online.
4. Event, melalui acara-acara khusus seperti konser, lomba, atau jual beli barang.
5. Digital marketing, melalui pemasangan iklan di internet, sosial media, atau platform pendanaan kolektif.

Secara keseluruhan, marketing merupakan salah satu komponen penting dalam *fundraising* karena digunakan untuk meningkatkan dukungan masyarakat terhadap kegiatan atau program yang akan didanai.⁴⁵

J. Pola dan Strategi Fundraising (Penghimpunan Dana) Zakat

Pola dan strategi *fundraising* (penghimpunan dana) zakat dapat berbeda-beda tergantung dari lembaga amil zakat, infak, dan sedekah yang melakukannya. Namun, beberapa pola dan strategi umum yang digunakan dalam *fundraising* zakat antara lain:

1. Pemasaran langsung, melalui kampanye pemasaran langsung yang ditujukan kepada khalayak sasaran yang diinginkan.
2. Sosial media, melalui pemasangan iklan di sosial media, serta penggunaan sosial media untuk menyebarluaskan informasi tentang program dan kegiatan yang didanai oleh zakat.

⁴⁵ Atiq Maysaroh, "Pandangan Hukum Islam Terhadap Manajemen *Fundraising* (Penghimpunan Dana) Zakat sebagai Strategi dalam Peningkatan Pengelolaan Zakat", *Skripsi*, IAIN Syekh Nurjati, 2013, 33.

3. Gerai-gerai zakat, melalui pembukaan gerai-gerai zakat yang menyediakan layanan-layanan seperti penyaluran zakat, infak, dan sedekah.
4. Program-program zakat, melalui pengembangan program-program zakat yang ditujukan untuk masyarakat miskin dan fakir.
5. Pendanaan kolektif: melalui platform pendanaan kolektif seperti kickstarter, indiegogo, atau gofundme yang dapat digunakan untuk mengumpulkan dana dari masyarakat.
6. Kegiatan-kegiatan amal, melalui kegiatan-kegiatan amal seperti bazaar amal, konser amal, atau acara lain yang dapat menarik dukungan masyarakat.
7. Penyaluran dana, melalui penyaluran dana langsung kepada penerima manfaat yang membutuhkan.

Secara umum, strategi *fundraising* zakat harus sesuai dengan prinsip-prinsip zakat yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan, serta harus transparan dan akuntabel dalam penggunaan dana yang dikumpulkan.⁴⁶

K. BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional)

Amil zakat adalah orang yang melakukan kegiatan yang berhubungan dengan zakat, dari pengumpul sampai bendahara dan pengurus, kemudian dari pencatatan hingga penghitungan keluar masuknya zakat, dan mendistribusikannya kepada mustahik.⁴⁷

⁴⁶ Ibid., 34.

⁴⁷ Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat: Studi Komparatif mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an dan Hadits* (Bogor: Pustaka Litera Anarnusa, 2006), 545.

Badan Amil Zakat Nasional merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infak, dan sedekah pada tingkat nasional. Dalam UU 23 Nomor 2011 BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama.⁴⁸

⁴⁸ Badan Amil Zakat Nasional, “Profil”, *BAZNAS*, (<https://baznas.go.id/profil/> diakses pada 17 Februari 2022)