

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang populer dengan sebutan Serambi Mekkah. Diduga hal ini terkait dengan peran penting Aceh dalam penyebaran Islam di Indonesia. Pada awal abad ke-17, Kesultanan Aceh adalah negara terkaya, terkuat, dan termakmur di kawasan Selat Malaka. Sejarah Aceh diwarnai oleh kebebasan politik dan penolakan keras terhadap kendali orang asing, termasuk bekas penjajah Belanda dan pemerintah Indonesia. Jika dibandingkan dengan provinsi lainnya, Aceh adalah wilayah yang sangat konservatif (menjunjung tinggi nilai agama). Persentase penduduk Muslimnya adalah yang tertinggi di Indonesia dan mereka hidup sesuai syariaht Islam. Berbeda dengan kebanyakan provinsi lain di Indonesia, Provinsi Aceh memiliki otonomi yang diatur tersendiri karena alasan sejarah.

Sebagai daerah istimewa pemerintah Aceh adalah provinsi di Indonesia yang diberi kewenangan khusus untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan. Salah satu kewenangan khusus yang diberikan adalah memasukkan zakat sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah. Lembaga Baitul Mal dibentuk dengan qanun untuk melakukan pengelolaan dana zakat tersebut. Mengenai tata cara pengelolaan zakat sebagai pendapatan asli daerah yang dikelola Baitul Mal diatur dalam qanun dan peraturan gubernur. Pembelanjaan atau penyaluran zakat disesuaikan dengan tuntunan syariat Islam, yaitu hanya boleh bagian yang ditentukan dalam al-Quran, tidak boleh untuk yang lainnya. Zakat tidak hanya menjadi ibadah ritual saja namun mencakup tentang ekonomi, sosial dan kesejahteraan. Aceh salah satu provinsi di Indonesia yang menerapkan Syariat Islam sehingga pengelolaan zakat yang tepat dapat mewujudkan tata kelola kehidupan masyarakat sejahtera adil dan makmur.

Baitul Mal Aceh Singkil menyusun sejumlah strategi komunikasi dalam optimalisasi pengumpulan zakat. Diantaranya melakukan ssosialisasi kepada masyarakat, silaturahmi dari rumah ke rumah dan meminta para da'i dan khatib

untuk menyampaikan pesan keagamaan tentang wajib zakat dalam dakwah mereka.

Menurut pengamatan peneliti strategi diatas terindikasi belum menghasilkan respon yang signifikan dari masyarakat karena kurangnya kesadaran masyarakat untuk membayar zakat pada lembaga Baitul Mal. Masyarakat dianggap masih kurang kesadaran dan bahkan masyarakat membayar secara langsung atau menunaikan zakat kepada orang yang berhak menerimanya secara langsung. Persoalan ini terus menerus terjadi, sehingga target yang ditetapkan tak kunjung tercapai. Oleh karena itu pengelola Baitul Mal Aceh Singkil harus membangun komunikasi yang menjadi solusi untuk menyadarkan masyarakat agar mau membayarkan zakatnya di lembaga Baitul Mal. Akan tetapi komunikasi tidak menjadi solusi begitu saja harus ada strategi dan teknik yang menarik agar masyarakat sadar dan terbuka hatinya untuk membayar zakat pada lembaga Baitul Mal Aceh Singkil.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Baitul Mal harus menyampaikan pesan yang meningkatkan kesadaran masyarakat dengan cara tertentu, supaya strategi tidak hanya sekedar menyampaikan pesan akan tetapi membangun opini dan respon dari masyarakat untuk membayar zakat di lembaga Baitul Mal Aceh Singkil.

Strategi komunikasi menjadi hal yang vital atau penting dalam mewujudkan visi dan misinya terutama meningkatkan penerimaan zakat. Sehingga dengan adanya strategi komunikasi tersebut, penerimaan zakat di Baitul Mal Aceh Singkil dapat terus meningkat. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi komunikasi Baitul Mal Aceh Singkil dalam meningkatkan penerimaan zakat termasuk media informasi dan komunikasi yang digunakan serta keefektifan strategi komunikasi tersebut dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Maka judul penelitian ini adalah “Strategi Komunikasi Pengelola Baitul Mal Dalam Mempengaruhi Masyarakat Untuk Membayar Zakat Di Baitul Mal Kabupaten Aceh Singkil.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, adapun perumusan masalah penelitian yaitu “Bagaimanakah Strategi Komunikasi Pengelola Baitul Mal Dalam Mengajak Masyarakat Untuk Membayar Zakat di Baitul Mal Aceh Singkil?”

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari adanya pelebaran masalah dalam penelitian, agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian tercapai. Maka, peneliti hanya berfokus pada Strategi Komunikasi Pengelola Baitul Mal Dalam Mengajak Masyarakat Untuk Membayar Zakat Di Baitul Mal Kabupaten Aceh Singkil.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui “Strategi Komunikasi Pengelola Baitul Mal Dalam Mengajak Masyarakat Untuk Membayar Zakat di Baitul Mal Aceh Singkil.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang melatarbelakangi judul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak baik sebagai karya ilmiah ataupun referensi yang dapat mengembang Ilmu Komunikasi, serta dapat menjadi rekomendasi pada penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan mengetahui strategi komunikasi pengelola Baitul Mal Aceh Singkil dalam mengumpulkan zakat di kabupaten Aceh Singkil.

b. Penelitian ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan optimalisasi pengumpulan zakat yang dilakukan oleh Baitul Mal Aceh Singkil, sehingga dapat diterima oleh masyarakat keseluruhan dan mendapat dukungan sepenuhnya.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam Bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *comunicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran,” “kita mendiskusikan makna,” dan “kita mengirimkan pesan.”¹

Menurut Agus M.Hardjana “Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan”.²

2.1.2 Fungsi Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam Bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *comunicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran,” “kita mendiskusikan makna,” dan “kita mengirimkan pesan.”³

¹ Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D., *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 46

² Agus M.Hardjana, 2016. *Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal 15

³ Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D., *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 46

Menurut Agus M.Hardjana “Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan”.⁴

Terdapat empat fungsi komunikasi adalah:

1. Menginformasikan (*to inform*): Yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educate*) yaitu: fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi, manusia dalam masyarakat dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertain*) yaitu: Fungsi komunikasi selain menyampaikan pendidikan dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi (*to influence*) yaitu: fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan apa yang diharapkan.⁵

2.1.3 Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengerti dan memahami maksud makna pesan yang disampaikan. Menurut Effendy ada empat tujuan komunikasi, yaitu:

1. Mengubah Sikap (*to Change The Attitude*), yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.

⁴ Agus M.Hardjana, 2016. *Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal 15

⁵ Lutfi Basit Dosen, *FUNGSI KOMUNIKASI*, n.d., <https://id.wikipedia.org>.

2. Mengubah Pendapat Atau Opini (*to Change Opinion*), yaitu pendapat individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
3. Mengubah perilaku (*to Change The Behavior*), yaitu perilaku individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.
4. Mengubah masyarakat (*to Change The Society*), yaitu tingkat social individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.

2.1.4 Unsur-unsur Komunikasi

1. Sumber

Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara. Kebutuhannya bervariasi, mulai dari sekadar mengucapkan "selamat pagi" untuk memelihara hubungan yang sudah dibangun, menyampaikan informasi, menghibur, hingga kebutuhan untuk mengubah ideologi, keyakinan agama dan perilaku pihak lain. Untuk menyampaikan apa yang ada dalam hatinya (perasaan) atau dalam kepalanya (pikiran), sumber harus mengubah perasaan atau pikiran tersebut ke dalam seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang idealnya dipahami oleh penerima pesan. Proses inilah yang disebut penyandian (*encoding*). Pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan sumber mempengaruhi sumber dalam merumuskan pesan. Setiap orang dapat saja merasa bahwa ia mencintai seseorang, namun komunikasi tidak terjadi hingga orang yang Anda cintai itu menafsirkan rasa cinta Anda berdasarkan perilaku verbal dan atau nonverbal Anda.

2. Pesan

Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Pesan mempunyai tiga komponen: makna simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa), yang

dapat merepresentasikan objek (benda), gagasan, dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ce- ramah) ataupun tulisan (surat, esai, artikel, novel, puisi, famflet), Kata-kata memungkinkan kita berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara nonverbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh (acungan jempol, anggukan kepala, senyuman, tatapan mata, dan sebagainya), juga melalui musik, lukisan, jatung, tarian, dan sebagainya.

3. Saluran atau Media

Saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal Pada dasarnya komunikasi manusia menggunakan dua saluran, yakni cahaya dan suara, meskipun kita bisa juga menggunakan kelima indra kita untuk menerima pesan dari orang lain. Anda dapat mencium wangi parfum yang merangsang fantasi Anda yang liar ketika Anda berdekatan dengan seorang wanita yang tidak Anda kenal di sebuah kafe, mencicipi ketupat lebaran yang disuguhkan tuan rumah, atau menjabat tangan sahabat yang baru Julius ujian sarjana. Jabatan tangan yang erat (sentuhan) dapat juga menyampaikan lebih banyak pesan daripada kata-kata.

Saluran juga merujuk pada cara penyajian pesan: apakah langsung (tatap-muka) atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi). Surat pribadi, telepon, selebaran, *Overhead Projector* (OHP), sistem suara (*sound system*) multimedia, semua itu dapat dikategorikan sebagai (bagian dari) saluran komunikasi. Pengirim pesan akan memilih saluran-saluran itu, bergantung pada situasi, tujuan yang hendak dicapai dan jumlah penerima pesan yang dihadapi. Kita mungkin membaca artikel ilmiah di surat kabar, mendengarkan ceramah agama lewat radio atau menonton siaran olahraga lewat televisi.

Dalam suatu peristiwa komunikasi, sebenarnya banyak saluran yang kita gunakan, meskipun ada salah satu yang dominan. Misalnya, dalam komunikasi langsung, bahasa (verbal dan nonverbal) adalah saluran yang menonjol meskipun panca indra dan udara yang mengantarkan gelombang suara juga adalah saluran

komunikasi tatap-muka tersebut. Dalam komunikasi massa, katakanlah melalui surat kabar, saluran yang paling menonjol adalah surat kabar yang kita baca, meskipun terdapat juga saluran lain yang juga berperan seperti telepon, faksimil, komputer, mesin cetak, dan kendaraan yang digunakan untuk mengantarkan surat kabar tersebut kepada pembaca, dan sebagainya.

4. Penerima

Penerima (*receiver*), sering juga disebut sasaran/ tujuan (*destination*), komunike (*communicatee*), penyandi-balik (*decoder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaannya, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami. Proses ini disebut penyandian-balik (*decoding*).

5. Efek

Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku (dari tidak bersedia membeli barang yang ditawarkan menjadi bersedia membelinya, atau dari tidak bersedia memilih partai politik tertentu menjadi bersedia memilihnya dalam pemilu), dan sebagainya.⁶

2.2 Strategi Komunikasi

2.2.1 Pengertian Strategi komunikasi

Strategi komunikasi sangat penting dalam setiap menentukan tindakan yang akan dilakukan untuk tercapainya suatu keberhasilan. Para ahli komunikasi, terutama di negara-negara berkembang memiliki perhatian yang besar terhadap strategi komunikasi dalam hubungannya dengan penggiatan pembangunan nasional di negara masing-masing.

Dapat dijelaskan bahwa strategi merupakan perencanaan yang dibuat secara mendetail sebagai rencana jangka panjang yang nantinya akan diterapkan

⁶ Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D., *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 69-71

oleh sebuah lembaga, yang di dalamnya terdapat rencana teknis dan langkah apa saja yang akan dijalankan di dalam suatu lembaga, sehingga dapat menjadi acuan lembaga dalam mencapai tujuan. Demikian pula dengan pengertian strategi komunikasi menurut Onong Uchana dalam bukunya ilmu komunikasi teori dan praktek adalah: “Strategi Komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planing*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi.”⁷

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah suatu paduan perencanaan komunikasi yang diterapkan oleh lembaga dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan pendekatan-pendekatan tergantung situasi dan kondisi.

Efektifitas strategi komunikasi juga dipengaruhi oleh komponen-komponen dalam proses komunikasi, seperti rumus laswell yaitu:

1. *Who* (komunikator) merupakan proses komunikasi ada komunikator yaitu orang yang menyampaikan pesan dalam segala situasi dan kondisi baik itu perorangan atau perwakilan lembaga, organisasi maupun instansi.
2. *Say What* (pesan) merupakan pesan yang berupa suatu ide informasi, opini, pesan dan sikap, yang sangat erat kaitannya dengan masalah analisis pesan dapat bersifat verbal dan non verbal.
3. *In Which Channel* (media yang digunakan) merupakan media komunikasi atau saluran yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi.
4. *To Whom* (komunikan) merupakan individu atau kelompok tertentu yang merupakan sasaran pengiriman seseorang yang dalam proses komunikasi ini sebagai penerima pesan. Dalam hal ini komunikator harus cukup mengenal komunikan yang dihadapinya sehingga nantinya diharapkan mendapatkan hasil yang maksimal dari pesan yang disampaikan.

⁷ Onong Uchana Effendy, *Ilmu komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 10

5. *With What Effect* (efek) merupakan hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan umum itu pada sasaran yang dituju.⁸

Berpolakan rumus laswell, komunikasi itu adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi itu sangat dipengaruhi oleh proses komunikasi yang didalamnya terdapat komponen-komponen komunikasi seperti rumus laswell diatas. Komunikasi akan berjalan secara efektif apabila pemindahan informasi dapat dimengerti dari satu orang/kelompok kepada orang/kelompok yang lainnya untuk mencapai kebersamaan.

2.2.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Membayangkan strategi komunikasi, maka pikirkanlah tentang tujuan yang kita ingin capai dan jenis materil apa saja yang dapat kita pandang dapat memberikan kontribusi bagi tercapai tujuan ini. Khusus untuk semua tujuan tertentu yang berkaitan dengan aktivitas kita maka tujuan komunikasi sangat penting karena meliputi, *announcing, educating, informing, and supporting decision making*.

1. Memberitahu (*Announcing*) adalah pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*fone of the first goals of your communication strategy is to announce the availabilitybof information on quality*). Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi dari seluruh informasi utama yang demikian penting.
2. Memotivasi (*Motivating*) merupakan untuk memberikan motivasi ataupun dorongan. Sehingga apa yang direncanakan dalam komunikasi dapat diterima dan menjadi motivasi dalam penerapannya.
3. Mendidik (*Educating*) adalah Tiap informasi yang disampaikan haruslah mendidik.
4. Menyebarluaskan Informasi (*Informing*) adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran kita.

⁸ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala Erdiyana, *Komunikasi massa: Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), hal. 34

5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting Decision*). Strategi komunikasi ini adalah Strategi yang mendukung pembautan Keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuat keputusan.⁹

2.2.3 Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi juga memiliki fungsi ganda sebagaimana dijelaskan Onong yaitu:

1. Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan intruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani Cultural gap, yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan yang diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai yang budaya. Jadi, dalam hal ini strategi komunikasi sangat penting yang berfungsi menjembatangi kesenjangan budaya.¹⁰

2.2.4 Tahapan Strategi Komunikasi

Agar pesan yang disampaikan kepada sasaran (publik) menjadi efektif, Arifin menawarkan strategi-strategi komunikasi sebagai berikut.

1. Mengenal Khalayak

Pengenalan mengenai khalayak sangat diperlukan, unsur manusia dalam proses komunikasi adalah unsur yang sangat penting dan merupakan inti dari komunikasi. Mengenal khalayak atau mengidentifikasi khalayak biasa disebut pemetaan pemangku kepentingan (*stakeholder*) dari lembaga atau organisasi), perlu dibedakan apakah khalayak yang akan dihadapi adalah bersifat perorangan atau kelompok. Sebab menghadapi khalayak yang sifatnya individual dan berkelompok sangat berbeda. Artinya, mengelola khalayak perorangan lebih mudah dibandingkan dengan khalayak yang berkelompok. Meskipun keduanya memerlukan persiapan, namun persiapan untuk

⁹ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011) hal. 248 -249

¹⁰ Onong Uchana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya).hal.28

menghadapi khalayak yang berkelompok memerlukan persiapan yang lebih tinggi disebabkan respon dan tanggapan yang dapat bermacam-macam. Begitu pula dengan posisi atau kedudukan karena posisi target khalayak yang akan dihadapi sangat menentukan strategi komunikasi yang digunakan. Selain itu, lokasi khalayak juga menjadi pertimbangan dan tidak dapat diabaikan karena dapat berpengaruh pada efisiensi dan efektifitas dari sisi biaya, waktu, dan tenaga.¹¹

2. Menyusun Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Simbol berbentuk verbal dan non-verbal, simbol verbal pemakaiannya menggunakan bahasa. sedangkan non-verbal seperti bahasa isyarat dan bahasa tubuh. Pesan sangat tergantung pada program yang mau disampaikan. Jika program itu bersifat komersial untuk mengajak orang agar membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasif dan provokatif. Sedangkan jika produk dalam bentuk program penyuluhan untuk penyadaran masyarakat maka sifatnya harus persuasif dan edukatif. Tapi jika program yang ingin disampaikan sifatnya hanya untuk sekedar diketahui masyarakat, maka sifatnya bersifat informatif. Pesan yang bersifat informatif sebenarnya harus melekat pada semua jenis program, sebab sebuah pesan yang tidak memiliki nuansa informatif bisa menimbulkan kesalahan persepsi.¹²

Syarat – syarat perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan “perhatian”. Hal ini sesuai dengan AA. *Procedure* atau *From Attention To Action Procedure*. Artinya membangkitkan perhatian (*attention*) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau banyak orang melakukan suatu kegiatan (*Action*) sesuai tujuan yang dirumuskan.¹³

¹¹ Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013) hal 98

¹² Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013) hal 114

¹³ Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi, sebuah pengantar Ringkas*. (Bandung : CV.ARMICO, 1994) hal. 74

3. Menetapkan Metode

Setelah mengidentifikasi situasi dan kondisi khalayak serta telah menyusun pesan sedemikian rupa, maka tahap selanjutnya adalah memilih metode penyampaian yang sesuai. Pemilihan metode ini harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas dan biaya. Di dalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (*face to face*) dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau saja digunakan komunikasi langsung, termaksud jika sasarannya internal publik biasa digunakan pertemuan-pertemuan. Jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana-mana, maka salurannya yang sesuai adalah media massa.¹⁴

4. Penggunaan Media

Sebelum suatu pesan atau kebijaksanaan lembaga disampaikan kepada masyarakat perlu dipertimbangkan tentang penggunaan media atau saluran yang paling efektif.

UNESCO memberi petunjuk bahwa dalam pemilihan media, perlu memperhatikan beberapa hal berikut ini:

1. Sumber daya komunikasi yang tersedia di suatu tempat, dengan cara:
 - a. Kumpulkan data tentang sumber daya komunikasi yang ada, berapa banyak stasiun radio, penerbit surat kabar, stasiun TV dan berapa banyak jumlah dan jenis surat kabar yang beredar dalam masyarakat.
 - b. Analisis status sumber daya komunikasi, apakah stasiun TV dan radio yang ada milik swasta atau pemerintah, siapa penerbit surat kabar harian dan mingguan yang ada.
 - c. Membuat analisis kritis yang dibutuhkan masyarakat terhadap media, informasi apa yang mereka perlukan, dan bagaimana pendapat atau komentar mereka.
2. Pemilikan media di kalangan masyarakat sasaran, berapa banyak penduduk yang memiliki pesawat televisi, TV kabel, radio, dan pelanggan surat kabar.

¹⁴ *Ibid.* hal 74

3. Terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan, apakah semua siaran televisi dapat diterima oleh pemirsa di suatu provinsi, apakah pelanggan surat kabar hanya terbatas di kota atau ada juga di desa-desa.¹⁵

2.2.5 Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi

Secara garis besar strategi komunikasi dalam sosialisasi terbagi tiga bentuk, yakni: interpersonal, kelompok, dan massa dari segi sasarannya maka komunikasi dianjurkan ke dalam komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa.

1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal (antarpersonal) adalah proses interaksi melalui pertukaran makna yang dilakukan oleh dua orang atau lebih menggunakan bahasa verbal dan nonverbal sebagai media utama. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi. Komunikasi interpersonal dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, perilaku, atau pendapat seseorang, karena sifatnya dialogis, berupa percakapan. Dalam proses komunikasi ini seorang komunikator bisa mengetahui tanggapan dari komunikan secara langsung. Karakteristik komunikasi antarpersonal menurut Barnlund antara lain:

- a. Bersifat spontan.
- b. Tidak berstruktur.
- c. Kebetulan.
- d. Tidak mengejar tujuan yang direncanakan.
- e. Identitas keanggotaan tidak jelas.
- f. Terjadi sambil lalu.

Menurut Escudero & Rogers, karakteristik komunikasi antarpersonal antara lain:

- a. Arus pesan dua arah.
- b. Konteks komunikasi dua arah.

¹⁵ Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013) hal 121

- c. Tingkat umpan balik tinggi.
 - d. Kemampuan mengatasi selektivitas tinggi.
 - e. Kecepatan jangkauan terhadap khalayak relatif lambat.
 - f. Efek yang terjadi perubahan sikap.
2. Komunikasi kelompok

Kelompok merupakan sekumpulan orang terdiri atas tiga orang atau lebih yang memiliki keterkaitan psikologis terhadap sesuatu hal yang saling berinteraksi satu sama lain. Suatu kelompok memiliki tujuan, organisasi, serta cenderung melibatkan interaksi antara anggota- anggotanya. Komunikasi kelompok biasanya digunakan untuk bertukar informasi, menambah pengetahuan, memperteguh atau mengubah sikap dan perilaku, mengembangkan kesehatan jiwa, dan meningkatkan kesadaran.

Sejumlah ahli berbeda-beda mendefinisikan mengenai komunikasi kelompok. Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai: *"the face-to-face interaction of three or more individuals, for a recognized purpose such as information sharing, self-maintenance, or problem solving, such that the members are able to recall personal characteristics of other members accurately."* (Komunikasi kelompok ialah interaksi tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, sementara para anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota lain secara tepat).

Mulyana mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai sekumpulan orang yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lain, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya keluarga, kelompok diskusi, atau komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antar-pribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Dari dua definisi itu dapat disimpulkan bahwa komunikasi kelompok adalah komunikasi yang terbangun di antara beberapa orang dengan maksud dan tujuan sama untuk berbagi informasi yang dalam beberapa hal anggota

kelompok tersebut biasanya diikat oleh nilai, norma, peran, tugas, kepentingan, bahkan ideologi.

3. Komunikasi Massa

Perkembangan media massa semakin pesat ketika terjadi perubahan dramatis dalam teknologi komunikasi. Perkembangan industri media juga tak terelakkan. Demikian juga perkembangan dampak dan efek media menjadi sangat penting dalam kehidupan sosial, politik, dan ekonomi masyarakat. Dapat dikatakan bahwa dalam modernisasi industri media, masyarakat berikut sistem sosial yang terbentuk di dalamnya juga menjadi bagian integral perkembangan media massa.

Pemahaman manusia mengenai media massa tidak lagi berupa perspektif tunggal, yaitu media massa dilihat sebagai satu entitas mandiri, tapi sekarang melihat media massa berikut industrinya sebagai totalitas yang di dalamnya terdapat interaksi dinamis antara pelaku media, masyarakat, dan negara.

Rakhmat menyatakan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.¹⁶

2.3 Sosialisasi

Pengertian sosialisasi menurut Alo Liliweri yaitu: Sosialisasi adalah proses dalam mana individu menerima kemudian menginternalisasikan atau menghayati banyak nilai sosial, kepercayaan, pola-pola perilaku dalam suatu konteks sosial atau budaya tertentu, dari suatu generasi kepada generasi lain. Proses sosialisasi itu berlangsung interaktif dan resiprokal. Proses sosialisasi itu dimulai sejak seseorang berusia dini, bahkan sampai tua sosialisasi tetap berlangsung.¹⁷

Dalam hubungannya dengan proses sosial, komunikasi menjadi sebuah cara dalam melakukan perubahan sosial (*sosial change*). Komunikasi berperan

¹⁶ Zaenal Munakarom, M.Si., *Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), hal 159-161

¹⁷ Alo Liliweri. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Penerbit kencana, 2011) hal 880

menjembantani perbedaan dalam masyarakat karena mampu merekatkan kembali system sosial masyarakat dalam usahanya melakukan perubahan. Namun begitu, komunikasi juga tak akan lepas dari konteks sosialnya. Artinya, ia akan diwarnai oleh sikap, perilaku, pola, norma, pranata masyarakatnya. Jadi, keduanya saling mempengaruhi dan saling melengkapi, seperti halnya hubungan antara manusia dengan masyarakat yang dikemukakan Berger di atas.

Hubungan antara perubahan sosial dengan komunikasi (atau media komunikasi) pernah diamati oleh Goran Hedebro yang diungkapkan oleh Nuruddin, adalah sebagai berikut:

1. Teori komunikasi mengandung makna pertukaran pesan. Tidak ada perubahan dalam masyarakat tanpa peran komunikasi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa komunikasi hadir pada semua upaya yang bertujuan membawa ke arah perubahan.
2. Meskipun dikatakan bahwa komunikasi hadir dengan tujuan membawa perubahan, namun ia bukan satu-satunya alat yang dapat membawa perubahan sosial. Dengan kata lain, komunikasi hanya salah satu dari banyak faktor yang menimbulkan perubahan masyarakat.
3. Media yang digunakan dalam komunikasi berperan melegitimasi bangunan sosial yang ada. Ia adalah pembentuk kesadaran yang pada akhirnya menentukan persepsi orang terhadap dunia dan masyarakat tempat mereka hidup.
4. Komunikasi adalah alat yang luar biasa guna mengawasi salah satu kekuatan penting masyarakat; konsepsi mental yang membentuk wawasan orang mengenai kehidupan. Dengan kata lain, mereka yang berada dalam posisi mengawasi media, dapat menggerakkan pengaruh yang menentukan menuju arah perubahan sosial.

Sosialisasi termasuk bagian dari fungsi komunikasi. Dalam buku *Aneka Suara, Satu Dunia (Many Voices One World)* yang dikutip oleh Alo Liliweri telah diterangkan dengan cukup gamblang yang patut disimak oleh para mahasiswa dan peminat komunikasi. Diuraikan disitu bahwa apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data,

fakta, dan ide, maka fungsinya dalam tiap sistem sosial salah satunya adalah sosialisasi. Sosialisasi merupakan aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan perubahan pengetahuan, sikap mental, dan perilaku khalayak sasaran terhadap ide pembaruan (inovasi) yang ditawarkan. Oleh karena itu, dalam proses sosialisasi substansi pesannya berupa ide-ide pembaruan atau inovasi, baik inovasi teknologi maupun inovasi sosial. Komunikasi Inovasi (*Communication of Innovation*) yang titik beratnya terletak pada upaya menyebarkan inovasi (*difussion of innovation*) ke dalam masyarakat sasaran agar terjadi penerimaan atau adopsi terhadap inovasi yang ditawarkan.¹⁸

2.4 Teori Penelitian

Teori penelitian merupakan bagian penelitian dimana peneliti memberikan penjelasan terhadap permasalahan pokok yang akan diteliti dalam penelitiannya.

2.4.1 Teori Mendapatkan Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Upaya agar orang lain mematuhi apa yang kita inginkan merupakan tujuan komunikasi yang paling umum dan paling sering digunakan. Mendapatkan kepatuhan (*Gaining compliance*) adalah upaya yang kita lakukan agar orang lain melakukan apa yang kita inginkan mereka lakukan atau agar mereka menghentikan pekerjaan yang tidak kita sukai. Pesan-pesan yang dibuat agar orang memiliki kepatuhan (*compliance Gaining messege*) merupakan salah satu topik paling banyak diteliti oleh ilmu komunikasi. Banyaknya riset mengenai strategi memperoleh kepatuhan ini terutama didorong oleh terbitnya hasil penelitian dari Gerald Marwell dan David Schmitt. Penelitian mereka berhasil mengidentifikasi tujuh belas strategi yang umum digunakan untuk mendapatkan kepatuhan dari orang lain.

¹⁸ Rogers Dan Shoemaker, *Communication Of Innovation: A Cross Cultural Approach*. (New York: Free Perss, 1987)

2.4.2 Teori Konstruktivisme

Teori konstruktivisme (*construktivism*) yang dikembangkan oleh Jesse Delia ini memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan ilmu komunikasi. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu.

Konstruktivisme sebagian didasarkan pada teori George Kelly tentang gagasan pribadi yang menyatakan bahwa manusia memahami pengalaman dengan berkelompok serta membedakan kejadian menurut kesamaan dan perbedaannya. Perbedaan yang didasarkan tidak terjadi secara alami, tetapi ditentukan oleh halhal yang bertentangan dalam sistem kognitif individu.¹⁹ Teori George Kelly ini dibangun sebelum teori konstruktivisme dan dikenal dengan konstruksi pribadi atau konstruksi personal (*Personal construct*).

Sistem kognitif setiap individu berbeda-beda menurut kompleksitasnya. Delia dan rekan menunjukkan bahwa pesan bervariasi menurut kompleksitasnya. Pesan sederhana hanya membahas satu tujuan, pesan yang kompleks memisahkan sejumlah tujuan dan menangani setiap tujuan secara bergantian, dan pesan yang paling canggih akan mengintegrasikan berbagai tujuan itu ke dalam hanya satu pesan. Seringkali seseorang berupaya untuk mencapai lebih dari satu tujuan dengan satu kali perbuatan dan pesan yang disampaikan akan bervariasi dalam hal seberapa jauh pesan itu dapat mencapai berbagai tujuan secara serentak. Dengan demikian, perbedaan kognitif mempengaruhi tingkat kompleksitas pesan yang dibuat. Pesan yang sederhana hanya akan menyampaikan tujuan pribadi pembicara tanpa memperhatikan siapa yang kita ajak berkomunikasi, berbeda dengan pesan yang kompleks para ahli konstruktivis menemukan bahwa kecenderungan untuk membantu orang lain menyelamatkan muka berhubungan langsung dengan kompleksitas kognitif yang dimilikinya.

Konstruksi pribadi antar individu (*interpersonal construct*) menjadi lebih penting karena dapat memandu bagaimana kita dapat memahami orang lain.

¹⁹ *Ibid*, h. 180.

Setiap individu memiliki perbedaan kompleksitas yang digunakannya untuk memahami orang lain. Misalnya, orang yang sederhana secara kognitif, maka cenderung akan menyederhanakan setiap hal, dia akan menilai atau memahami seseorang hanya sepihak, seperti orang tertentu memiliki sifat tertentu karena mereka berasal dari suku, jenis kelamin atau kelas sosial tertentu. Sebaliknya, jika seseorang memiliki sistem kognitif yang lebih kompleks, maka cenderung memiliki pengertian yang lebih luas terhadap prespektif orang lain dan memiliki kemampuan lebih baik dalam membingkai pesan sehingga mudah difahami orang lain.²⁰

Korelasi teori konstruktivisme dengan permasalahan pada penelitian ini yaitu seorang da'i yang memiliki kompleksitas kognitif akan mampu menyusun pesan dakhwah yang mudah difahami oleh pendengar karena ia terlebih dahulu memahami bagaimana kondisi pendidikan, kelas sosial, budaya, ekonomi dan bahasa yang berlaku pada masyarakat yang dihadapinya. Dalam pembahasan diksi juga terdapat bagaimana memilih kata yang cocok untuk diucapkan pada kelas sosial tinggi dan pada kelas sosial yang sepadan atau rendah.

2.5 Zakat

2.5.1 Pengertian Zakat

Zakat menurut loghat artinya suci dan subur. Menurut istilah syara' ialah; “mengeluarkan sebagian dari harta benda atas perintah Allah, sebagai shadaqah wajib kepada mereka yang telah ditetapkan menurut syarat-syarat yang telah ditentukan oleh hukum Islam”.²¹

Seseorang yang mengeluarkan zakat, berarti dia telah membersihkan diri, jiwa dan hartanya. Dia telah membersihkan jiwanya dari penyakit kikir (bakhil) dan membersihkan hartanya dari hak orang lain yang ada dalam hartanya itu, orang yang berhak menerimanya pun akan bersih jiwanya dari penyakit dengki, iri hati terhadap orang yang mempunyai harta. Zakat ibarat banteng yang melindungi harta dari penyakit dengki dan iri hati dan zakat ibarat pupuk yang dapat menyuburkan harta untuk berkembang dan tumbuh.

²⁰ Moissan dan Andy corry Wardany, *Teori Komunikasi (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), h. 108)*

²¹ Moh. Rifa'I, *Fiqih Islam Lengkap, (Semarang: PT. Karya Toha Putra. 1978), hal. 346*

Mengenai zakat, sekalipun dibahas di dalam pokok bahasan “Ibadat”, karena dipandang bagian yang tidak terpisahkan dari shalat, sesungguhnya merupakan bagian sistem sosial ekonomi Islam, dan oleh karena itu dibahas di dalam buku-buku tentang strategi hukum dan ekonomi Islam. Oleh karena itulah ulama-ulama Islam sudah menumpahkan perhatian besar membahas hukum dan makna zakat itu sesuai dengan bidang spesialisasi masing-masing.

Wahbah al-Zuhaili dalam kitabnya *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh* mengungkapkan beberapa definisi zakat menurut para ulama’ madzhab:

- a. Madzhab Maliki: zakat adalah mengeluarkan bagian yang khusus dari harta yang telah mencapai nisabnya untuk yang berhak menerimanya (mustahiq)nya, jika milik sempurna dan mencapai haul selain barang tambang, tanaman dan rikaz.
- b. Madzhab Hanafi: zakat adalah kepemilikan bagian harta tertentu dari harta tertentu untuk orang/pihak tertentu yang telah ditentukan oleh Syari’i (Allah Swt) untuk mengharap keridhaan-Nya.
- c. Madzhab Syafi’i: zakat adalah nama bagi sesuatu yang dikeluarkan dari harta dan badan dengan cara tertentu.
- d. Madzhab Hambali: zakat adalah hak yang wajib dalam harta tertentu untuk kelompok tertentu pada waktu tertentu.²²

Dari sejumlah definisi empat madzhab diatas dapat kita simpulkan bahwa zakat adalah mengeluarkan sebahagian harta yang dimiliki oleh seseorang yang memiliki kewajiban yang telah ditetapkan Allah Swt kepadanya untuk diberikan kepada orang yang berhak menerima dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh syari’ah. Sesuai dengan firman Allah Swt didalam Al-Qur’an surah Al-Bayyinah Ayat 5 yang berbunyi

الصَّلَاةَ وَيُقِيمُوا حُنَفَاءَ ۗ الدِّينَ لَهُ مُخْلِصِينَ ۗ اللَّهُ لِيَعْبُدُوا إِلَّا أَمْرًا وَمَا
 ۞ الْقِيَمَةَ دِينَ ۗ وَذَلِكَ الزَّكَاةَ وَيُؤْتُوا

²² Fakhruddin, *Fiqh & Manajemen Zakat di Indonesia*, (Yogyakarta, Uin-Malang Press. 2008), hal. 16

Artinya:

Mereka tidak diperintah, kecuali untuk menyembah Allah dengan mengikhlaskan ketaatan kepada-Nya lagi hanif (istikamah), melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Itulah agama yang lurus (benar).²³

Kesadaran berzakat, perlu ditumbuhkan dari dalam diri setiap pribadi, karena zakat merupakan rukun Islam yang ketiga dimana kedudukannya sama dengan shalat dan puasa. Zakat sangat penting untuk ditunaikan karena zakat merupakan instrumen dalam mensucikan harta yang di dalamnya terdapat hak orang lain. Selain itu zakat merupakan mediator dalam mensucikan diri dari hati yang bakhil dan cinta harta. Kalau sudah tumbuh kesadaran dari dalam diri masing-masing, maka berapa pun harta yang diperoleh akan dikeluarkan kepada orang yang berhak atas hartanya. Dengan demikian, harta yang dimiliki sudah benar-benar bersih, baik harta yang dimiliki itu banyak, maupun sedikit. Sesudah perintah zakat tersebut ditunaikan dengan baik dan didorong oleh rasa kesadaran bermasyarakat dan rasa syukur kepada Allah Swt, maka apa pun jenis zakat yang akan dikeluarkan itu, tidak akan ada yang merasa keberatan, malahan menambah ketentraman jiwa.²⁴

Syarat-syarat wajib zakat menurut Wahbah Zuhaili yang dikutip oleh Fakhrudin dalam bukunya Fiqih dan manajemen zakat di Indonesia, terbagi menjadi dua yaitu syarat wajib dan syarat sah. Adapun syarat wajib zakat yaitu:²⁵

- a. Islam
- b. Baligh dan berakal
- c. Merdeka
- d. Termasuk dalam harta yang wajib dizakati
- e. Mencapai nishab (ukuran jumlah)
- f. Harta tersebut adalah harta milik penuh
- g. Telah berlalu satu tahun atau cukup haul (ukuran waktu, masa)

²³ QURAN.NU "Al-Bayyinah Ayat 5" Diakses pada (4 Juli 2024) Dari: <https://quran.nu.or.id/al-bayyinah/5>

²⁴ Ali Hasan, *Masail Fiqhiyah zakat, pajak, asuransi dan lembaga keuangan* (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 2-5

²⁵ Fakhrudin, M. Hi. *Fiqih Dan Manajemen Zakat Di Indonesia*. (Malang : UIN-Malang Press, 2008) hal 33-34

- h. Tidak adanya hutang
- i. Melebihi kebutuhan dasar atau pokok
- j. Harta tersebut harus didapatkan dengan cara yang halal atau baik
- k. Berkembang

Sedangkan syarat sahnya zakat adalah:

- a. Adanya niat muzakki (orang yang mengeluarkan zakat)
- b. Pengalihan kepemilikan dari muzakki ke mustahiq (yang berhak menerima zakat)

2.5.2 Zakat Fitra dan Zakat Mal

Pembagian zakat merupakan proses yang penting dalam Islam untuk memastikan dana zakat disalurkan kepada yang berhak dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Secara umum, zakat dibagi menjadi dua yaitu: Zakat Fitrah dan Zakat Mal.

Zakat Mal berasal dari kata bahasa Arab artinya harta atau kekayaan (al-amwal, jamak dari kata maal) adalah “segala hal yang diinginkan manusia untuk disimpan dan dimiliki” (Lisan ul-Arab). Menurut Islam sendiri, harta merupakan sesuatu yang boleh atau dapat dimiliki dan digunakan (dimanfaatkan) sesuai kebutuhannya.

Oleh karena itu dalam pengertiannya, zakat maal berarti zakat yang dikenakan atas segala jenis harta, yang secara zat maupun substansi perolehannya tidak bertentangan dengan ketentuan agama.²⁶

Kekayaan yang wajib dikeluarkan zakatnya yaitu:

1. Emas, perak dan mata uang.

Emas yang tidak dipakai adalah perhiasan emas yang tidak digunakan lagi atau hanya dipakai dalam setahun. Dengan demikian, jika ia menyimpan emas selama setahun seberat 85 gram atau lebih maka ia wajib mengeluarkan zakat emas tersebut. Jika seseorang menyimpan perak selama setahun seberat 595 gram atau lebih maka ia wajib mengeluarkan zakat perak tersebut. Kewajiban zakat emas dan perak terdapat dalam Al-Quran surat At-taubah ayat

²⁶ BAZNAZ “Zakat Mal” Diakses pada (4 Juli 2024) dari: <https://baznas.go.id/zakatmaal>

2. Tanaman dan buah-buahan.

Berdasarkan ijma' ulama bahwa para ulama telah sepakat atas kefardhuan zakat tanaman dan buah-buahan sepersepuluh (10%) atau seperlima (5%). Kewajiban zakat tanaman dan buah-buahan terdapat dalam Al-Quran surat Al-an'am ayat 141.

3. Usaha

Hampir seluruh ulama sepakat bahwa usaha atau perdagangan itu setelah memenuhi syarat tertentu harus dikeluarkan zakatnya. Kekayaan yang dimiliki badan usaha tidak lepas dari tiga hal, yaitu kekayaan dalam bentuk barang, uang tunai, dan piutang. Nishab zakat harta perdagangan adalah senilai dengan 20 mitsqal emas, dengan ukuran zakat 2,5% berdasarkan hadits, "berikan zakatnya dari setiap 40 dirham, 1 dirham". Kewajiban zakat harta perdagangan terdapat dalam Al-Quran surat al-baqarah ayat 267.

4. Barang-barang tambang yang dikeluarkan dari perut bumi.

Para ulama berbeda pendapat mengenai makna barang tambang (ma'din), barang temuan (rikaz), dan barang simpanan (kanz). Kewajiban zakat atas rikaz dan ma'din didasarkan pada Al-Quran surat Al-baqarah ayat 267. Mengenai besar zakat yang harus dikeluarkan, maka para ulama fikih berbeda pendapat. Abu hanifah dan kawan-kawannya berpendapat harus dikeluarkan zakatnya 20%. Demikian pula pendapat Abu Ubaid, Zaid bin Ali, Baqir, Sadik dan sebagian terbesar ulama mazhab syi'ah baik Zaidiyah maupun Imamiyah. Tetapi Ahmad dan Ishaq berpendapat bahwa besar zakatnya adalah 2,5% berdasarkan qias dengan zakat uang, sesuai nash dan ijmak tentang itu, Malik dan Syafi'i juga berpendapat demikian.

5. Binatang ternak

Binatang ternak yang termasuk bagian dari sumber zakat dan wajib dikeluarkan zakatnya ada tiga jenis yaitu unta, sapi, dan domba. Dikutip dari kitab al-fiqh al-islamy karya Wahbah Zuhaili bahwa hal ini berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh bukhari dan muslim dari Abu Dzar yaitu: "Tiada seorang laki-laki yang mempunyai unta, lembu atau kambing yang tidak diberikan zakatnya, melainkan datanglah binatang-binatang itu pada hari kiamat dalam keadaan lebih gemuk dan lebih besar dari masa di dunia, lalu ia

menginjak-nginjaknya dengan telapak-telapaknya dan menanduknya dengan tanduk-tanduknya. Setiap selesai binatang-binatang itu melakukan hal itu, ia kembali melakukannya dan demikian terus-menerus hingga Allah selesai menghukum para manusia.”

Ketiga jenis hewan tersebut wajib dikeluarkan zakatnya dengan syarat-syarat sebagai berikut:

- Hewan tersebut dipelihara
- Memenuhi ketentuan jumlah nishabnya
- Memenuhi masa satu tahun (haul) dalam “tangan” pemiliknya
- Hewan ternak tersebut jinak, bukan liar

6. Zakat Penghasilan/Profesi

Bentuk penghasilan yang paling menyolok zaman sekarang ini adalah apa yang diperoleh dari pekerjaan dan profesinya. Pekerjaan yang menghasilkan uang ada dua macam, pertama yaitu pekerjaan yang dikerjakan sendiri tanpa tergantung pada orang lain, kedua yaitu pekerjaan yang dikerjakan seseorang buat pihak lain seperti pemerintah, perusahaan, dan sebagainya. 53 Zakat profesi bisa dianalogikan pada dua hal secara sekaligus, yaitu pada zakat pertanian dan pada zakat emas dan perak. Dari sudut nishab dianalogikan pada zakat pertanian, yaitu sebesar 5 awsaq atau senilai 653 kg padi/gandum dan dikeluarkan pada saat menerimanya. Karena dianalogikan pada zakat pertanian, maka bagi zakat profesi tidak ada ketentuan haul. Ketentuan waktu zakat menyalurkannya pada saat menerima, misalnya setiap bulan dapat didasarkan pada urf (tradisi) di sebuah negara. Dari sudut ukuran zakat, dianalogikan pada zakat uang, karena memang gaji, honorarium, upah dan yang lainnya pada umumnya diterima dalam bentuk uang. Karena itu ukuran zakatnya adalah sebesar 2,5%.²⁷ Harta yang wajib dikeluarkan tersebut diberikan kepada orang-orang yang berhak menerima zakat, seperti yang telah disebutkan dalam al-Qur’an surah At-taubah ayat 60, yaitu:

²⁷ Fakhruddin, M. Hi. *Fiqih Dan Manajemen Zakat Di Indonesia*. (Malang : UIN-Malang Press, 2008) hal 143

وَفِي فُلُوبِهِمْ وَالْمُؤَلَّفَةِ يَهَا عَدَا وَالْعَمَلِينَ وَالْمَسْكِينِ لِلْفُقَرَاءِ الصَّدَقَاتُ إِنَّمَا
عَلَيْمٌ وَاللَّهُ اللَّهُ مِّنْ فَرِيضَةِ السَّبِيلِ وَابْنِ اللَّهِ سَبِيلٍ وَفِي وَالْغَرَمِينَ الرَّقَابِ
حَكِيمٌ ﴿٦٠﴾

Artinya:

Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah Subhanahu Wa ta'ala, dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah maha mengetahui lagi maha bijaksana. (QS. At-Taubah :60)²⁸

Peringatan keras diberikan kepada orang-orang yang tidak membayarkan zakat karena kekikiran demikian juga orang yang lalai dalam menunaikannya. Allah berfirman:

النَّاسِ أَمْوَالٍ لِّيَأْكُلُوا وَالرُّهْبَانَ الْأَحْبَارِ مِّنْ كَثِيرًا إِنَّ آمَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
يُنْفِقُونَهَا وَلَا وَالْفِضَّةَ الذَّهَبَ يَكْنِزُونَ وَالَّذِينَ اللَّهُ سَبِيلٍ عَنْ وَيَصُدُّونَ بِالْبَاطِلِ
الْيَمِّ بَعْدَابٍ فَبَشِّرْهُمْ اللَّهُ سَبِيلٍ فِي
وَضُحُورُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ جِبَاهُهُمْ بِهَا فَتَكْوَى جَهَنَّمَ نَارٍ فِي عَلَيْهَا يُحْمَى وَمَ
تَكْنِزُونَ كُنْتُمْ مَا فَذُوقُوا لِأَنفُسِكُمْ كَنْزُكُمْ مَا هَذَا
﴿٣٤﴾

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya banyak dari para rabi dan rahib benar-benar memakan harta manusia dengan batil serta memalingkan (manusia) dari jalan Allah. Orang-orang yang

²⁸ QURAN.NU "Al-Bayyinah Ayat 5" Diakses pada (16 Juli 2024) Dari: <https://quran.nu.or.id/at-taubah/60>

menyimpan emas dan perak, tetapi tidak menginfakkannya di jalan Allah, berikanlah kabar ‘gembira’ kepada mereka (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih. pada hari ketika (emas dan perak) itu dipanaskan dalam neraka Jahanam lalu disetrikakan (pada) dahi, lambung, dan punggung mereka (seraya dikatakan), “Inilah apa (harta) yang dahulu kamu simpan untuk dirimu sendiri (tidak diinfakkan). Maka, rasakanlah (akibat dari) apa yang selama ini kamu simpan. (QS. At-Taubah : 34-35)²⁹

Zakat fitrah (zakat al-fitr) adalah zakat yang diwajibkan atas setiap jiwa baik lelaki dan perempuan muslim yang dilakukan pada bulan Ramadhan pada Idul Fitri. Sebagaimana hadist Ibnu Umar ra, *"Rasulullah SAW mewajibkan zakat fitrah satu sha' kurma atau satu sha' gandum atas umat muslim; baik hamba sahaya maupun merdeka, laki-laki maupun perempuan, kecil maupun besar. Beliau saw memerintahkannya dilaksanakan sebelum orang-orang keluar untuk shalat."* (HR Bukhari Muslim)

Selain untuk mensucikan diri setelah menunaikan ibadah di bulan Ramadhan, zakat fitrah juga dapat dimaknai sebagai bentuk kepedulian terhadap orang yang kurang mampu, membagi rasa kebahagiaan dan kemenangan di hari raya yang dapat dirasakan semuanya termasuk masyarakat miskin yang serba kekurangan.

Zakat fitrah wajib ditunaikan bagi setiap jiwa, dengan syarat beragama Islam, hidup pada saat bulan Ramadhan, dan memiliki kelebihan rezeki atau kebutuhan pokok untuk malam dan Hari Raya Idul Fitri. Besarannya adalah beras atau makanan pokok seberat 2,5 kg atau 3,5 liter per jiwa.

Zakat Fitrah ditunaikan sejak awal Ramadhan dan paling lambat dilakukan sebelum pelaksanaan Shalat Idul Fitri. Sementara itu, penyalurannya kepada mustahik (penerima zakat) paling lambat dilakukan sebelum pelaksanaan shalat Idul Fitri.³⁰

²⁹ QURAN.NU "Al-Bayyinah Ayat 5" Diakses pada (16 Juli 2024) Dari: <https://nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-at-taubah-ayat-34-35-memahami-larangan-menimbun-harta-7viKU>

³⁰ BAZNAZ "Zakat Fitrah" Diakses pada (4 Juli 2024) dari: <https://baznas.go.id/zakatfitrah>

2.5.3 Mustahik Zakat

Ulama sepakat bahwa zakat diwajibkan kepada muslimin yang baligh, berakal merdeka karena telah mencapai nisab tertentu dan dengan syarat tertentu pula. Allah SWT telah menentukan dalam Al-Qur'an golongan-golongan yang berhak menerima zakat (mustahiq). Mereka itu adalah:³¹

1. *Al-fuqara'* (Orang-orang Fakir)

Fakir ialah orang yang penghasilannya tidak dapat memenuhi kebutuhan pokok (primer) sesuai dengan kebiasaan masyarakat dan wilayah tertentu. Menurut pandangan mayoritas ulama fikih, fakir adalah orang yang tidak memiliki harta dan penghasilan yang halal, atau yang mempunyai harta yang kurang dari nishab zakat dan kondisinya lebih buruk dari pada rang miskin.

2. *Al-masakin* (Orang-orang Miskin)

Orang fakir dan miskin ialah orang yang tidak bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari. Mereka kebalikan dari orang-orang kaya, yaitu orang yang mampu memenuhi apa yang diperlukannya. Lebih jauh, seseorang dikatakan kaya jika ia memiliki harta yang telah mencapai nishab, yaitu sejumlah harta yang menjadi kebutuhan dasar baginya dan sanak keluarganya berupa keperluan makan, minum, pakaian, rumah, kendaraan dan sebagainya. Jadi orang yang tidak memiliki semua itu dikatakan sebagai miskin dan berhak menerima zakat.

Namun, menurut imam Mazhab Maliki, Syafi'i dan Hanbali, terdapat perbedaan antara fakir dan miskin: "Yang disebut fakir ialah mereka yang tidak mempunyai harta atau penghasilan layak dalam memenuhi keperluannya; sandang, pangan, papan, dan segala keperluan pokok lainnya, baik untuk diri sendiri ataupun bagi mereka yang menjadi tanggungannya. Misalnya orang memerlukan sepuluh dirham perhari, tapi yang ada hanya empat, tiga, atau dua dirham. Sedangkan yang disebut miskin ialah yang

³¹ Syaikh Muhammad Abdul Malik Ar-Rahman, *Zakat 1001 Masalah dan Solusinya*, (Jakarta, Pustaka Cerdas Zakat, 2003), hal 29

mempunyai harta atau penghasilan layak dalam memenuhi kebutuhannya dan orang yang menjadi tanggungannya, tapi tidak sepenuhnya tercukupi, seperti misalnya yang diperlukan sepuluh, tapi yang ada hanya tujuh atau delapan, walaupun sudah masuk nisab atau beberapa nisab”.³²

Termasuk dalam kategori fakir dan miskin yaitu :

- a. orang yang tidak dapat memanfaatkan kekayaannya, misalnya seseorang yang berada di suatu tempat jauh dari negerinya. Atau berada di kampungnya tapi hartanya ditahan oleh pemerintah yang berbuat sewenang-wenang.
 - b. Orang yang berpiutang, disebut miskin karena tidak dapat mempergunakan hartanya sampai piutangnya terbayar.
3. *al-amilin Alaiha* (Pengumpul Zakat)

Amilin adalah orang yang ditunjuk oleh pemimpin umat Islam atau gubernur untuk mengumpulkan zakat. Yang termasuk amilin diantaranya adalah petugas dan pengatur administrasi zakat. Ambil bagian dalam pengaturan zakat mendapat imbalan. Petugas pun harus dibayar, baik orang kaya maupun orang miskin. Abu Daud meriwayatkan hadits dari Rasulullah s.a.w yang bersabda: *“Tidak halal zakat bagi orang kaya kecuali dalam lima hal. Pertama, orang yang berperang di jalan Allah. Kedua, karena jadi amil zakat. ketiga, orang yang berhutang. Keempat, orang yang membeli barang sedekah. Kelima, orang yang tetanggannya orang miskin, lalu ia bersedekah kepada orang miskin itu, maka dihidiahkannya kembali kepada orang kaya itu pula”*.

Seorang Amil Zakat hendaknya memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Muslim
- b. Mukallaf
- c. Jujur
- d. Memahami hukum-hukum zakat
- e. Kemampuan melaksanakan tugas

³² Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat : Studi Komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Quran dan Hadist (Diterjemahkan Dari Bahasa Arab Oleh Dr Salman Harun, Drs Didin Hafidhuddin, dan Drs Hasanuddin)*. (Bogor : Litera Antarnusa, 2002) Hal 514-515

- f. Boleh dari kerabat, namun upahnya tidak diambil dari harta zakat, maka dibolehkan menurut ijma' ulama.
- g. Laki-laki
- h. Merdeka bukan hamba sahaya

4. *Mu'allaf Qulubihim* (Orang Yang Lunak Hatinya)

Yang termasuk Muallaf adalah kelompok masyarakat yang hatinya perlu untuk dirangkul atau dikukuhkan keislaman. Dalam kasus seperti ini, zakat dibagikan untuk mendapatkan dan memperoleh bantuan mereka dalam pertahanan umat Islam.

Menurut ulama fiqh, ada dua golongan muallaf muslim dan muallaf kafir. Muallaf muslim terdiri dari lima kelompok:

- a. Para pemimpin kaum muslim. Dengan pemberian zakat diharapkan tandingan mereka, yakni orang kafir akan masuk Islam.
- b. Para pemimpin kaum muslim yang lemah iman, namun ditaati pengikutnya. Dengan pemberian zakat diharapkan ketetapan hati dan keimanan mereka bertambah agar mereka rela berjihad.
- c. Kaum muslim yang berada di daerah perbatasan dengan musuh.
- d. Kaum muslim yang diperlukan memungut zakat dari orang yang tidak mau menyerahkan zakatnya, kecuali dengan pengaruh dan wibawa mereka
- e. Orang yang baru masuk islam Muallaf kafir digolongkan dalam 2 kelompok:
 - 1) Golongan yang diharapkan keislamannya, baik dari lingkungan keluarga maupun kelompoknya,
 - 2) Golongan yang dikhawatirkan kejahatannya. Dengan pemberian zakat diharapkan mereka tidak melakukan kejahatan terhadap kaum muslimin.³³

5. *Fi Qirab* (Budak Belian)

Seorang budak yang ingin membebaskan dirinya dari perbudakan wajib diberi zakat agar ia bisa membayar uang pembebasan yang diperlukan kepada tuannya. Sekarang, karena perbudakan sudah tidak ada, maka kategori ini berlaku bagi orang yang terpidana yang tidak mampu membayar denda

³³ Syamsul Rijal Hamid. *Buku Pintar Agama Islam (Edisi Yang Disempurnakan)*. (Bogor : Lembaga Pengajaran/Kajian Dan Konsultasi Agama Islam LPKAI Cahaya Salam, 2007) Hal. 401

yang dibebankan kepadanya. Mereka dapat dibantu dengan zakat agar terjamin kebebasannya.

6. *Al-gharimin* (Orang Yang Terbebani Hutang)

Orang yang terbebani hutang dan tidak bisa membayarnya berhak menerima zakat agar bisa melunasinya. Orang yang berhutang terbagi ke dalam empat bagian, yaitu:

- a. Orang yang menanggung hutang orang lain karena kekeliruan sehingga menjadi kewajibannya.
- b. Orang yang salah mengatur keuangan.
- c. Orang yang bertanggung jawab untuk melunasi hutang.
- d. Orang yang terlibat perbuatan dosa dan kemudian bertobat.

7. *Fi Sabilillah* (Di Jalan Allah)

Fi sabilillah merupakan istilah umum yang digunakan untuk seluruh perbuatan baik. Namun, menurut sebagian besar ulama, secara khusus berarti memberi pertolongan dalam jihad (perjuangan) agar Islam berjaya di dunia. Bagian zakat hendaknya diberikan kepada para mujahid, khususnya bagi orang yang tidak dibayar oleh negara, baik orang kaya ataupun miskin.

8. *Ibnu Sabil* (Pengembara)

Pengembara adalah orang yang bepergian (musafir) yang tidak punya uang untuk pulang ke tempat asalnya. Para ulama sepakat bahwa mereka hendaknya diberi zakat dalam jumlah yang cukup untuk menjamin mereka pulang. Pemberian ini juga diikat dengan syarat bahwa perjalanan dilakukan atas alasan yang bisa diterima dan dibolehkan dalam Islam. Tetapi jika musafir itu orang kaya di negerinya dan bisa menemukan seseorang yang meminjaminya uang, maka zakat tidak diberikan kepadanya.³⁴

³⁴ Yasin Ibrahim al-Syaikh. *Kitab Zakat (Diterjemahkan Oleh Wawan S, Husein, Danny Syarif Hidayat)*. (Bandung : Penerbit Marja, 2008). hal 91

2.5.4 Hikmah Zakat

Zakat mengandung beberapa hikmah, baik bagi perseorangan maupun masyarakat. Di antara hikmah dan faedah zakat itu ialah:

1. Mendidik jiwa manusia suka berkorban dan membersihkan jiwa dari sifat-sifat kikir dan bakhil.
2. Zakat mengandung arti rasa persamaan yang memisahkan nasib manusia dalam suasana persaudaraan.
3. Zakat memberi arti bahwa manusia itu bukan hidup untuk dirinya sendiri sifat mementingkan diri sendiri harus disingkirkan dari masyarakat Islam.
4. Seorang muslim harus mempunyai sifat-sifat baik dalam hidup perseorangan, yaitu murah hati, penderma, dan penyayang.
5. Zakat dapat menjaga timbulnya rasa dengki, iri hati, dan menghilangkan jurang pemisah antara si miskin dan si kaya.
6. Zakat bersifat sosialis, karena meringankan beban fakir miskin dan meratakan nikmat Allah yang diberikan kepada manusia.³⁵

2.5.5 Pengelola Zakat pada Masa Rasulullah dan Khulafaurasyidin

Perintah zakat turun pada tahun ke-2 Hijriah, yaitu berupa zakat fitrah. Pada masa ini pembayaran zakat hanya bersifat himbauan. Pada tahun ke-9 Hijriah turun perintah kewajiban zakat mal. Menurut riwayat lain adalah tahun ke-5 hijriah. Ada pula yang berpendapat bahwa zakat telah diwajibkan pada periode Makkah. Menurut Bukhari, Rasulullah saw bersabda pada Muadz, ketika ia mengirimnya ke Yaman sebagai pengumpul dan pemberi zakat, bahwa Allah telah mewajibkan mereka untuk membayar zakat yang akan diambil dari orang kaya diantara mereka dan memberikannya pada orang miskin di antara mereka. Dengan demikian, pemerintah pusat berhak menerima keuntungan hanya bila terjadi surplus yang tidak dapat didistribusikan lagi kepada orang-orang yang berhak, dan ditambah dengan kekayaan yang dikumpulkan di Madinah.

Sumber pendapatan primer pada masa Rasulullah adalah zakat dan ush (zakat hasil pertanian) sebagaimana diwajibkan dalam Al-Quran surat at-taubah ayat 60.

³⁵ Drs. H. Moh. Rifa'i, *Fiqh Islam Lengkap*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra. 1978), hal. 370

وَالْمُؤَلَّفَةِ عَلَيْهَا وَالْعَمَلِينَ وَالْمَسْكِينِ لِلْفُقَرَاءِ الصَّدَقَاتُ إِنَّمَا
السَّبِيلُ وَابْنِ اللَّهِ سَبِيلٍ وَفِي وَالْغُرَمِينَ الرَّقَابِ وَفِي قُلُوبِهِمْ
حَكِيمٌ عَلَيْهِمُ وَاللَّهُ اللَّهُ مِنَ فَرِيضَةٍ ﴿٦٠﴾

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 Mahabijaksana*”.³⁶

Adapun pendapatan sekunder sebagai berikut:

- a. Uang tebusan untuk para tawanan perang
- b. Pinjaman setelah menaklukkan Mekkah sebelum perang hawazin sebesar 30.000 dirham dari Abdullah bin Rabia dan pinjaman pakaian dan tunggangan dari Sufyan bin Umaiya.
- c. Khums atau rikaz harta karun temuan pada periode sebelum Islam.
- d. Amwal fadilah, harta kaum muslimin yang meninggal tanpa ahli waris atau muslim yang meninggalkan negerinya.
- e. Wakaf.
- e. Nawaib, pajak yang cukup besar yang dibebankan pada kaum muslim yang kaya.
- f. Zakat fitrah.
- g. Bentuk lain sedekah seperti kurban dan kafarat.

Semua pendapatan dan penerimaan negara pada masa Rasulullah dikumpulkan melalui Rasulullah dan langsung dibagikan oleh Rasulullah, hal ini yang menjadi cikal bakal terbentuknya Baitul Mal.

³⁶ QURAN.NU “At-Taubah Ayat 60” Diakses pada (4 Juli 2024) Dari: <https://quran.nu.or.id/at-taubah/60>

Pada periode khalifah Abu Bakar Ash-Shiddiq, yaitu :

1. Memerangi para pembangkang zakat dari wilayah Islam yang dipimpin oleh Musailamah al-kadzab dari Yamamah dan Sajah Tulaihah, yang menganggap sesuai surat at-taubah ayat 103, bahwa hanya Rasulullah yang berhak memungut zakat karena beliau adalah yang diperintahkan untuk memungut pajak dan yang dapat membersihkan dan mensucikan harta mereka,
2. Khalifah Abu bakar memulai tugasnya mendistribusikan dan mendayagunakan zakat kepada orang-orang yang berhak menerimanya dan selebihnya dibelanjakan untuk persediaan bagi angkatan bersenjata yang berjuang di jalan Allah.
3. Abu bakar mendirikan Baitul Mal di San'ah, tempat yang terletak di dataran tinggi Madinah dengan sistem membagi habis harta Baitul Mal kepada yang berhak menerimanya.³⁷

Pada periode khalifah Umar bin Khattab situasi jazirah arab relative lebih stabil dan tenteram. Semua kabilah menyambut seruan zakat dengan suka rela. Perkembangan pada masa Umar bin khattab yaitu:

1. Dibentuknya Baitul Mal permanen dan mendirikan cabang di tiap provinsi. Baitul Mal berada dibawah seorang bendahara yang wewenangnya diluar otoritas eksekutif.
2. Diperkenalkan sistem cadangan devisa, yaitu tidak semua dana zakat yang diterima langsung didistribusikan sampai habis, namun ada pos cadangan devisa yang dialokasikan apabila terjadi kondisi darurat seperti bencana alam atau perang. Hal ini merupakan terobosan baru dalam pengelolaan zakat.
3. Dibentuknya sistem Diwan dan menunjuk sebuah komite nassab ternama yang terdiri dari Aqil bin Abu thalib, Mahzamah bin Naufal, dan Jabir bin Mut'im untuk membuat laporan sensus penduduk. Setelah terdata, umar mengklasifikasikan beberapa golongan yang berbeda dalam pendistribusian harta Baitul Mal.³⁸

³⁷ Nurul Huda, Dkk. *Keuangan Publik Islami : Pendekatan Teoritis Dan Sejarah (Edisi Pertama)*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2012) hal 97-98

³⁸ Ra'ana dan Irfan Mahmud. *Sistem Ekonomi Pemerintahan Umar Ibn Khattab*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997) hal. 150

Harta zakat mencapai rekor tertinggi yaitu pada masa Usman bin Affan karena kondisi yang sangat makmur dan wilayah kekhalifahan Islam semakin luas. Hal-hal yang dilakukan Khalifah Usman terkait zakat yaitu melantik Zaid Bin Tsabit untuk mengelola zakat, bahkan pernah suatu masa tersisa satu dirham dari zakat yang telah dibagikan kemudian Usman memerintahkan Zaid untuk membangun dan memakmurkan Masjid Nabawi. Penerimaan zakat sudah mencakup kharaj dan jizyah. Karena wilayah yang luas dan pengelolaan zakat semakin sulit terjangkau oleh aparat birokrasi yang terbatas, sehingga Usman hanya fokus dalam pengelolaan kharaj dan jizyah yang besaran persentasenya dapat diubah, berbeda dengan zakat yang besarnya harus mengikuti tuntunan syariat.

Dalam hal pengelolaan zakat, Usman bin Affan mendelegasikan kewenangan menaksir harta yang dizakati kepada para pemiliknya masing-masing. Hal ini dilakukan untuk mengamankan zakat dari berbagai gangguan dan masalah dalam pemeriksaan kekayaan yang tidak jelas oleh beberapa oknum pengumpul zakat. Untuk meningkatkan pengeluaran di bidang pertahanan dan kelautan, meningkatkan dana pensiun, dan Pembangunan berbagai wilayah taklukan baru, negara membutuhkan dana tambahan. Oleh karena itu, Usman membuat beberapa perubahan administrasi tingkat atas dan pergantian beberapa gubernur, dan juga kebijakan membagi-bagikan tanah-tanah negara kepada individu untuk reklamasi dan kontribusi kepada Baitul Mal. Dari hasil kebijakan ini, negara memperoleh pendapatan sebesar 50 juta dirham atau naik 41 juta dirham jika dibandingkan pada masa Umar bin al-Khattab.³⁹

Sedangkan masa Khalifah Ali bin Abi Thalib yang berkuasa selama lima tahun. Ali bin Abi Thalib memulainya dengan mengganti pejabat-pejabat yang korup yang dilantik pada masa Usman bin Affan, kemudian membuka kembali tanah-tanah perkebunan dan mendistribusikan pendapatan sesuai yang diatur oleh Khalifah Umar. Khalifah Ali sangat berhati-hati dalam pengelolaan harta Baitul Mal, dan tetap melanjutkan kebijakan Khalifah sebelumnya walaupun pada masa

³⁹ Azyumardi Azra. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. (Jakarta : Gramarta Publishing, 2010) hal. 95-96

itu terjadi konflik antara Muawiyah dan khalifah Ali bin Abi Thalib setelah terbunuhnya khalifah Usman bin Affan.⁴⁰

2.5.6 Amil Zakat

Amil adalah para pekerja yang telah diserahi tugas penguasa atau penggantinya untuk mengambil harta zakat dari wajib zakat, mengumpulkan, menjaga dan menyalurkannya. Dengan kata lain amil adalah badan, lembaga atau panitia yang mengurus dan mengelola zakat, terdiri dari orang-orang yang diangkat oleh pemerintah dan masyarakat sekitar.

Amil zakat harus diangkat secara resmi oleh Negara, organisasi, lembaga, yayasan. Tidak boleh sembarangan bekerja secara serabutan dan tanpa pengawasan. Sebagai seorang amil zakat, ia tidak boleh menggelapkan sedikit pun harta zakat walau hanya sepotong jarum yang kecil, juga tak boleh menerima suatu pemberian. Sebab itu adalah suap, meskipun diberi kedok dengan nama hadiah. Ia hanya boleh mengambil upahnya dari negara. Ia tidak halal menambah penghasilannya dari orang-orang wajib zakat, sebab ia berarti memakan harta orang dengan cara yang batil. Hal itu akan membantu orang-orang kaya berlaku semena-mena dalam perhitungan harta orang-orang miskin dan para mustahik. Dan minimal ia akan disangka orang mengambil harta itu. Barangsiapa membiarkan dirinya dalam prasangka orang, maka ia tidak akan dapat menangkis orang-orang yang berprasangka buruk padanya.

Abu Humaid as-Sai'di berkata: "Nabi telah mengangkat seorang laki-laki dari suku Azad menjadi amil zakat. Ia disebut orang Ibnu al-Lutbiah. Satu waktu ia datang menghadap Nabi lalu berkata: "Ini bagian untukmu, dan ini hadiah untuk saya. Kemudian Rasulullah saw berdiri dan mengucapkan puji kepada Allah dan selanjutnya beliau berkata:" Amma ba'du. Aku telah mengangkat dari kalanganmu orang ini untuk mengerjakan sesuatu yang diserahkan Allah kepadaku. Lalu suatu ketika ia datang dan berkata:" Ini untukmu, dan ini hadiah untukku. "Bila ia jujur apakah jika seandainya ia diam di rumah orang tuanya hadiah itu akan datang kepadanya. Demi Allah, jika seseorang dari padamu

⁴⁰ Nurul Huda, Dkk. *Keuangan Publik Islami : Pendekatan Teoritis Dan Sejarah (Edisi Pertama)*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2012) hal 100

mengambil sesuatu yang bukan haknya, maka ia akan membawa barang itu di hari kiamat pada waktu ia menghadap Allah. Saya tidak tahu apakah di antaramu di hari kiamat nanti ada yang membawa unta sedang menguak, sapi sedang melengkuk atau kambing yang mengembik.” Kemudian Rasulullah saw mengangkat kedua tangannya sampai nampak kedua ketiakanya yang putih, lalu beliau berdoa: “ Ya Allah! Bukankah semua ini telah aku sampaikan?” (Hadist Shahih Riwayat Bukhari Muslim dan Abu Daud).⁴¹

Dari hadist diatas menjelaskan bahwa kegiatan menghimpun zakat, jika kita membaca sejarah Islam merupakan kegiatan atau usaha amilin dalam menghimpun zakat dengan menjemput atau mengambil dari tempat amilin. Selain mengambil zakat, para amilin yang bertugas mengambil zakat juga mesti mendoakan orang-orang yang mengeluarkan zakat. Dalam hadist riwayat Mutafaq ‘Alaih, ‘Abdullah Bin Abi “Aufa berkata, Rasulullah SAW, ketika datang kepadanya salah satu kaum yang membayar zakat, beliau mendoakannya: “allahumma shalli ‘alaihim” ya Allah berikanlah shalawat (kesejahteraan) kepada mereka!.

Selain itu, para muzakki akan terbebas dari kewajiban zakatnya bila telah menyerahkan zakat kepada amil zakat atau utusan dari negara yang ditugaskan untuk mengumpulkan. Hal ini terjadi seperti yang ditanyakan oleh seorang dari Bani Tamin kepada Rasulullah SAW. Riwayat dari anas R.A ia berkata: Datang seseorang dari bani Tamim kepada Rasulullah SAW, seraya berkata: Apakah cukup bagiku ya Rasulullah jika aku tunaikan zakat kepada utusanmu sehingga aku sudah terbebas dari kewajiban zakat Allah dan Rasulullah?. Rasulullah SAW bersabda: Ya, Apabila kamu tunaikan zakat kamu kepada utusanku maka kamu sudah terbebas dari kewajiban zakat tersebut, kamu berhak mendapatkan pahalanya, dan dosanya akan kembali kepada orang-orang yang menukar zakat tersebut. (Hadist Riwayat Imam Ahmad).

Dari hadist diatas dapat kita pahami bahwa zakat dapat sepenuhnya diserahkan kepada amil zakat dan orang yang membayar zakat berhak memperoleh pahala dari Allah SWT. Kedudukan amil zakat diakui oleh Nabi zakat tersebut dari para muzakki (yang wajib zakat), sekalipun tanpa diambil

⁴¹ Yusuf Qardawi, *Hukum Zakat*, (Bogor, Pustaka Litera AntarNusa, 2006), hal. 559-560

untuk muzakki harus mengeluarkan zakat yang memang kewajibannya. Sebelum dilakukan pemungutan zakat, amil zakat sedapat mungkin telah melakukan inventarisasi (pencatatan) atau jenis-jenis kekayaan masyarakat yang dapat dijadikan sumber zakat, sensus wajib zakat (Muzakki), dan orang-orang yang berhak menerima zakat (Mustahiq), cara pemungutan zakat, cara penyimpanannya, melakukan pertimbangan antara setempat yang ada. Dalam menentukan pembagian zakat kepada para mustahiq, sudah dikaji kemungkinan-kemungkinan yang terjadi, termasuk sektor-sektor yang paling mendesak, baik yang jangka pendek maupun jangka panjang. Sehingga dalam pelaksanaannya tidak terjadi penyimpangan. Jika pengumpulan zakat yang dilakukan oleh amil tidak memenuhi kebutuhan. Islam memberikan kesempatan untuk mengadakan pungutan tambahan dari masyarakat, selain zakat juga dapat melalui pajak.

Sebelum dilakukan pemungutan zakat, amil zakat sedapat mungkin telah melakukan inventarisasi (pencatatan) atau jenis-jenis kekayaan masyarakat yang dapat dijadikan sumber zakat, sensus wajib zakat (Muzakki), dan orang-orang yang berhak menerima zakat (Mustahiq), cara pemungutan zakat, cara penyimpanannya, melakukan pertimbangan antara setempat yang ada. Dalam menentukan pembagian zakat kepada para mustahiq, sudah dikaji kemungkinan-kemungkinan yang terjadi, termasuk sektor-sektor yang paling mendesak, baik yang jangka pendek maupun jangka panjang. Sehingga dalam pelaksanaannya tidak terjadi penyimpangan. Jika pengumpulan zakat yang dilakukan oleh amil tidak memenuhi kebutuhan, Islam memberikan kesempatan untuk mengadakan pungutan tambahan dari masyarakat, selain zakat juga dapat melalui pajak.

2.6 Baitul Mal

Baitul Mal Aceh merupakan suatu lembaga yang termasuk dalam Satuan Kerja Pemerintah Daerah (SKPA) yang memiliki wewenang dan tanggung jawab atas pengelolaan zakat di Aceh.

Berdasarkan Qanun Aceh Nomor 3 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Qanun Nomor 10 Tahun 2018 tentang Baitul Mal, dalam Pasal 1 Angka 31 disebutkan bahwa zakat adalah harta yang diserahkan oleh muzakki dan dipungut

langsung oleh BMA atau BMK atau BMG sebagai kewajiban atas harta atau penghasilan sesuai dengan ketentuan syariat untuk disalurkan kepada yang berhak menerimanya. Lebih lanjut pada Pasal 1 Angka 52 dijelaskan bahwa pengelolaan adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan, pendataan, pengumpulan, penyimpanan, penyaluran, pengadministrasian dan pengawasan terhadap Zakat, Wakaf, Harta Wakaf dan Harta Keagamaan lainnya.⁴²

Kedudukan Baitul Mal memiliki kekuatan hukum yang tetap artinya lembaga Baitul Mal merupakan lembaga resmi sebagai lembaga amil zakat yang memiliki peraturan dan hukum yang tepat. Qanun Aceh no 10 tahun 2007, menerangkan tentang organisasi Baitul Mal dan wewenang serta fungsinya misalnya pada bab 3 pasal 8 menerangkan tentang Baitul Mal yang memiliki fungsi diantaranya:

Fungsi Baitul Mal di jelaskan pada qanun nomor 10 tahun 2007, Pasal 8 yaitu:

1. Baitul Mal mempunyai fungsi dan wewenangan sebagai berikut:
 - a. Mengurus dan mengelola zakat, wakaf, dan harta agama.
 - b. Melakukan pengumpulan, penyaluran dan pendayagunaan zakat.
 - c. Melakukan sosialisasi zakat, wakaf, dan harta agama lainnya.
 - d. Menjadi wali terhadap anak yang tidak mempunyai lagi nisab, wali pengawas terhadap wali nashab, dan wali pengampu terhadap orang dewasa yang tidak cakap melakukan perbuatan hukum.
 - e. Menjadi pengelola terhadap harta yang tidak diketahui pemilik atau ahli warisnya berdasarkan putusan Mahkamah Syariah dan
 - f. Membuat perjanjian kerjasama dengan pihak ketiga untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi unat berdasarkan prinsip saling menguntungkan.
2. Kewenangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan berdasarkan ketentuan syariat dan peraturan perundang-undang.⁴³

⁴² Mubaraq, Husni. "Strategi Baitul Mal Aceh Dalam Optimalisasi Pengumpulan Zakat Di Provinsi Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik* 7.4 (2022).

⁴³ https://portal.mahkamahkonstitusi.go.id/eLaw/.../Qanun_NAD_07_2004.pdf.

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Menthari Rahayu dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Komunikasi Baitul Mal Banda Aceh Dalam Mengoptimalkan Pengumpulannya Zakat”. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2018. Baitul Mal Merupakan suatu lembaga amil zakat yang dibentuk oleh pemerintahan yang berkewajiban untuk mengumpulkan dan menyalurkan zakat kepada pihak yang telah ditetapkan dalam Syariat Islam. Namun di balik semua itu masalah yang sering dihadapi dalam pengumpulan zakat adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat dalam menunaikan zakat. Oleh karena itu sosialisasi menjadi kunci utama agar masyarakat memahami tata cara pembayarannya, maka Baitul Mal Banda Aceh menggunakan Strategi komunikasi dalam memberi pemahaman kepada masyarakat. Di dalam membahas penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi dan mewawancarai kepala beserta Staf karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh.
2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herdi Anwar, yang berjudul tentang “Peran Baitul Mal Banda Aceh dalam Upaya Optimalisasi Pengumpulan Zakat Mal (Kajian Analisis SWOT)”, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh 2016. Karya ilmiah ini membahas tentang menyikapi besarnya permasalahan antara potensi zakat dengan dana tersebut. Menyikapi besarnya permasalahan antara potensi zakat dengan realisasi yang dicapai disebabkan oleh permasalahan manajemen yang terjadi pada lembaga pengelolaan zakat yang belum maksimal. Salah satu lembaga yang diberi wewenang oleh pemerintah untuk mengelola zakat adalah Baitul Mal. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berupa kata-kata tertulis, maupun lisan dan perilaku dari orang-orang yang diteliti. Adapun metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif.

3. Penelitian terdahulu yang dilakukan Bondan Rifqi Rifa'I, yang berjudul "Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAZ) Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Zakat". Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2023. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minimnya masyarakat yang membayar zakat pada lembaga resmi seperti Baznas Kota Pekanbaru sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui tentang strategi yang digunakan oleh Baznas, penelitian ini dilakukan pada lembaga Badan Amil Zakat Kota Pekanbaru, penelitian ini berjenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

2.8 Kerangka Berpikir

