

**STRATEGI *FUNDRAISING* DAN PENDISTRIBUSIAN ZAKAT MELALUI
APLIKASI INSTAGRAM DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL
KOTA BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

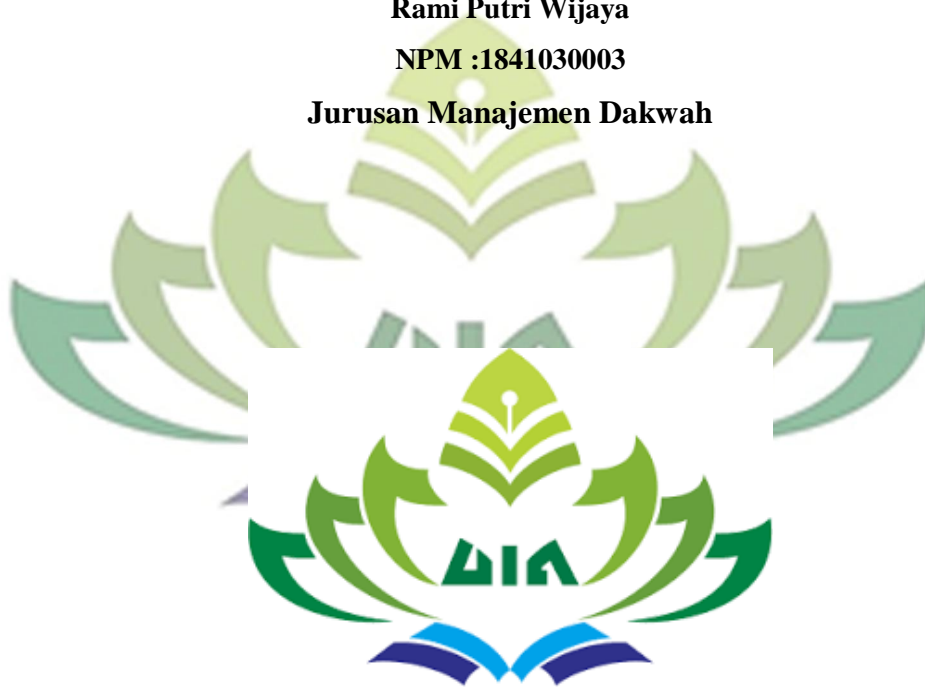
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana S1 Dalam Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Oleh :

Rami Putri Wijaya

NPM :1841030003

Jurusan Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/ 2022 M**

**STRATEGI *FUNDRAISING* DAN PENDISTRIBUSIAN ZAKAT MELALUI
APLIKASI INSTAGRAM DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL
KOTA BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana S1 Dalam Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Oleh :

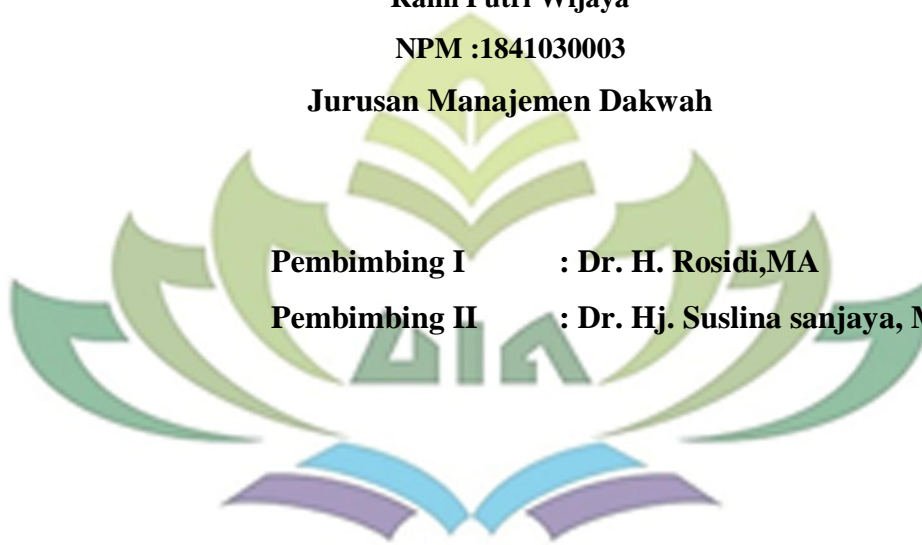
Rami Putri Wijaya

NPM :1841030003

Jurusan Manajemen Dakwah

Pembimbing I : Dr. H. Rosidi,MA

Pembimbing II : Dr. Hj. Suslina sanjaya, M.Ag



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/ 2022 M**

ABSTRAK

Strategi *fundraising* sangatlah penting karena dapat menjadi mesin penggerak dari sebuah organisasi pengelola zakat. Maka dari itu sesuatu yang sangat menarik untuk mengetahui bagaimana strategi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung untuk bisa memanfaatkan media sosial dengan sebaik mungkin dalam penghimpunan dana zakat, muzakki, serta membentuk citra secara tidak langsung melalui media sosial Instagram. Berkaitan dengan sosial media Instagram dalam penghimpunan dana zakat (*fundraising*) dan pendistribusian zakat, BAZNAS Kota Bandar Lampung tidak luput dari pemanfaatannya sebagai media promosi. BAZNAS Kota Bandar Lampung memiliki satu buah akun Instagram, yaitu @baznasbandarlampung yang memiliki 1.587 pengikut dan telah memposting 1.012 video dan foto tentang penghimpunan dana dan pendistribusian dana zakat. Dengan memiliki pengikut sebanyak 1.587, maka akan lebih mudah dalam mempromosikan penghimpunan dan pendistribusian dana zakat yang dikelola BAZNAS Kota Bandar Lampung. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam bagaimana strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat melalui aplikasi *Instagram* di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Jenis penelitian yang dilaksanakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data penelitian ini, diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari staff bagian *fundraising* (pengumpulan) dan Staff bagian Pendistribusian Zakat Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung. Dan data sekunder di dapatkan dari buku-buku, hadits, Al-Quran mengenai zakat, brosur, majalah dan Instagram BAZNAS Kota Bandar Lampung. Dalam metode pengumpulan data peneliti menggunakan observasi lapangan dengan mengamati, mencatat dan menganalisa langsung Kantor BAZNAS Kota Bandar Lampung, wawancara dengan staff bagian *fundraising* dan staff bagian pendistribusian zakat, dan metode dokumentasi dengan mengamati data dokumen berupa foto ataupun video yang telah di upload di media sosial Instagram

BAZNAS Kota Bandar Lampung. Data yang diperoleh kemudian di analisis dengan teknik reduksi data, dilanjutkan dengan penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah BAZNAS Kota Bandar Lampung menggunakan aplikasi instagram sebagai media *fundraisi*ng dan pendistribusian zakat dalam memberikan informasi kepada para muzakki karena masyarakat yang ingin serba mudah. BAZNAS Kota Bandar Lampung dalam Media *Fundraising* dan Pendistribusian Zakat dilakukan dengan dua cara yaitu offline dan online. Pertama, secara offline dilakukan BAZNAS Kota Bandar Lampung dengan silaturahmi keperkantoran, sedangkan secara online yaitu melalui postingan-postingan yang dibagikan oleh Kota bandar Lampung melalui aplikasi instagram. Dimana media sosial instagram menggunkan teknologi berbasis web yang dapat merubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Evaluasi dari mekanisma strategi fundraising dan pendistribusian melalui media sosial instagram yaitu dapatmengahimpun dana zakat, muzakki dari masyarakat umum. Serta dapat memberikan informasi mengenai penyaluran dana zakat untuk masyarakat umum. Strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat melalui aplikasi instagram yang dilakukan BAZNAS Kota Bandar Lampung dapat dinilai cukup efektif. Karena instagram merupakan media *fundraisi*ng dan pendistribusian zakat dalam memberikan informasi kepada para muzakki, dengan mudah dan memberikan keefeltifan masyarakat dalam menerima informasi mengenai zakat di BAZNAS Kota Bandar Lampung.

Kata kunci : strategi, fundraising, pendistribusian, zakat, instagram

ABSTRACT

Strategy *Fundraising* is very important because it can be the driving force of a zakat management organization. Therefore, it is very interesting to know how the strategy of the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) of Bandar Lampung City is to be able to make the best use of social media in collecting zakat funds, muzakki, and forming an image indirectly through Instagram social media. With regard to social media Instagram in collecting zakat funds (*fundraising*) and distributing zakat, BAZNAS Bandar Lampung City does not escape its use as a promotional media. BAZNAS Bandar Lampung City has one Instagram account, namely @baznasbandarlampung which has 1,587 followers and has posted 1,012 videos and photos about raising funds and distributing zakat funds. By having 1,587 followers, it will be easier to promote the collection and distribution of zakat funds managed by BAZNAS Bandar Lampung City. The main purpose of this study is to analyze in depth how the strategy of *fundraising and* distributing zakat through the *Instagram* at the National Zakat Agency (BAZNAS) Bandar Lampung City.

In this study, the researcher used a descriptive qualitative approach. The type of research carried out is field research (*field research*). The source of this research data, obtained from primary data and secondary data. Primary data were obtained from the staff of the *fundraising* (collection) section and the staff of the Zakat Distribution Division of the National Amil Zakat Agency of Bandar Lampung City. And secondary data was obtained from books, hadith, Al-Quran about zakat, brochures, magazines and Instagram BAZNAS Bandar Lampung City. In the data collection method, the researcher used field observations by observing, recording and analyzing directly the BAZNAS office in Bandar Lampung City, interviews with *fundraising* staff and zakat distribution staff, and the documentation method by observing document data in the form of photos or videos that have been uploaded on social media. Instagram BAZNAS Bandar Lampung City. The data obtained were then analyzed with data

reduction techniques, followed by data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study are BAZNAS Bandar Lampung City uses the Instagram application as a medium for *fundraising* and distributing zakat in providing information to muzakki because people want things to be easy. In the mechanism of Instagram Social Media as a *Fundraising* and Zakat Distribution is carried out in two ways, namely offline and online. First, offline is carried out by BAZNAS Bandar Lampung City with office gatherings, while online, namely through posts shared by BAZNAS Bandar Lampung City through the Instagram application. Where Instagram social media uses web-based technology that can turn communication into interactive dialogue. Evaluation of the mechanism of fundraising and distribution strategies through social media Instagram, which can collect zakat funds, muzakki from the general public. And can provide information about the distribution of zakat funds to the general public. The strategy of *fundraising* and distributing zakat through the Instagram application carried out by BAZNAS Bandar Lampung City can be considered quite effective. Because Instagram is a media for fundraising and distributing zakat in providing information to muzakki, it is easy and provides community effectiveness in receiving information about zakat at BAZNAS Bandar Lampung City.

Keywords: strategy, fundraising, distribution, zakat, instagram

SURAT PENYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rami Putri Wijaya
NPM : 1841030003
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul **“Strategi Fundraising dan Pendistribusian Zakat Melalui Aplikasi Instagram di Badan amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan publikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk atau disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, September 2022

Penulis,



Rami Putri Wijaya
NPM. 1841030003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Fundraising Dan Pendistribusian Zakat Melalui Aplikasi Instagram Di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung

Nama : Rami Putri Wijaya
Npm : 1841030003
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Dr. H. Rosidi, M.A
NIP. 196503051994031005

Pembimbing II,

Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag
NIP. 197206161997032002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Dr. Yunidar Cut Mutia Fanti, S.Sos., M.Sos.I
NIP. 197010251999032001








**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Strategi Fundraising Dan Pendistribusian Zakat Melalui Aplikasi Instagram Di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung ”** disusun oleh **Rami Putri Wijaya, NPM: 1841030003**, Program studi: **Manajemen Dakwah**. Telah diujikan dalam sidang munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Rabu, 02 November 2022**.

TIM PENGUJI

Ketua	: Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I	 (.....)
Sekretaris	: Hasanul Misbah, M.Pd	 (.....)
Penguji I	: Badaruddin, S.Ag. M. Ag	 (.....)
Penguji II	: Dr. H. Rosidi, M.A	 (.....)
Penguji Pendamping	: Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag	 (.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Dr. Abdul Syukur, M.Ag
NIP. 196511011995031001

MOTTO

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

“Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.” (QS; At-Taubah:9:103)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan penuh kebahagiaan, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku terkasih yang sangat menyayangi dan memiliki kasih sayang itu untukku, Bapak Anjas dan Emak Eti yang tidak pernah bosan mendoakan untuk kesuksesan saya, dan tidak pernah bosan untuk mendukung dan memotivasi anak-anaknya. Ini adalah sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terimakasih yang tak terhingga.
2. Adikku tersayang, Romi Mustika Wijaya dan Rasti Ramadhani Wijaya terimakasih selalu memberikan semangat dan dukungan motivasi untuk dapat menyelesaikan pendidikan ini.
3. AA dan Tete tersayang, Agus Purna Wijaya, Robi Kurniawan, Rani Wijaya dan Ratih Wijaya terimakasih telah memberikan dukungan yang luar biasa.
4. Keluarga besar saya yang memberikan dukungan moral maupun material kepada saya serta bantuan doa yang ditujukan kepada saya.
5. Almater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung sebagai tempat saya belajar dan berproses menjadi lebih baik. Terkhusus Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada saya.

RIWAYAT HIDUP

Rami Putri Wijaya, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 31 Desember 1999, anak kelima dari pasangan Bapak Anjas dan Ibu Eti. Pendidikan dimulai dari TK Darussalam Tangerang Selatan selesai dengan lulusan terbaik pada tahun 2006, SDN 2 Pamulang, Tangerang Selatan selesai pada tahun 2012, SMPN 6 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2015, SMA Perintis 2 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2018, mengikuti tingkat pendidikan perguruan tinggi pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester 1 tahun akademik 2018/2019.

Selama masa belajar penulis aktif dalam organisasi untuk dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman. Penulis saat SD aktif mengikuti organisasi Karate, saat SMP penulis meneruskan organisasi kareta hingga sabuk hitam. Ketika masa SMA penulis mengikuti organisasi PMR mengikuti beberapa perlombaan antar sekolah se-Bandar Lampung, kemudian saat penulis memasuki perkuliahan penulis aktif dalam organisasi Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama Provinsi Lampung. Saat penulis sedang melakukan penelitian, penulis berkesempatan mendapatkan beasiswa riset BAZNAS Indonesia.

Bandar Lampung, September 2022
Yang membuat,

Rami Putri Wijaya



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan dan keteguhan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada nabi muhammad SAW, yang menjadi tauladan bagi umat manusia.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana sosial dalam Manajemen dakwah dan ilmu komunikasi Universitas islam negeri raden intan lampung. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sebagai seorang mahasiswa dengan pengetahuan yang tidak seberapa dan tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
2. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos, M.Sos.I selaku ketua jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
3. Bapak Dr.H. Rosidi, M.A sebagai pembimbing I dan Ibu Dr. H. Suslina Sanjaya, S.Ag., M.Ag selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dengan sepenuh kesabaran dalam memberikan bimbingan kepada penulis sekaligus banyak memberikan masukan, kritikan dan saran demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Segenap Dosen jurusan Manajemen Dakwah yang telah memberikan bekal ilmunya kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Kepada perpustakaan pusat dan perpustakaan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan fasilitas sumber rujukan penulisan skripsi.
6. Bapak Ismail Saleh, S.Hi Selaku ketua BAZNAS Kota Bandar Lampung, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di BAZNAS Kota Bandar Lampung.

7. Bapak Doni Peryanto, S.Pi beserta staf BAZNAS Kota Bandar Lampung yang telah membantu penulis dalam melakukan proses penelitian.
8. Kedua orang tua, AA, Tete dan Adikku yang telah membantu dan memberikan dukungan skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Teman-teman kelas A Manajemen Dakwah Angkatan 2018, telah membantu penulis dalam masa perkuliahan dari semester 1 hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat Armando Faozani Irawan yang telah memberikan doa serta bantuan material dan selalu memberi semangat dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat Lusiana Milenia dan Susie Ajeng Lestari sahabat sejak SMP hingga saat ini terimakasih menemani penulis menyelesaikan skripsi ini dan sudah memberikan dukungan yang luar biasa.
12. dr. Nur Sazaro Tudhur,MM, dan Ahmad Mustafa A'zhom,M.H telah memberikan motivasi kepada penulis.
13. Rekan dan Rekanita Pimpinan Cabang Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (PC IPNU) Kota Bandar Lampung dan Pimpinan Cabang Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PC IPPNU) Kota Bandar Lampung.
14. Kantor DPD-RI Lampung yang telah mengizinkan penulis untuk dapat bekerja seraya belajar di UIN Raden Intan Lampung

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Wallahul Muwaffiq ila Aqwamit-Tharieq

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, September 2022

Rami Putri Wijaya

NPM. 1841030003

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang.....	3
C. Fokus Dan Sub Fokus.....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Kajian Terdahulu Yang Relevan.....	9
H. Metode Penelitian.....	12
I. Sistematika Pembahasan.....	18
BAB II STRATEGI, FUNDRAISING, PENDISTRIBUSIAN ZAKAT & INSTAGRAM	
A. Strategi Fundraising.....	21
1. Pengertian Strategi.....	21
2. Manajemen Strategi.....	22
3. Proses Manajemen Strategi.....	24
4. Pengertian Fundraising.....	25
5. Tujuan Fundraising.....	25
6. Strategi Fundraising.....	27
B. Pendistribusian Zakat.....	29
1. Pengertian Pendistribusian.....	29
2. Pengertian Zakat.....	29
3. Dasar Hukum Zakat.....	31
4. Jenis Zakat.....	35
5. Orang Yang Berhak Menerima Zakat.....	37
6. Pendistribusian Zakat.....	43
C. Aplikasi Instagram.....	44
1. Pengertian Instagram.....	44

2. Fungsi dan Peran Instagram Dalam Metode Fundraising dan Pendistribusian Zakat 46
3. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial Instagram 47

BAB III BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KOTA BANDAR LAMPUNG

- A. Profil Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung 51
 1. Sejarah SINGKAT BAZNAS Kota Bandar Lampung..... 51
 2. Visi Dan Misi BAZNAS Kota Bandar Lampung 53
 3. Tujuan Berdirinya BAZNAS Kota Bandar Lampung..... 54
 4. Kedudukan BAZNAS Kota Bandar Lampung..... 54
 5. Struktur Organisasi BAZNAS Kota Bandar Lampung 55
 6. Program-Program BAZNAS Kota Bandar Lampung 56
 7. Fungsi Dan Tugas BAZNAS Kota Bandar Lampung..... 59
- B. Strategi Fundraising Dan Pendistribusian Zakat Melalui Aplikasi Instagram..... 60
 1. Skema Program Pengumpulan BAZNAS Kota Bandar Lampung..... 60
 2. Skema Program Penyaluran BAZNAS Kota Bandar Lampung..... 62
- C. Media Sosial Instagram BAZNAS Kota Bandar Lampung 63

BAB IV STRATEGI FUNDRAISING DAN PENDISTRIBUSIAN ZAKAT MELALUI APLIKASI INSTAGRAM DI BAZNAS KOTA BANDAR LAMPUNG

- A. Strategi *Fundraising* Melalui Aplikasi Instagram Di BAZNAS Kota Bandar Lampung 75
- B. Strategi Pendistribusian Melalui Aplikasi Instagram Di BAZNAS Kota Bandar Lampung 82
- C. Mekanisme Media Sosial Instagram Sebagai Media Fundraising Dan Pendistribusian Zakat 86
- D. Evaluasi dari Pelaksanaan Strategi Fundraising Dan Pendistribusian Zakat Yang Telah Dilakukan Oleh BAZNAS Kota Bandar Lampung 90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- A. Kesimpulan 93
- B. Saran 95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Pengumpulan Data
 Lampiran 2 Surat Izin Riset Skripsi Baznas Kota Badar Lampung
 Lampiran 3 Hasil Wawancara
 Lampiran 4 Dokumentasi

DAFTAR GAMBAR

3.1 Logo Baznas Kota Bandar Lampung	54
3.2 Program Penyaluran / Pengembangan Zis Baznas Kota Bandar Lampung.....	56
3.3 Profil Akun Instagram Baznas Kota Bandar Lampung	63
3.4 Postingan Ajakan Berzakat Akun Instagram Baznas Kota Bandar Lampung	65
3.5 Postingan Pengumpulan Dana Dalam Bantuan Bencana	67
3.6 Postingan Pendistribusian Bantuan Modal Umkm	69
3.7 Postingan Pendistribusian Santunan Anak Yatim	70
3.8 Postingan Ajakan Membaca Al-Quran	71
3.9 Postingan Ajakan Ibadah Sunnah Berqurban	73



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul **“Strategi *Fundraising* Dan Pendistribusian Zakat Melalui Aplikasi Instagram Di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung”** penegasan ini guna untuk mengurangi kesalahpahaman dan memahami isi proposal skripsi ini, maka penulis akan menguraikan beberapa kata terkait maksud dari judul ini.

Chander mengemukakan strategi merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.¹ Strategi dapat diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designed to achieve a particular goal*, dengan kata lain strategi dapat diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu. Strategi dapat diartikan juga sebagai suatu garis besar haluan untuk bertindak dalam rangka mencapai sasaran yang ditentukan.²

Fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan penghimpunan dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat baik dalam individu, kelompok, organisasi, perusahaan maupun pemerintah yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga yang pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari sebuah lembaga tersebut.³

h.4

¹ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung:Pt Refika Aditama,2014),

² Ahamad, *Manajemen Strategi*, (Makasar:Nas Media Pustaka,2020), h.2

³ Hendra Sutisna, *Fundraising Database*, (Jakarta:Pirac,2006) Cet 1, H.11

Distribusi didefinisikan sebagai penyaluran kepada seseorang atau ke beberapa tempat. Mendistribusikan adalah suatu kegiatan menyalurkan atau mengirimkan kepada beberapa orang tertentu. Sedangkan pendistribusian merupakan penyaluran, membagi ataupun mengirim yang ditujukan untuk orang lain maupun suatu tempat.⁴

Zakat merupakan sebuah kewajiban setiap umat muslim yang telah memiliki kelebihan harta benda yang dimilikinya.⁵ kegiatan ini merupakan ibadah bagi umat muslim yang sebagaimana telah dijelaskan di dalam Al-Quran, yang terdapat di dalam rukun islam. Sebuah kegiatan pokok yang memenuhi syarat-syarat tertentu bagi yang sudah mampu melaksanakannya bagi umat muslim.

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang memberikan penggunaanya untuk mengambil foto atau video, yang memberikan filter digital atau memberikan efek pada video dan foto. Dan dapat di *upload* di Instagram itu sendiri.⁶ Foto dan video yang diupload akan terpasang di beranda teman yang menjadi pengikut. Namun menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang dikhususkan media sosial yang merupakan salah satu dari media sosial, yang memiliki fungsi hampir sama dengan Twitter.

Namun perbedaanya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk membagikan informasi terhadap penggunaanya.⁷

⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h.359

⁵ April Purwanto, *Menejmn Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009), h. 16

⁶ Michelle Wifalin, *Efektifitas Instagram Common Growds*, (Surabaya: Jurnal E-Komunikasi, 2016) Vol 4 No 2, h.2

⁷ Bamabang Dwi Atmoko, *Instagram Hanbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h.10

Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung adalah suatu lembaga yang kinerjanya berfokus pada pengelolaan dana zakat berupa penghimpunan dan pendistribusian zakat yang ada di Bandar Lampung yang bertepatan di Jl. Basuki Rahmat No. 26, Sumur Putri, Kec. Telukbetung selatan, Kota Bandar Lampung, Lampung. BAZNAS bergerak di bidang keagamaan yang mengelola harta zakat para kaum muslimin. BAZNAS Kota Bandar Lampung merupakan lembaga pemerintah non struktural yang bersifat mandiri serta bertanggung jawab langsung kepada presiden melalui menteri. BAZNAS Kota Bandar Lampung bertugas sebagai lembaga yang berwenang mengelola zakat.

Jadi yang dimaksud **“Strategi *Fundraising* dan Pendistribusian Zakat Melalui Aplikasi Instagram di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung”** yaitu, sebuah penelitian yang mendeskripsikan mengenai strategi apa saja yang digunakan Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung dalam pengumpulan dan pendistribusian dana zakat pada sebuah kegiatan yang menunjukkan keberhasilan dalam pengumpulan dan pendistribusian dana zakat dengan memanfaatkan media sosial Instagram, serta mengetahui strategi-strategi dan efektif atau tidaknya pengumpulan dan pendistribusian oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung melalui aplikasi Instagram.

B. Latar Belakang

Kemiskinan yang terjadi di negeri ini merupakan masalah klasik yang sampai saat ini belum bisa diselesaikan. Masyarakat Indonesia masih banyak yang hidup dibawah garis kemiskinan, baik masyarakat pedesaan maupun

masyarakat kota. Kemiskinan masih menjadi problematika yang kompleks terbungkus dengan lama.⁸

Dalam hal ini, zakat merupakan salah satu kunci untuk mewujudkan keseimbangan sosial serta ekonomi masyarakat Indonesia khususnya kota Bandar Lampung. Zakat menginginkan kesejahteraan pada masyarakat serta pendapatan yang merata, sehingga kekayaan tidak berputar dan terpusat pada kelompok masyarakat tertentu saja.⁹ Mekanisme yang dapat mengontrol stabilitas dalam masyarakat yang diharapkan dapat menumbuhkan perekonomian di tingkat individu ataupun masyarakat adalah zakat.¹⁰

Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 23 Tahun 2011 yang menerangkan tentang pengelolaan zakat, yang menyatakan tentang masyarakat sadar bahwa menunaikan zakat adalah kewajiban bagi setiap muslim yang mampu dan sesuai dengan syariat Islam. Zakat bertujuan untuk meningkatkan suatu kesejahteraan serta keadilan masyarakat, dan zakat juga harus dioperasikan dengan lembaga secara syariat Islam. Untuk mencapai keberhasilan dalam pengelolaan zakat yang sesuai dengan Undang-Undang RI No. 23 tahun 2011 maka terbentuklah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang didirikan pada ibu kota negara, BAZNAS Kab/Kota, dan BAZNAS Provinsi.¹¹

Wadah yang digunakan sebagai pengumpulan, pengelolaan, dan penyaluran dana zakat salah satunya adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). BAZNAS bergerak

⁸ Muhammad Zen, Dkk, *Zakat Dan Wirausaha*, (Jakarta: Centre Entrepreneurship Development, 2005), h.46

⁹ H.M D Jamal Doa, *Pengelolaan Zakat Oleh Negara Untuk Memerangi Kemiskinan*, (Jakarta: Korpus, 2004), h.78

¹⁰ Nurdin, *Zakat Sebagai Instrumen Dalam Kebijakan Fiskal*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), h. 20

¹¹ Undang Undang Republik Indonesia, *Nomor 23 Tahun 2011, Tentang Pengelola Zakat*, (Jakarta: Pustaka Mahardika, 2014), h. 25

di bidang keagamaan yang mengelola harta zakat para kaum muslimin. BAZNAS merupakan lembaga pemerintah non struktural yang bersifat mandiri serta bertanggung jawab langsung kepada presiden melalui menteri. BAZNAS bertugas sebagai lembaga yang berwenang mengelola zakat.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah organisasi yang termasuk nirlaba, yakni organisasi yang tidak mencari keuntungan dalam menjalankan aktivitas. Berdirinya Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) suatu hal yang sangat membantu dalam pengumpulan dana zakat, karena lembaga ini yang dapat bertahan mulai dari perkembangan masyarakat sampai tahun ke tahun.

Badan Amil Zakat yang bersifat mandiri serta bertanggung jawab langsung kepada presiden melalui menteri secara resmi bertugas sebagai lembaga yang berwenang dalam pengelolaan zakat di Kota Bandar Lampung adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung. Sebagai memiliki kedudukan sebagai organisasi yang bersifat nirlaba maka harus dapat memobilisasikan sumber dana yang diperlukan agar dapat beroperasi dan mencapai tujuan dari organisasi.

Pengumpulan dana atau *Fundraising* merupakan kegiatan yang sangat penting bagi lembaga pengelola zakat. Jika *fundraising* tidak dilakukan maka sebuah lembaga yang mengelola zakat tidak akan dapat mengoperasikan kegiatan sosial. *Fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari individu, kelompok, maupun organisasi masyarakat yang nantinya akan di salurkan untuk para mustahik.¹²

¹² Didin Hafiffudin Dan Ahmad Juwaenu, *Membangun Peradaban Zakat*, (Jakarta: Imz,2006), h.47

Praktek yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung dalam pendistribusian dana zakat lebih berfokus di bidang pendidikan, khususnya pendidikan formal di Kota Bandar Lampung. Program yang dimaksud adalah Bandar Lampung cerdas dimana pendistribusian zakat melalui aspek pendidikan, salah satunya beasiswa kuliah.

Dalam hal ini ruang gerak yang dimiliki harus luas agar dapat menghimpun dana zakat dan dapat mengumpulkan para muzakki dari seluruh masyarakat kota Bandar Lampung. Maka dari itu lembaga harus membuat strategi baru yang inovatif sehingga BAZNAS Kota Bandar Lampung dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, karena setiap program yang dikeluarkan untuk masyarakat yang membutuhkan di Kota Bandar Lampung. Sehingga BAZNAS dapat menghimpun dana dari donatur-donatur seluruh Kota Bandar Lampung. Dan satu hal yang terpenting yaitu BAZNAS harus mampu membangun citra yang bagus di hadapan *public* dengan cara memanfaatkan peluang yang saat ini dari tahun ketahun selalu berkembang yaitu media sosial.

Strategi *fundraising* sangatlah penting karena dapat menjadi mesin penggerak dari sebuah organisasi pengelola zakat. Maka dari itu sesuatu yang sangat menarik untuk mengetahui bagaimana strategi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung untuk bisa memanfaatkan media sosial dengan sebaik mungkin dalam penghimpunan dana zakat, muzakki, serta membentuk citra secara tidak langsung melalui media sosial Instagram.

Berkaitan dengan sosial media Instagram dalam penghimpunan dana zakat (*fundraising*) dan pendistribusian zakat, BAZNAS Kota Bandar Lampung tidak luput dari pemanfaatannya sebagai media promosi. BAZNAS Kota Bandar Lampung memiliki satu buah akun *Instagram*, yaitu @baznasbandarlampung yang memiliki 1.587 pengikut dan telah memposting 1.012 video dan foto tentang penghimpunan dana dan pendistribusian dana zakat. Dengan

memiliki pengikut sebanyak 1.587, maka akan lebih mudah dalam mempromosikan penghimpunan dan pendistribusian dana zakat yang dikelola BAZNAS Kota Bandar Lampung.¹³

Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat dengan memanfaatkan sistem aplikasi Instagram. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil judul “Strategi *Fundraising* dan Pendistribusian Zakat Melalui Aplikasi Instagram di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung”

C. Fokus dan Subfokus Penelitian

Model *Fundraising* yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Bandar Lampung menggunakan beberapa jenis aplikasi seperti whatsapp, facebook, dan instagram. Namun dalam penelitian ini penulis hanya membatasi pada media sosial instagram atas pertimbangan jumlah orang yang mengikuti halaman akun instagram Badan amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, jumlah orang yang mengikuti akun media sosial instagram dengan nama akun @baznabandarlampung bulan Januari 2022 sampai dengan Maret 2022 sebanyak 1.843 *followers*, dan 1.305 postingan. atas pertimbangan jumlah *followers* akun BAZNAS Kota Bandar Lampung dan *eksistensi* media sosial Instagram yang sangat di gandrungi dari berbagai usia.

1. Strategi *fundraising* melalui aplikasi Instagram
2. Strategi pendistribusian zakat melalui aplikasi Instagram

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

¹³ <https://www.instagram.com/baznabandarlampung/> (diakses 28 Januari 2022)

1. Bagaimana strategi *fundraising* melalui aplikasi Instagram di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung ?
2. Bagaimana strategi pendistribusian zakat melalui aplikasi Instagram di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti susun, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis secara mendalam bagaimana perumusan strategi *fundraising* melalui aplikasi *Instagram* di Badan amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung
2. Untuk menganalisis secara mendalam bagaimana perumusan strategi pendistribusian zakat melalui aplikasi *Instagram* di Badan amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini dapat memperluas cara berpikir, menambah wawasan pengetahuan dan kemampuan bagi para pembaca. Ilmu teoritis yang telah dipelajari selama ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembang ilmu yang ada di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang berbasis pada strategi *Fundraising* dan Pendistribusian zakat secara online.

2. Manfaat praktis
 - a. Bagi Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan tentang strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat di kota bandar lampung.

- b. Bagi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung. Memberikan informasi kepada amil.
- c. Bagi Peneliti Lain Sebagai bahan informasi ilmiah untuk memperluas wawasan pihak lain yang berkepentingan di bidang zakat, dan analisis strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat melalui media sosial instagram.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat melalui media sosial instagram.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat melalui aplikasi Instagram telah dilakukan penelitian oleh peneliti-peneliti terdahulu. Beberapa karya membahas mengenai strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat, akan tetapi maksud, lokasi, serta objek penelitiannya berbeda. Berikut beberapa kajian peneliti terdahulu yang telah membahas mengenai strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat.

1. Jurnal Nasional yang diteliti oleh Saparuddin Siregar, Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan dengan penelitiannya pada tahun 2017, penelitiannya yang berjudul **“Problematika *Fundraising* Zakat: Studi Kasus Baznas di Sumatera Utara.”**

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan mengambil sampel secara *purposive* beberapa cabang Badan Amil Zakat Nasional se-Sumatera Utara yang memiliki penghimpunan zakat terbesar. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner dan teknik wawancara. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan kristalisasi terhadap beberapa

permasalahan pokok, sehingga didapat permasalahan yang paling mendasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi amil dalam penghimpunan zakat untuk menemukan rekomendasi solusi pemecahannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa undang-undang dan peraturan zakat belum terlaksana secara efektif, pemerintah kurang memberi perhatian terhadap pengelolaan zakat, dan tidak dimilikinya sumber daya manusia profesional.¹⁴

Perbedaan dengan penelitian diatas yaitu, belum ada yang membahas khusus tentang strategi teknik *fundraising* menggunakan *Instagram* yang dapat menciptakan peluang sangat besar untuk perkembangan di dalam lembaga pengelola zakat. Persamaannya dengan yang penulis teliti adalah sama-sama untuk menganalisis permasalahan dalam hal penghimpunan dana zakat sehingga dapat menemukan solusi berbentuk strategi untuk pemecahan masalah tersebut.

2. Skripsi yang diteliti oleh Muhammad Anggi Syahrullah, Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta dengan penelitiannya di tahun 2018 yang berjudul **“Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat.”**

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perumusan strategi fundraising yang diterapkan BAZNAS Pusat dalam upaya meningkatkan kepercayaan muzakki, mengetahui *implementasi* strategi *fundraising* pada BAZNAS Pusat dan mengetahui evaluasi *fundraising*

¹⁴ Saparuddin Siregar, *Problematika Fundraising Zakat: Studi Kasus Baznas Di Sumatera*, (Medan: Pascasarjana Uin Sumatera Utara, 2017)

yang telah diterapkan oleh BAZNAS Pusat terhadap tingkat kepercayaan muzakki.

Hasil dari penelitian ini adalah dapat mengetahui strategi yang dilakukan BAZNAS Pusat menjadi 3 tahapan strategi, yaitu: (1). Terdiri dari beberapa analisis SWOT *internal* maupun *eksternal* yang terbentuk menjadi formulasi strategi; (2). Implementasi strategi *fundraising* UPZ dan Ritel; (3). Evaluasi strategi yang efektif dari dua strategi yang diterapkan BAZNAS yang terbukti selalu meningkatkan penghimpunan setiap tahunnya dan terbukti semakin meningkat kepercayaan muzakki terhadap BAZNAS.

Perbedaan dengan penelitian diatas yaitu, belum ada yang membahas secara khusus mengenai strategi dari teknik *fundraising* dalam penggunaan *Instagram* yang seharusnya bisa menciptakan peluang yang sangat besar dan bernilai positif untuk perkembangan dari lembaga pengelola zakat. Penelitian ini akan menjadi hal yang baru dari penelitian sebelumnya terutama dalam masalah strategi *fundraising* zakat di BAZNAS Kota Bandar Lampung.¹⁵

Penelitian yang telah dilaksanakan di atas, memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis laksanakan. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah menerapkan strategi *fundraising* untuk mengoptimalkan peluang dari zakat.

3. Skripsi yang diteliti oleh Yolanda Beti, Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Di Tahun 2020 Yang Berjudul **“Strategi Pendistribusian Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS) Melalui**

¹⁵ Muhammad Anggi Syahrullah, *Strategi Fundrising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Pusat*, Jakarta: Universitas Islam Negeri (Uin) Syarif Hidayatullah, 2018)

Program Bandar Lampung Cerdas Dalam Membangun Kualitas Sumber Daya Manusia Di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung”

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pendistribusian zakat infaq dan shadaqah yang diterapkan BAZNAS Kota Bandar Lampung melalui program bandar lampung cerdas dalam membangun kualitas sumber daya manusia.

Perbedaan dengan penelitian diatas yaitu, belum ada yang membahas secara khusus mengenai strategi dari teknik pendistribusian dalam penggunaan *Instagram* yang seharusnya bisa menciptakan peluang yang sangat besar dan bernilai positif untuk perkembangan dari lembaga pengelola zakat. Penelitian ini akan menjadi hal yang baru dari penelitian sebelumnya terutama dalam masalah strategi pendistribusian zakat di BAZNAS Kota Bandar Lampung.¹⁶

Penelitian yang telah dilaksanakan di atas, memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis laksanakan. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah menerapkan strategi pendistribusian untuk mengoptimalkan dana zakat.

H. Metode Penelitian

Secara harfiah metode berasal dari kata method yang memiliki arti cara yang harus dilewati untuk mencapai suatu tujuan. Dan logos memiliki makna ilmu pengetahuan. Dapat disimpulkan bahwa metodologi merupakan cara melakukan

¹⁶ Yolanda Beti, Strategi Pendistribusian Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS) Melalui Program Bandar Lampung Cerdas Dalam Membangun Kualitas Sumber Daya Manusia Di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung,(Lampung:UIN Raden Intan Lampung,2020)

sesuatu dengan menggunakan pengetahuan secara detail demi suatu tujuan. Dasar metodologi penelitian adalah suatu usaha ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan yang tertentu.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian lapangan merupakan sebuah penelitian yang langsung dilakukan ditempat. Dalam penelitian ini mengambil objek Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung.¹⁷

Penelitian kualitatif merupakan penelitian ilmiah yang dapat menerima informasi secara langsung dari informan berupa deskripsi. Peneliti kualitatif secara langsung dapat berinteraksi dengan informan, dengan cara pendekatan mengenal dunia mereka, mengamati, dan mengikuti alur informan secara apa adanya.¹⁸ Dengan kesempatan kali ini mendeskripsikan fenomena-fenomena sebuah pelaksanaan strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat melalui aplikasi Instagram di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung.

2. Sumber data penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca, mengutip, dan menyusun berdasarkan data-data yang telah diperoleh. Dalam penulisan skripsi ini data yang peneliti peroleh berasal dari data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer (data yang langsung diambil ke sumbernya) adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama (biasanya melalui angket, wawancara,

¹⁷ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h.81.

¹⁸ Usman Rianse, *Metodelogi Penelitian Dan Ekonomi(Teori Dan Aplikasi)*,(Bandung:Alfabeta,2012),h.7

jajakan pendapat, dan lainnya).¹⁹ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari lokasi penelitian dan informan yang terkait. Data primer diperoleh dari Staf bagian pengumpulan dan staff bagian pendistribusian zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung .

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk penunjang dari sumber primer, atau dapat dimaksud juga dengan data yang telah tersusun dalam bentuk sebuah dokumen. Sumber data sekunder digunakan untuk melengkapi serta mendukung data pertama (primer), data sekunder dari proposal skripsi ini meliputi: buku-buku yang berkaitan dengan zakat, hadits, Al-Quran dan media sosila Instagram BAZNAS Bandar Lampung.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan Metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden, yakni pewawancara yang akan mengajukan sebuah pertanyaan dan informan atau responden yang akan memberikan sebuah jawaban atas pertanyaan dari pewawancara.²⁰

Dilakukannya metode wawancara untuk mendapatkan data yang relevan mengenai strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat melalui aplikasi Instagram di Badan Amil Zakat nasional kota bandar lampung. Sumber informasi akan didapatkan oleh pegawai, muzakki, dan mustahik

¹⁹ Ririn Handayani, *Metodelogi Penelitian Sosial*. (Yogyakarta: Trussmedia Grafika, 2020), h. 70

²⁰ Abd. Hadi, Dkk, *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Groundded Theory, Etnografi, Biografi*, (Jawa Tengah: Cv. Pena Persada, 2021), h. 61

dari badan amil zakat nasional kota bandar lampung. Dalam teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur. Wawancara ini digunakan sebagai pengumpulan data, maka dari itu peneliti membuat pedoman wawancara berupa pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan yang berhubungan dengan rumusan masalah.

b. Observasi

Menurut irawan soeharto, observasi merupakan sebuah pengamatan yang dilakukan menggunakan indra penglihatan yang merupakan tindakan yang tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan.²¹ Observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut ilmu-ilmu sosial dan perilaku manusia²²

Dilakukannya metode observasi karena dapat langsung mengamati objek yang dapat menghasilkan data yang efektif. Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui secara langsung keadaan di lapangan, dengan cara mengamati, mencatat, dan menganalisa. Peneliti melakukan pengamatan langsung di Kantor Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung untuk mendapatkan informasi awal tentang model strategi *fundraising* dan pendistribusian dana yang dilakukan, dan apa saja media internet yang digunakan.

²¹ Irwan Soeharto, Metode Research, (Bandung: Remaja Rosda, 1999) h. 69

²² Abd. Hadi, Dkk, *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi*, h. 61

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah peneliti yang menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya. Dokumentasi merupakan suatu keterangan yang berbentuk tertulis. Dokumen bisa menjadi sumber data kedua setelah informan.²³ peneliti menggunakan metode ini untuk mendapatkan informasi tentang profil badan amil zakat nasional kota bandar lampung. Dalam penelitian ini, dokumen dan data yang digunakan yaitu mengambil kumpulan data yang berada di badan amil zakat nasional kota bandar lampung, berupa catatan, foto atau video yang telah di *upload* di media *Instagram* dan data-data lainnya yang dapat menunjang dalam penelitian ini.

4. Metode pengolahan data

a. Pemeriksaan Data (Editing)

Pemeriksaan data adalah proses pengecekan kembali hasil data yang telah didapatkan peneliti, pemeriksaan data bertujuan untuk mengetahui data yang didapatkan dari responden yang tidak lengkap ataupun kekeliruan. Proses pemeriksaan data dimulai dengan cara meneliti kembali data yang telah didapatkan seperti melihat kelengkapan jawaban dari responden, transparansi tulisan, dan keselarasan antara jawaban dengan data-data yang lainnya. Pemeriksaan data(editing) ini dilakukan untuk mengurangi kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi pada saat pengumpulan data, maka dari itu dengan adanya editing ini peneliti dapat mengubah kesalahan yang mungkin saja terjadi.

²³ Ibid.h. 62

b. Klasifikasi

Klasifikasi dilakukan dengan membaca dan memahami lalu mengelompokkan data yang telah dipahami. Klasifikasi data adalah sebuah pengelompokan data yang didapatkan sesuai dengan sub-bab. Peneliti mengelompokkan data yang didapatkan dari hasil wawancara bersama para informan yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah.

c. Verifikasi

Langkah selanjutnya yaitu memverifikasi data atau mengecek kembali data-data yang telah terkumpul. Verifikasi data bertujuan untuk mengetahui keabsahan data, peneliti akan mendengarkan kembali hasil wawancara dengan para informan lalu akan mencocokkan kembali hasil wawancara yang telah ditulis oleh peneliti.

5. Analisis Data

Analisis adalah mengelompokkan membuat suatu urutan, memanipulasi serta meringkas data sehingga mudah untuk dibaca, langkah pertama dalam analisis adalah membagi data atas kategorinya.²⁴ Analisis data bertujuan untuk membatasi penemuan hingga menjadi data yang teratur, tersusun, dan lebih berarti.

Dalam penelitian ini data didapatkan melalui wawancara dengan para informan dan digambarkan ke dalam bentuk kalimat serta dikategorikan sesuai dengan rumusan masalah. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode analisis dengan cara menggambarkan sebuah situasi keadaan dengan kata-kata yang dijadikan kalimat kemudian dipisahkan menurut kategori untuk mendapatkan kesimpulan.²⁵

²⁴ M. Nazir, *metodelogi penelitian*, (jakarta:ghalia Indonesia), h. 405

²⁵ Ibid.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada pembahasan penelitian yang berjudul Strategi fundraising dan pendistribusian zakat melalui aplikasi instagram di badan amil zakat nasional kota bandar lampung. Disusun dalam bentuk berikut ini:

1. Bagian Awal

Bagian awal pada penulisan tugas akhir ini terdiri dari sampul depan, halaman sampul bagian dalam, abstrak, pernyataan orisinalitas, persetujuan, pengesahan, motto, persembahan, riwayat hidup, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian Substansi (Inti)

BAB I PENDAHULUAN

Di Dalam bab ini penulis membahas tentang latar belakang masalah yang didalamnya menjelaskan tentang alasan penulis mengadakan penelitian ini dilakukan. Kemudian fokus penelitian yang berfungsi untuk membatasi penelitian ini yang di pertunjukan hanya media sosial *instagram*. Lalu dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan, serta manfaat dari penelitian. Kemudian penulis memasukan peneliti terdahulu guna sebagai memberikan perbandingan perbedaan dan persamaan dengan peneliti terdahulu. Lalu Metode penelitian yang berisikan tentang metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian kali ini. Kemudian penulis pun menuliskan sistematika penulisan yang berisikan mengenai bagaimana sistematika penulisan dari bab I sampai bab V yang terdapat di penelitian kali ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi pembahasan teori tentang strategi, *fundraising*, pendistribusian zakat, dan instagram. Penulis akan menguraikan tentang pengertian strategi, manajemen strategi, proses manajemen strategi, pengertian *fundraising*, tujuan *fundraising*, pengertian zakat, jenis zakat, golongan yang berhak menerima zakat, macam-macam zakat, dan aplikasi instagram.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang objek penelitian yakni gambaran umum lembaga Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung. Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai sejarah Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung, visi/misi, surat-menyurat (notaris, surat ijin operasional, SK, NPWP dan lain-lain), prestasi yang didapat dari Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung, program, operasional, dan produk serta struktur organisasi.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat, berisi tentang hasil dan penilaian dari pembahasan mengenai strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat melalui aplikasi instagram di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung yang merupakan suatu objek penelitian yang diteliti oleh penulis.

BAB V PENUTUP

Bab kelima merupakan sebuah hasil serta penilaian subjektif dari penulis berupa variabel operasional.

3. Bagian Akhir

Bagian ini merupakan langkah terakhir dari penulisan tugas akhir yang berisikan daftar rujukan yang telah digunakan peneliti untuk melakukan penelitian beserta lampiran.



BAB II

Strategi *Fundraising*, Pendistribusian Zakat, & Instagram

A. Strategi *Fundraising*

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yakni *strategos* yang memiliki arti suatu usaha untuk mencapai suatu kemenangan dalam sebuah peperangan yang awalnya digunakan dalam lingkungan militer tetapi strategi juga digunakan dalam berbagai bidang yang memiliki hakikat yang terukur sama.¹ Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana pemimpin puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara atau upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai.² Menurut Chandler mengatakan strategi merupakan suatu alat yang dipakai untuk mencapai suatu tujuan pada perusahaan dalam tujuan jangka panjang. Dan menurut Porter strategi merupakan alat yang digunakan sangat penting untuk mencapai suatu keunggulan bersaing antar perusahaan.³ Pengertian Strategi Menurut George Steiner dan Miner adalah sebuah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan implementasi secara tepat

¹ Laksi Dewi & Masitoh, *Strategi Pembelajaran*, (Jakarta: Depag Ri, 2009), h. 3

² Mohamad Rizan, *Manajemen Strategi*, (Malang: Ahli Media, 2020) H. 49

³ Sesra Budio, *Strategi Manajemen Sekolah*, Jurnal Manata, (Vol. II, No. 2, Tahun 2019), h. 58

sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi tercapai.⁴

Dalam kegiatan membutuhkan sebuah strategi yang sangat efektif untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu strategi harus dipikirkan apa saja yang akan dilakukan dengan baik, sehingga pencapaian sasaran yang dituju berhasil. Strategi adalah suatu faktor yang sangat penting untuk mencapai suatu tujuan dalam perusahaan, sebuah keberhasilan usaha suatu perusahaan tergantung pada kemampuan kepemimpinan dalam merumuskan sebuah strategi yang digunakan. Sebuah strategi perusahaan akan selalu tergantung dari sebuah tujuan perusahaan dan lingkungan yang ada.

b. Manajemen Strategi

Secara etimologis Manajemen strategi adalah adalah sebuah gabungan kata yang memiliki arti tersendiri baik itu bagi sebuah perusahaan yakni manajemen dan strategi. Manajemen dan strategi memiliki makna tersendiri yang setelah digabungkan menjadi satu terminologi akan berubah memiliki arti tersendiri. Pada prinsip manajemen strategi merupakan menggabungkan berpikir strategi dengan menyatukan fungsi-fungsi manajemen seperti, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian serta evaluasi.

Menurut Jauch, sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang aktif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Demikian

⁴ Saida Zainurossalamia, Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi,(Lombok Tengah:Forum Pemuda Aswaja,2020),h.31

sasaran perusahaan akan menjadi roh dalam melaksanakan semua kegiatan di organisasi. Sedangkan menurut Sharplin, model manajemen strategi memerlukan tahapan yakni : tahapan pertama formulasi strategi yaitu penetapan misi organisasi, assesment lingkungan, menetapkan arah dan sasaran dan menetapkan strategi, melakukan evaluasi strategi dan kontrol strategi.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh para pakar diatas, dapat disimpulkan beberapa hal ;

- 1) Manajemen strategi merupakan sebuah keputusan dan aksi
- 2) Manajemen strategi merupakan hasil proses analisis lingkungan, baik kekuatan dan kelemahan internal, peluang eksternal dan ancaman terhadap beberapa aspek perusahaan (organisasi)
- 3) Manajemen strategi harus diimplementasikan di seluruh lini perusahaan dan oleh seluruh anggota perusahaan serta harus mampu mengalokasikan sumberdaya yang ada secara efektif.⁵

Selanjutnya Alex Miller (2016) menekankan 5 ciri utama manajemen strategi yaitu :

- 1) Manajemen strategi mengintegrasikan berbagai macam fungsi dalam organisasi.
- 2) Manajemen strategi berkiblat terhadap tujuan organisasi secara menyeluruh.
- 3) Manajemen strategi mempertimpangkan kepentingan berbagai petaruh (stakcholders).
- 4) Manajemen strategi berkaitan dengan horison waktu yang beragam.

⁵Arif Erisman,Ph.D, Andi Azhar,M.B.A, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta;Deepublish,2015),hal.6

- 5) Manajemen strategi berurusan dengan efisiensi dan efektifitas.⁶

c. Proses Manajemen Strategi

Tujuan perusahaan merupakan suatu fokus dari manajemen strategi, kebijakan dan perencanaan adalah untuk mencapai sebuah sasaran perusahaan, serta menerapkan kebijakan dan merangkai perencanaan pencapaian tujuan perusahaan.

Manajemen strategi terdiri dari 3 proses, yakni :

- 1) Penetapan strategi, yaitu meliputi pengembangan visi dan misi serta tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan perusahaan ataupun organisasi, pengembangan alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk di adopsi.
- 2) Penerapan strategi, meliputi penentuan sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan perusahaan atau organisasi, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya agar strategi yang telah ditetapkan dapat diimplementasikan.
- 3) Evaluasi atau kontrol strategi, mencakup usaha usaha untuk memonitor seluruh hasil dari pembuatan dan penerapan strategi, termasuk mengukur kinerja individu dan perusahaan serta mengambil langkah-langkah jika diperlukan.⁷

2. Fundraising

a. Pengertian Fundraising

Istilah fundraising berujuk ke dalam bahasa inggris, yang memiliki arti pengumpulan uang ataupun dana. Fundraising ada dikatakan

⁶ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makasar:Penerbit Nas Media Pustaka, 2020), h.1

⁷ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makasar:Penerbit Nas Media Pustaka, 2020), h.6

pengumpulan uang sangat diperlukan untuk menjalankan suatu program kerja dan sebuah operasional lembaga. Lembaga-lembaga nirlaba biasanya melakukan sebuah fundraising. Dan dapat dijelaskan pula fundraising merupakan suatu proses untuk mempengaruhi masyarakat baik itu individu ataupun kelompok agar dapat menyalurkan dana yang dimilikinya untuk sebuah lembaga. Memengaruhi yang dimaksud dalam konteks ini ialah untuk memaksa jika diperkenankan, dalam hal ini bukanlah sesuatu yang membuat kekhawatiran yang akan menimbulkan *mudharat*.⁸ Dan paksaan yang dimaksud diatas merupakan sebuah perintah dari Allah SWT. yang telah dijelaskan dalam QS:At-Taubah ayat 103 ;

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ
 إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ١٠٣

“Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.”

b. Tujuan Fundraising

Adapun beberapa tujuan dari *fundraising* bagi sebuah organisasi pengelola zakat :⁹

- 1) Menghimpun dana zakat infaq dan shodaqoh
 Pengumpulan dana merupakan suatu tujuan paling utama pada *fundraising*. Sebagaimana

⁸ April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta; Sukses, 2009),h. 12

⁹ Ahmad Juwaini, *Panduan Direct Mail Untuk Fundraising*, (Jakarta; Piramedia; 2008),h. 5

makna yang terkandung dari *fundraising* yakni pengumpulan uang, tetapi *fundraising* yang dimaksud bukan hanyalah sekedar berbicara tentang uang semata. Namun dana yang dimaksud ialah dana yang mencakup suatu arti yang lebih luas seperti barang dan jasa serta memiliki suatu nilai manfaat. Meskipun dana dalam artian uang mempunyai kedudukan yang sangat penting. Sebuah OPZ tidak akan berjalan tanpa adanya dana. Dalam melakukan sebuah operasional, lembaga membutuhkan dana berupa uang. Maka dari itu sebuah lembaga zakat yang tidak dapat mengumpulkan dana dalam proses *fundraising* maka termasuk sebuah lembaga yang gagal. Meski lembaga tersebut mempunyai keberhasilan di bidang lainnya.

2) Penghimpunan Muzakki

Tujuan dari *fundraising* juga yaitu, meningkatkan jumlah muzakki maupun donatur. Sebuah lembaga zakat yang baik adalah lembaga yang dapat meningkatkan jumlah muzakkinya atau donatur pada setiap harinya, walaupun sebenarnya lembaga membutuhkan peningkatan jumlah dana yang dapat dikumpulkan untuk melaksanakan program, dalam hal ini lembaga zakat dapat melakukan dua hal ini ; pertama, meningkatkan jumlah dana sumbangan di setiap muzakki, dan kedua meningkatkan jumlah muzakki

3) Memuaskan Muzakki

Organisasi pengelola zakat dalam melakukan penggalangan dana ZIS, memiliki tujuan jangka panjang untuk menjaga loyalitas dari muzakki agar muzakki dapat selalu percaya dan memberikan sumbangan dana zakat pada OPZ, muzakki tidak akan merasa tersesali jika muzakki mendapatkan imbalan sebuah layanan

yang diberikan oleh lembaga. Memuaskan muzakki merupakan suatu yang sangat bernilai jangka panjang, meski kegiatan yang dilakukan setiap harinya.

4) Kepercayaan muzakki

Kepercayaan muzakki kepada OPZ yang dapat meningkat maka citra dari sebuah lembaga akan ikut terangkat. Salah satu tujuan *fundraising* adalah menaikkan citra lembaga. Dengan cara memberikan informasi tentang lembaga maka akan membentuk kepercayaan dan citra lembaga dalam kalangan masyarakat.

5) Membentuk dan meningkatkan citra lembaga zakat

Fundraising merupakan garda terdepan untuk memberikan informasi serta dapat berinteraksi dengan masyarakat. Hasil dari ini akan membentuk citra lembaga dalam masyarakat yang dapat memberikan dampak positif untuk lembaga. Apabila suatu dampak positif yang dapat ditampilkan oleh lembaga, maka dengan sendirinya dukungan akan terus mengalir.

c. Strategi *Fundraising*

Hamid Abidin mengatakan bahwa strategi *fundraising* adalah alat analisis untuk mengenali sumber pendanaan yang potensial, metode *fundraising* dan mengevaluasi kemampuan organisasi dalam mobilitas sumber dana.¹⁰ Sedangkan menurut Joyce Young telah mengisyaratkan organisasi yang menjalankan roda

¹⁰ Hamid, Dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi Dan Pola Derma Untuk Pemberdaya Perempuan Serta Strategi Penggalangannya*, (Depok: Piramedia, 2009), h.134

organisasi tanpa strategi bagai melakukan perjalanan tanpa menggunakan peta.¹¹

Maka pokok kekuatan dari sebuah kegiatan *fundraising* adalah Strategi *fundraising*. Aspek dalam strategi *fundraising* dikenal dengan sebagai siklus *fundraising* yang meliputi identifikasi donatur, pengelolaan dan penjagaan donatur, metode *fundraising* serta monitoring dan evaluasi *fundraising*. Berikut penerapannya :¹²

- 1) Identifikasi donatur, perusahaan akan menentukan siapa dan bagaimana donatur yang akan digalangnya. Berdasarkan jenis sumberdaya pendekatan *fundraising* dibagi menjadi dua jenis yaitu *retail fundraising* dan *institusional fundraising*, *retail fundraising* merupakan penggalangan dana dengan memfokuskan target pada seseorang. Dan *institusional fundraising* merupakan penggalangan yang lebih fokus ke penggalangan dari sebuah organisasi seperti, perusahaan, pemerintah, dan lembaga lainya.
- 2) Metode *fundraising*, sebuah penentuan metode yang tepat untuk melakukan pendekatan dengan para donatur. Hal yang perlu dilakukan untuk menjadi penentu keberhasilan perolehan dana yang sebesar-besarnya *fundraising* dari seorang muzakki.
- 3) Pengelolaan dan penjagaan donatur, hal ini dilakukan dengan bertujuan untuk meningkatkan jumlah sumbangan, memberikan arahan untuk

¹¹ Joyce Young, Dkk, *Menggalang Dana Untuk Organisasi Nirbala Diterjemahkan Oleh Siti Mashitoh*, (Jakarta:Pt. Ina Publikatama,2007),h.51

¹² Hamid, Dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi Dan Pola Derma Untuk Pemberdaya Perempuan , Serta Strategi Penggalangannya*,(Depok:Piramedia,2009),h.125

menyumbang pada program lainnya, dan meningkatkan status donatur dari donatur tidak tetap menjadi donatur tetap

- 4) Monitoring dan evaluasi *fundraising*, mengawasi proses kegiatan *fundraising* dan menilai keefektifannya. Dalam hal ini untuk mengetahui dan menilai seberapa efektif yang telah dilakukan, serta memastikan permasalahan dalam pelaksanaannya ada atau tidak.

B. Pendistribusian Zakat

1. Pengertian Pendistribusian

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), Distribusi didefinisikan sebagai penyaluran kepada seseorang atau ke beberapa tempat. Mendistribusikan adalah suatu kegiatan menyalurkan atau mengirimkan kepada beberapa orang tertentu. Sedangkan pendistribusian merupakan penyaluran, membagi ataupun mengirim yang ditujukan untuk orang lain maupun suatu tempat.¹³

2. Pengertian Zakat

Zakat menurut istilah adalah sejumlah harta yang dimiliki diwajibkan oleh Allah SWT untuk diberikan kepada orang yang berhak (mustahiq).¹⁴ Dan zakat menurut sosiologis yaitu suatu refleksi dari sebuah rasa kemanusiaan, ketaqwaan dan keimanan terhadap Allah SWT. serta keadilan yang telah tertanam dari sikap orang-orang yang memiliki harta, karena zakat merupakan ibadah yang mengandung dua dimensi yaitu, *habl min Allah* dan *hablun min Al-nas*. Zakat menimbulkan hikmah tumbuh rasa kebersamaan antar

¹³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 359

¹⁴ Ahmad Sarwat, *Seri Fiqih Kehidupan Zakat*, (Jakarta: Du Publishing, 2011), h. 29

masyarakat, menciptakan keamanan dan ketentraman, serta roda perekonomian pun akan terus berputar dengan cara pendistribusian zakat harta dengan baik.¹⁵

Adapun kriteria harta yang wajib dikeluarkan zakatnya, yakni sebagai berikut ; *pertama*, harta itu memenuhi jumlah standar minimal (*nisab*), dimana harta yang dimaksud telah mencapai ukuran untuk di zakatkan. Seperti halnya emas/perak adalah 85 gram, pertanian 653 kg, peternakan telah mencapai 30 ekor, dan perdagangan telah mencapai 85 gram emas. *Kedua*, harta yang tumbuh (*an-nama*'), dimana harta yang dimaksud adalah harta yang memiliki potensi untuk berkembang seperti perdagangan, peternakan, pertanian, obligasi, usaha bersama, dan deposito *mudharabah*.

Ketiga, harta yang dimiliki secara sempurna (*al-milk at-tam*), harta yang dimiliki dikuasai secara penuh dan sah, yang dihasilkan dari sebuah usaha, warisan, bekerja, ataupun hibah, yang dapat dipergunakan manfaatnya, atau untuk disimpan. Selain itu hasil dari suap, korupsi, dan kegiatan tercela lainnya tidak sah dan tidak akan diterima zakatnya.

Keempat, harta yang dimiliki untuk jangka waktu tertentu (*haul*), harta-harta yang dimaksud adalah perdagangan, namun untuk pertanian dan perkebunan dikeluarkan zakatnya ketika telah masa panen. *Kelima*, harta yang telah melebihi kebutuhan pokok, kebutuhan minimal yang diperlukan seseorang dan keluarganya yang menjadi tanggungannya untuk kelangsungan hidupnya.¹⁶

¹⁵ Siti Zalikha, *Pendistribusian Zakat Produktif Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ilmiah Islam Futura, (Vol Xv No. 2, Tahun 2016), h.307-308

¹⁶ Ahmad Sarwat., *Seri Fiqih Kehidupan Zakat*, (Jakarta; Du Publishing, 2011), h.101

3. Dasar Hukum Zakat

a. Al-Quran

Zakat merupakan kegiatan ibadah yang bersifat wajib dilakukan oleh umat muslim dengan cara mengeluarkan sedikit hartanya untuk diberikan kepada orang yang berhak dalam menerimanya sesuai kaidah syarat. Zakat adalah salah satu rukun islam yang ke lima, Kewajiban dalam berzakat telah diperintahkan oleh Allah SWT. yang terkandung dalam Quran Surah sebagai berikut:

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

“Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.” (QS; At-Taubah:9:103)

Hukum zakat adalah wajib (*fardhu ain*) yang memiliki makna kewajiban yang sudah ditetapkan untuk diri sendiri tidak untuk dibebankan kepada orang lain. Didalam Al-Quran Allah SWT. memerintahkan umat muslim untuk berzakat, dan banyak sekali di dalam Alquran, perintah berzakat yang disandingkan dengan mendirikan shalat seperti di dalam Quran Surah sebagai berikut:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

“Dan laksanakanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang yang rukuk.” (Qs:Al-Baqarah:2:43)

Berbahagiaalah kepada orang-orang yang berzakat, karena banyak sekali pujian dan janji baik yang akan diberikan oleh Allah SWT. kepada orang-orang yang mau berzakat, seperti Allah jelaskan di dalam surat Al-Quran surah Al-Mukmin ayat 1-4:

﴿فَاعْلَوْنَ لِلزَّكَاةِ هُمْ وَالَّذِينَ مُعْرِضُونَ اللَّغْوِ عَن هُمْ وَالَّذِينَ خَشِعُونَ صَلَاتِهِمْ فِي هُمْ الَّذِينَ الْمُؤْمِنُونَ أَفَلَحَ قَدْرٌ﴾

“*Sungguh beruntung orang-orang yang beriman, (yaitu) orang yang khusyu dalam shalatnya, dan orang yang menjauhkan diri dari (perbuatan dan perkataan) yang tidak berguna, dan orang yang menunaikan zakat*” (Qs: Al-Mukmin: 18:1-4)

Dan waspadalah kepada orang-orang yang tidak mau berzakat, karena Allah telah memberikan banyak ancaman serta celaan untuk orang-orang yang tidak mau berzakat, dijelaskan dalam surat Fussilat ayat 6-7:

﴿قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ إِلَهٌ وَاحِدٌ فَاستَوِيمُوا إِلَيْهِ وَاسْتَغْفِرُوهُ وَوَيْلٌ لِّلْمُشْرِكِينَ الَّذِينَ لَا يُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ بِالْآخِرَةِ هُمْ كَافِرُونَ﴾

“*Katakanlah (Muhammad), "Aku ini hanyalah seorang manusia seperti kamu, yang diwahyukan kepadaku bahwa Tuhan kamu adalah Tuhan Yang Maha Esa, karena itu tetaplah kamu (beribadah) kepada-Nya dan mohonlah ampunan kepada-Nya. Dan celakalah bagi orang-orang yang menyekutukan-Nya, (yaitu) orang-orang yang tidak menunaikan zakat dan mereka ingkar terhadap kehidupan akhirat.*” (Qs: Fushilat: 41:6-7)

M. Quraish Shihab menjelaskan dalam bukunya Tafsir Al-Misbah, ayat ini Allah memerintahkan umat muslim untuk selalu mendirikan sholat dengan baik dan seimbang, dan memerintahkan untuk menunaikan zakat dengan sempurna baik kadar atau cara pemberian tanpa menunda.¹⁷

b. Hadits

Selain dijelaskan di dalam Al-Quran kewajiban dalam berzakat pula dijelaskan dalam hadits Nabi SAW. Berbagai prioritas yang menempati posisi yang lebih diutamakan dan ada pihak yang di nomor duaka. Dasarnya adalah sabda Rasulullah SAW yang mengutus Muadz bin Jabal dan Abu Musa Al-asy'ari ke negeri Yaman, beliau diutus untuk menetapkan harta zakat hanya untuk orang-orang fakir:

“telah menceritakan kepada kami Abu ‘Ashim Adh-Dhahhak bin Makhlad dari zakariya’ bin Ishaq dari Yahya bin ‘Abdullah bin Shaifi dari Abu Ma’bad dari Ibnu ‘Abbas radhiyallahu ‘anhuma bahwa ketika Nabi Shallahu Alaihi Wasallam mengutus Mu’adz radhiyallahu ‘anhuma ke negeri Yaman, beliau berkata; ajaklah mereka kepada syahadah (persaksian) tidak ada ilah selain Allah dan bahwa aku adalah utusan Allah. Jika mereka menaatinya, maka beritahukanlah mereka bahwa Allah mewajibkan atas mereka sholat lima waktu sehari semalam. Dan jika mereka telah menaatinya, maka beritahulah bahwa Allah mewajibkan atas mereka shadaqah (zakat) dari harta mereka yang diambil dari orang-orang kaya mereka dan diberikan kepada

¹⁷M.Quraish Syihab, *Tafsir Al-Misbah Vol.12*, (jakarta:lentera hati,2002),h.

orang-orang faqir mereka” (HR: Bukhari Muslim, nomor 1308)¹⁸

Bagi setiap umat muslim bersedekah adalah sebuah kewajiban, namun apabila tidak memiliki harta maka berbuat lah dengan Ma'ruf (kebaikan), seperti hadits Rasulullah Saw:

“telah menceritakan kepada kami Muslim bin Ibrahim telah menceritakan kepada kami Sa'id bin Abu Burdah dari bapaknya dari kakeknya dari Nabi Shalallahu'alaihiwasalam beranda: wajib bagi mereka setiap muslim bershodaqoh. Mereka (para sahabat) bertanya: wahai Nabi Allah, bagaimana kalau ada yang tidak sanggup ?. beliau menjawab: dia bekerja dengan tenaganya sehingga bermanfaat bagi dirinya lalu dia bershodaqoh. Mereka bertanya lagi: bagaimana kalau tidak sanggup juga? Beliau menjawab: dia membantu orang yang sangat memerlukan bantuan. Mereka bertanya lagi: bagaimana kalau tidak sanggup juga? Beliau menjawab: hendaklah dia berbuat kebaikan (ma'ruf) dan menahan diri dari keburukan karena yang demikian itu berarti shodaqoh baginya”

c. Ijma' ulama

Umat muslim di setiap benua telah adanya kesepakatan (*ijma*) kewajiban dalam berzakat. Serta para sahabat pun sepakat untuk memerangi orang-orang yang tidak mau membayar zakat dan menghalalkan darah serta hartanya. Dikatakan seperti

¹⁸ Abdul Bakir, *Kumpulan Hadits Bukhori Tentang Zakat*, (Yogyakarta: Hikam Pustaka, 2021), h.1

itu karena zakat merupakan salah satu syiar islam yang mulia.¹⁹

d. Perundang-undangan

Di tanah air pengelolaan zakat diatur berlandaskan UU Nomor. 23 tahun 2011 ini lebih menekankan pada aspek pengelolaan zakat. Dalam Undang- Undang tersebut, pengelolaan zakat didefinisikan selaku aktivitas perencanaan, penerapan, pengorganisasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.²⁰ Selain Al-Qur'an, Hadits, Ijma Ulama, pengelolaan zakat pundi atur oleh pemerintah Indonesia.

4. Jenis-Jenis Zakat

Jenis zakat terbagi menjadi dua bagian yaitu ; zakat fitrah atau zakat yang berhubungan dengan diri , dan zakat mal atau zakat yang berhubungan tentang zakat.²¹

a. Zakat fitrah

Sebuah kewajiban yang harus dibayar oleh setiap muslim yang telah memiliki harta yang lebih dari nafka keluarga, akan dilaksanakan sebelum hari raya idul fitri. Zakat fitrah bertujuan untuk mensucikan diri dari dosa-dosa yang telah dilakukan selama melaksanakan ibadah puasa.²²

¹⁹ Ibnu Qudamah, Et. Al, *Al Mughni (Jilid 4)*, (Malang: Pustaka Azzam, 2008), h. 66

²⁰ Kementrian Agama Ri, *Standarisasi Amil zakat Di Indonesia*, (Jakarta: Kemenag Ri, 2012), h. 15

²¹ Yusuf Qaradhawi, *Spektrum Zakat Dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2005), h. 93

²² Lili Bariadi, Muhammad Zen, M. Hudri, *Zakat Dan Wirausaha*, (Jakarta: Ced, 2005), Cet. 1, h. 9-10

b. Zakat maal (harta)

Zakat maal merupakan harta yang wajib dikeluarkan setelah jangka waktu tertentu dalam jumlah minimal. Macam-macam zakat yang telah dibedakan menurut objek sebagai berikut ;

1) Pertanian

Hasil pertanian meliputi hasil tumbuhan, atau tanaman lainnya yang bernilai ekonomis contohnya biji-bijian, umbi, buah, sayur-mayur, rerumputan, dedaunan, dan tanaman hias. Nisab yang dikeluarkan sebesar 653 kg. sebanyak $\frac{1}{10}$ nya kadar zakat yang harus dikeluarkan jika hasil pertanian dapat tumbuh dan berkembang tanpa adanya biaya perawatan, namun jika ada biaya pemeliharaan maka kadar zakat yang dikeluarkan sebanyak $\frac{1}{20}$ nya.

2) Peternakan

Semua binatang ternak yang telah diambil manfaatnya demi kepentingan manusia oleh karena itu realisasi dari rasa syukur dengan berzakat sesuai dengan ketentuan agama.

3) Pertambangan

Harta dari pertambangan yang didapatkan dari perut bumi atau laut dan memiliki nilai ekonomis seperti batubara, minyak, gas bumi, mutiara, logam, dll.

4) Perniagaan

Harta yang dihasilkan dari sebuah kegiatan jual-beli dari berbagai jenis yaitu pakaian, makanan, perhiasan, barang lainnya. Perniagaan yang dimaksud ialah sebuah yang diusahakan secara individu ataupun kelompok

5) Emas dan perak

Harta yang dihasilkan dari emas atau perak dari bentuk apapun. Maka nisab zakat emas dan perak 20 mitsqal, dengan berat timbangan 93,6 gram, sedangkan nisab untuk perak 200 dirham (624 gram).²³

6) Rikaz

Harta yang didapatkan dari usaha galian dalam tanah. Yang dengan sengaja harta-harta tersebut ditanam oleh orang-orang di masa lampau dalam kurun waktu yang lama, dan tidak diketahui pemiliknya. Dan wajib dikeluarkan zakatnya sebanyak $\frac{1}{5}$ atau dalam persentase 20% dari seluruh jumlah harta yang ditemukan.

7) Profesi

Zakat yang dikeluarkan dari penghasilan profesi jika telah mencapai nisab, profesi yang dimaksud ialah seperti pegawai negeri/swasta, dokter, konsultan, notaris, akuntan, artis, dan wiraswasta. Jika penghasilan selama satu tahun telah lebih dari senilai 85 gram emas zakat wajib dikeluarkan setahun sekali sebanyak 2,5% setelah penghasilan setelah dikurangi kebutuhan pokok.²⁴

5. *Mustahik* (Orang Yang Berhak Menerima Zakat)

Golongan yang berhak menerima zakat telah disebutkan secara langsung oleh Allah Swt. di dalam QS:At-Taubah:9:60

²³ Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam (Hukum Fiqih Islam)*, (Bandung:Sinar Baru Algensindo:2011)h.202

²⁴ Mia Siti Aminah, *Muslimah Career Mencapai Karir Tertinggi Dihadapan Allah, Keluarga,Dan Pekerjaan*(Yogyakarta:Pustaka Grhatama:2020),h.119

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

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

Delapan golongan tersebut adalah fakir, miskin, amil, muallaf, riqab, gharimin, fisabilillah, dan ibnu sabil. Fakir miskin merupakan salah satu yang menjadi prioritas untuk mendapatkan harta zakat. Prioritas ini bertujuan untuk menghapus kemiskinan dalam umat muslim. al-quran mengutamakan golongan ini, mengingat bahwa memberantas kemiskinan, dan menyantuni orang-orang miskin merupakan sasaran pertama dari zakat.²⁵

a. Fakir

Secara bahasa kata fakir atau faqir memiliki makna orang yang sedikit hartanya, menurut Al-Hanafiyah mendeskripsikan fakir adalah orang yang memiliki harta namun hartanya tidak mencapai nishab, harta yang dimilikinya tidak produktif melainkan habis untuk kebutuhan sehari-harinya. Dan menurut asy-syafi'iyah dan al-hanabilah fakir adalah orang yang sama sekali tidak memiliki harta, sedangkan menurut al-malikiyah fakir merupakan orang yang masih memiliki harta, namun belum

²⁵ Rahmad Hakim, *Manajemen Zakat Histori Konsepsi Dan Implementasi*, (Jakarta:Kencana:2020), h.93

mencukupi untuk kebutuhan makanan pokok sehari-harinya dalam kurun satu tahun.²⁶ Dapat kita definisikan bahwasannya fakir merupakan sebuah hajat yang mendasar berupa kebutuhan hidupnya, seperti makan untuk meneruskan hidup, pakaian yang dapat menutup auratnya serta melindungi dirinya dari udara panas dan dingin, dan tempat tinggal untuk berteduh dari cuaca panas dan hujan.

Hak yang didapatkan seorang fakir atas harta zakatnya, menurut para ulama hak yang diberikan fakir sebesar 200 dirham, dimana harta yang didapatkan cukup untuk memenuhi hajatnya dalam kurun waktu satu tahun dan hak yang didapatkan akan terus berlangsung selama seumur hidupnya tanpa adanya kurun waktu.

Ada beberapa syarat yang menetapkan bahwa fakir yang dapat menerima harta zakat, karena tidak semua fakir menerima harta zakat dari semua lembaga, syarat yang telah ditetapkan oleh ulama, diantaranya:²⁷

1) Muslim

Yang berhak menerima harta zakat hanyalah fakir yang beragama muslim, meskipun mereka menyandang status fakir tetapi mereka kafir maka mereka tidak berhak menerima harta zakat dari sebuah lembaga. Sebagaimana sabda rasulullah saw yang memberikan petunjuk zakat itu diambil dari orang kaya umat muslim, maka distribusikanlah kepada orang fakir muslim pula.

“ambilah harta zakat itu dari orang-orang kaya diantaranya mereka (muslim) dan

²⁶ Ahmad Sarwat, *Seri Fiqih Kehidupan Zakat*, (Jakarta: Du Publishing, 2011) h.256

²⁷ Ibid,

kembalikanlah kepada orang fakir diantara mereka (muslim) juga.(HR.Bukhari)

2) Bukan keluarga nabi

Rasulullah saw beserta keluarganya tidak berhak menerima harta zakat, walaupun diantara mereka berstatus fakir, yang dimana telah dijelaskan sendiri oleh rasulullah saw:

“harta zakat itu tidak boleh untuk keluarga muhammad, karena merupakan kotoran-kotoran manusia”(HR. Muslim)

3) Merdeka

Budak tidak memiliki hak untuk mendapatkan harta zakat, karena jika budak diberikan harta zakat maka secara hukum harta yang diberikan itu adalah milik tuannya. Pada masa lalu status budak merupakan sejajar dengan hewan dimana budak tidak berhak memiliki harta.

4) Tidak dibawah tanggungan kerabat

Orang fakir dapat menerima harta zakat nya apabila ia tidak ada yang menanggung hidupnya, seperti wanita yang tidak memiliki penghasilan maka mereka termasuk orang-orang fakir, namun jika seorang wanita tersebut masih ditanggung nafkah oleh orang tuanya maka ia tidak berhak menerima harta zakat.

b. Miskin

Secara bahasa kata miskin berasal kata kata *al-maskanah* yang artinya kerendahan, dan menurut istilah yang dijelaskan oleh imam hanabilah miskin adalah mereka yang masih memiliki pekerjaan meskipun harta tersebut tidak mencukupi hajat kebutuhan hidupnya. Ungkapan ini dapat didasari oleh firman Allah sebagaimana berikut ini:

إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لِّهَا لِنَبْلُوهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا

“Adapun bahtera itu adalah kepunyaan orang-orang miskin yang bekerja di laut” (QS;Al-kahfi:79)

c. Amil zakat

Secara bahasa amil zakat berasal dari kata ‘*amil* ya’*malu*, yang memiliki makna melakukan sesuatu. Kata *amil* berarti pelaku dari sebuah pekerjaan, oleh karena itu *amil* bermakna orang yang sedang mengerjakan sesuatu. Amil zakat merupakan salah satu pihak yang berhak atas harta zakat, setelah fakir dan miskin. Ungkapan ini dapat dijelaskan dengan firman Allah sebagai berikut

وَالْعَامِلِينَ

“Dan para pengurus zakat” (QS:At-taubah;60)

Tidak semua orang dapat menjadi amil, menjadi amil tidak boleh sembarangan karena dapat membuat zakat menjadi rusak. Untuk menunjuk seseorang untuk menjadi amil maka dalam syariat Islam menentukan beberapa syarat untuk diberikan kepercayaan sebagai amil zakat. Amil zakat harus beragama Islam, akil, baligh, jujur, paham ilmu dan hukum zakat, dan orang yang sehat jiwa serta harganya.²⁸

d. Muallaf

Muallafah merupakan kalimat jamak dari kata *mualaf*, yang memiliki arti menyatukan, melunakan, menjinakan atau yang dimaksud adalah menyatukan, menundukan hati manusia yang berbeda-beda, di jelaskan di dalam firman Allah yang berbunyi :

²⁸Ibid,h.271

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا ۗ وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا ۗ وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ ۗ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

“Dan berpegang teguhlah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai-berai, dan ingatlah nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliah) bermusuhan, lalu Allah mempersatukan hatimu, sehingga dengan karunia-Nya kamu menjadi bersaudara, sedangkan (ketika itu) kamu berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari sana. Demikianlah, Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu mendapat petunjuk.” (Qs:Ali-Imran:3:103)

e. Riqab (orang yang merdeka)

Riqab merupakan seorang budak yang ingin memerdekakan dirinya dari ikatan budak, riqab adalah salah satu orang yang berhak dalam menerima harta zakat. Namun sudah dipastikan untuk zaman sekarang tidak ada lagi riqab, karena hampir semua negara untuk dimasa sekarang tidak ada lagi perbudakan. Jika praktek ini ada dipastikan itu adalah kegiatan ilegal dan perbuatan itu sangat bertentangan dengan hukum negara.²⁹

f. Gharim (yang berhutang)

Kata gharim berarti orang yang wajib membayar hutangnya. Menurut istilah gharim adalah orang punya hutang dan tidak mampu lagi membayarnya

²⁹ Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat*, (Semarang: Karya Abadi Jaya, 2015), h. 21

yang masih menjadi kewajiban orang tersebut. Utang yang dimaksud adalah hutang yang dipakai untuk kebutuhan pokok hidupnya, bukan untuk kemaksiatan, ataupun kebutuhan tersier.

g. Fi sabilillah

Fi Sabilillah merupakan orang yang sedang berjuang di jalan Allah, dalam kegiatan jihad, ataupun dakwah dan lainnya yang bertujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Namun makna khusus adalah jihad, yang berarti untuk membela dan menegakkan kalimat Islam di muka bumi ini.

h. Ibnu sabil

Ibnu sabil merupakan seseorang yang kehabisan biaya saat di perjalanan dalam ketaatan Allah. Ibnu sabil sering kali kita kenal dengan musafir, yang dapat disebut sebagai orang yang kehabisan bekal di dalam perjalanan, khususnya harta dan tidak mampu lagi untuk meneruskan perjalanannya kembali ke rumah. Ibnu sabil adalah salah satu orang yang berhak dalam menerima harta zakat.

6. Pendistribusian Zakat

Pendistribusian zakat merupakan suatu rangkaian perintah untuk menunaikan zakat, seperti yang dijelaskan di dalam QS;At-Taubah ayat 60

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّمَةِ فُلُؤُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْعَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۗ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ -

“sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) hamba

sahaya, untuk (membebaskan) orang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah maha mengetahui maha bijaksana.”(Qs:At-Taubah:9:60)

Berdasarkan ayat quran di atas zakat wajib diberikan ke delapan asnaf (golongan) seperti mana yang telah ditetapkan dalam surat at-taubah ayat 60 yaitu, fakir miskin, amil, muallaf, hamba sahaya, gharimin, fisabilillah, dan ibnu sabil. Namun berbicara tentang teknis pendistribusian zakat kepada para delapan asnaf atau mustahik, nabi Muhammad Saw. tidak memberikan keterangan yang tegas dalam mengharuskan pendistribusian secara konsumtif atau produktif. Namun Nabi Saw. telah mendistribusikan zakatnya dengan menyesuaikan kebutuhan hidupnya serta menyesuaikan persediaan yang ada. untuk praktek yang digunakan pendistribusian pada saat ini ialah dilaksanakan secara produktif dan konsumtif.³⁰

C. Aplikasi Instagram

1. Pengertian Instagram

Komunikasi dalam pemasaran merupakan cara pemasaran untuk menginformasikan, mengajak serta meningkatkan konsumen baik itu secara langsung maupun secara tidak langsung dengan suatu brand yang akan dijual. Menurut kotler dan keller, salah satunya adalah *online and social media marketing*. Dimana sosial media merupakan media online yang digunakan sebagai aktivitas komunikasi pemasaran, yang memberikan sesuatu yang menarik bagi konsumen maupun perusahaan dalam bentuk tulisan

³⁰ Ahmad Sarwat.,, h. 29

gambar, dan video yang dimanfaatkan untuk meningkatkan kesadaran, serta kesan pada perusahaan.³¹

Salah satu aplikasi sosial media ialah Instagram, instagram merupakan sebuah aplikasi yang dapat memungkinkan para *user* untuk meng-*share* foto dan video. Aplikasi instagram ini dapat diakses melalui *smartphone* android, IOS, dan Windows Phone. *Follow* dan *followers* adalah sistem pertemanan di instagram, dimana user dapat melihat keseharian yang telah diupload oleh user instagram lainnya.

Kata instagram berasal dari kata “insta” dan “gram” yang memiliki makna instant dan telegram, dari nama instagram dapat disimpulkan bahwa instagram merupakan aplikasi yang dapat memberikan informasi serta meng-*share* foto ataupun video kepada orang lain secara cepat dan instan. Ketika pengguna instagram telah meng-*upload* foto ke instagram maka ukuran foto akan otomatis berbentuk persegi yang akan terlihat seperti hasil dari kamera Instamatic.³²

Instagram merupakan aplikasi sosial media yang didasarkan pada konten visual. Fungsi dasarnya hanya postingan gambar dan video, cara untuk user dapat menemukan konten seperti itu dan bisa berinteraksi dalam bentuk *like*, *comment*, dan *share link*. Sejak tahun 2010 instagram *launching* dan pada saat itu pun instagram *viral* di klasifikasi media sosial. Instagram sangat populer di berbagai kalangan baik politisi, selebriti, sampai perusahaan atau lembaga mengikutsertakan. Menurut Databoks dari *Napoleon Cat* melaporkan bahwa pada bulan oktober 2021 jumlah pengguna instagram di Indonesia ada 91 juta. Pertumbuhan yang luar biasa ini karena aplikasi instagram dapat dilengkapi

³¹ Deru R. Indika, *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*, Jurnal Bisnis Terapan, (Vol I, No. 01, Tahun 2017) h.26-27

³² Rama Kertamukti, *Instagram Pembentuk Citra*, Jurnal Komunikasi Profetik, (Vol. Viii No. 1, Tahun 2015), h. 58

dengan kemampuan membagikan foto dan video di media sosial.³³

Instagram juga merupakan bentuk pemasaran lewat media sosial secara gratis berupa postingan foto, video, tulisan, gambar, hashtag atau link terkait dan lainnya. Social media organik hanya dapat dilihat oleh pengikut atau audiens yang mengikuti akun BAZNAS Kota Bandar Lampung. BAZNAS memposting atau membuat konten organik di sosial media untuk berinteraksi dengan pengikutnya, hal tersebut dimaksudkan membangun citra brand BAZNAS yang dekat dengan muzaki. Sosial media yang di gunakan oleh BAZNAS Bandar Lampung adalah Facebook, dan Instagram. Akan tetapi BAZNAS hanya fokus di Facebook dan Instagram saja, hal ini di karena kan Facebook dan Instagram memiliki interaksi paling kuat kepada muzaki maupun calon muzaki untuk mempromosikan program-program yang ada.³⁴

2. Fungsi dan Peran Instagram Dalam Metode Fundraising Dan Pendistribusian

Melalui kecanggihan teknologi digital (internet), perusahaan atau lembaga akan semakin mudah untuk memasarkan produknya secara efektif dan efisien. Teknologi Digital (Internet) dapat menjadi prospek yang menarik untuk pemasar menentukan aplikasi komunikasi pemasaran dan riset pemasaran aspek yang cocok dengan produk yang ditawarkan. Penggunaan teknologi digital (internet) dapat menjangkau seluruh wilayah yang

³³ Cindy Mutia Annur, “Ada 91 Juta Pengguna Instagram Di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa”, Tersedia Di : <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/11/15/Ada-91-Juta-Pengguna-Instagram-Di-Indonesia-Mayoritas-Uusia-Berapa#:~:Text=Laporan%20napoleon%20cat%20menunjukkan%2c%20ada,Yakni%20sebanyak%2033%2c90%20juta.>

³⁴ Sujanu Harto Mulyono, *Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,(Vol. VIII,No. 01, 2022),h.72

terkoneksi dengan internet dan sangat bermanfaat untuk meningkatkan jumlah muzakki dan penghimpunan fundraising.³⁵

Dalam hal ini instagram dapat dimanfaatkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandar Lampung sebagai metode *fundraising* dan pendistribusian zakat, dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat di dalamnya. Dengan digunakannya media sosial instagram membuat orang menjadi lebih mudah dalam menerima informasi yang disajikan oleh perusahaan ataupun lembaga.

Dapat diketahui bahwa media sosial instagram memiliki peran penting dalam strategi *fundraising* dan pendistribusian zakat. Instagram dapat menjadi sebuah alat kemudahan bagi masyarakat dalam menerima informasi untuk menyalurkan dana zakat datang kepada lembaga penerima zakat secara efektif dan efisien tanpa harus datang langsung ke lembaga zakat. Bagi sebuah lembaga media sosial nstagram adalah suatu alat yang efektif untuk mengenalkan lembaga nya kepada masyarakat yang lebih luas dan melalui teknologi digital (internet), lembaga-lembaga zakat dapat dengan cepat menggalang dana untuk kepentingan yang urgent, seperti contoh : peduli gempa, peduli banjir bandar lampung, dsb.

3. Dampak Positif Dan Negatif Media Sosial Instagram

Saat ini media sosial telah menjadi dunia kita salah satunya yang sangat populer ialah Instagram. Semua orang yang menggunakan Instagram dapat mencari berita, informasi apa saja hanya dalam hitungan detik. Menurut supriyanti dampak positif dari media sosial yakni :

³⁵ Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran di Era Digital*, (Jakarta: CV. Prisani Cendikia), 2014, h. 257

- a. Dapat dengan mudah memperoleh informasi dengan waktu singkat
- b. Sebagai media komunikasi dengan pengguna Instagram lainnya dari seluruh dunia
- c. Memudahkan dalam pemberian informasi mengenai lembaga
- d. Sebagai sumber penghasilan, bagi BAZNAS media sosial Instagram menjadi peluang yang besar dalam meningkatkan pengumpulan dana zakat. BAZNAS sangat inovatif dalam memperoleh peluang untuk memanfaatkan momentum inidan akan menargetkan sekian persen dari *fundraisng* zakat yang diperoleh dari sosial media

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat membuat seseorang akan dapat lebih mudah informasi dengan teknologi komunikasi ini. Namun harus dapat disadari bahwa dengan memudahkan yang dirasakan dapat menimbulkan dampak negatif yang muncul dari oknum yang tidak bertanggung jawab. Adapun dampak negatif menurut Supriyanto dari media sosial instagram :

- a. Penipuan

Dalam hal membayar zakat atau berdonasi, sebagian kecil dari calon donatur masih ada yang belum percaya dalam melakukan pembayaran melalui teknologi digital (internet), karena banyaknya kasus penipuan yang terjadi melalui teknologi digital (internet), sehingga sebagian calon donatur terkadang berfikir bahwa ada yang mempermainkan atau mengatasnamakan lembaga penerima zakat dengan hanya mencari keuntungan individual.

Namun Cara yang terbaik bagi calon donatur yang ingin berdonasi atau membayar zakat adalah dengan mencari lembaga zakat yang terpercaya

dan mengantisipasi jika diarahkan untuk membayar zakat atau donasi dengan mentransfer dana tersebut ke rekening pribadi. Karena lembaga zakat yang terpercaya tidak menerima transferan dana zakat melalui rekening atas nama pribadi, melainkan atas nama lembaga zakat itu sendiri.³⁶



³⁶ *Ibid.*

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Qur'an dan terjemahannya, Ditafsirkan Oleh Kementerian Agama Republik Indonesia, Jakarta:Almahira,2011
- Abd. Hadi, Dkk,*Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*,Jawa Tengah:Cv. Pena Persada,2021.
- Abdul Bakir,*Kumpulan Hadits Bukhari Tentang Zakat*,Yogyakarta:Hikam Pustaka, 2021.
- Ahmad Juwaini,*Panduan Direct Mail Untuk Fundraising*, Jakarta;Piramedia;2008.
- Ahmad Sarwat.Lc, *Seri Fiqih Kehidupan Zakat*,Jakarta; Du Publishing,2011.
- Ahmad, *Manajemen Strategis*,Makasar:Penerbit Nas Media Pustaka, 2020.
- April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, Yogyakarta; Sukses, 2009.
- Arif Erisman , Andi Azhar,M.B.A, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta; DU Publish,2015.
- Bamabang Dwi Atmoko,*Instagram Handbook*,Jakarta:Media Kita,2012.
- Departemen Pendidikan Nasional,*Kamus Besar Bahasa Indonesia*,Jakarta:Pusat Bahasa,2008.
- Didin Hafiffudin Dan Ahmad Juwaenu, *Membangun Peradaban Zakat*,Jakarta: Imz,2006.
- Furqon Ahmad, *Manajemen Zakat*,(Semarang:Karya Abadi Jaya,2015
- H.M D Jamal Doa, *Pengelolaan Zakat Oleh Negara Untuk Memerangi Kemiskinan*,Jakarta:Korpus, 2004.
- Hamid, Dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi Dan Pola Derma Untuk Pemberdaya Perempuan Serta Strategi Penggalangannya*,Depok:Piramedia,2009.
- Hendra Sutisna,*Fundraising Database Cet 1*,Jakarta:Pirac,2006.

- Ibnu Qudamah, Et. Al, *Al-Mughni (Jilid 4)*, Malang: Pustaka Azzam, 2008.
- Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran di Era Digital*, Jakarta: CV. Prisani Cendikia, 2014
- Irwan Soeharto, *Metode Research*, Bandung: Remaja Rosda, 1999.
- Joyce Young, Dkk, *Menggalang Dana Untuk Organisasi Nirbala Diterjemahkan Oleh Siti Mashitoh*, Jakarta: Pt. Ina Publikatama, 2007.
- Kementrian Agama Ri, *Standarisasi Amil Zakat Di Indonesia*, Jakarta: Kemenag Ri, 2012.
- Laksi Dewi & Masitoh, *Strategi Pembelajaran*, Jakarta: Depag Ri, 2009.
- Lili Bariadi, Muhammad Zen, M. Hudri, *Zakat Dan Wirausaha Cet. 1*, Jakarta: Ced, 2005.
- Mia Siti Aminah, *Muslimah Career Mencapai Karir Tertinggi Dihadapan Allah, Keluarga, Dan Pekerjaan*, Yogyakarta: Pustaka Grhatama: 2020.
- Mohamad Rizan, *Manajemen Strategi*, Malang: Ahli Media, 2020
- Muhammad Zen, Dkk, *Zakat Dan Wirausaha*, Jakarta: Centre Entrepreneurship Development, 2005.
- Nurdin, *Zakat Sebagai Instrumen Dalam Kebijakan Fiskal*, Jakarta: Raja Grafindo, 2006.
- Rahmad Hakim, *Manajemen Zakat Histori Konsepsi Dan Implementasi*, Jakarta: Kencana: 2020.
- Ririn Handayani, *Metodelogi Penelitian Sosial*, Yogyakarta: Trussmedia Grafika, 2020.
- Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*, Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja, 2020.
- Saputra Hadi, Didin, dkk, *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 200
- Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, Bandung: Pt Refika Aditama, 2014.
- Sulaiman Rasjid, *Fiqih Islam (Hukum Fiqih Islam)*, Bandung: Sinar Baru Algensindo: 2011.

Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Undang Undang Republik Indonesia, *Nomor 23 Tahun 2011*, Tentang Pengelola Zakat, Jakarta: Pustaka Mahardika, 2014.

Usman Rianse, *Metodologi Penelitian Dan Ekonomi (Teori Dan Aplikasi)*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Yusuf Qaradhawi, *Spektrum Zakat Dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2005.

Jurnal

Deru R. Indika, *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*, Jurnal Bisnis Terapan, Vol I, No. 01, Tahun 2017.

Michelle Wifalin, *Efektifitas Instagram Common Growds*, Surabaya: Jurnal E-Komunikasi Vol 4 No 2, 2016.

Siti Zalikha, *Pendistribusian Zakat Produktif Dalam Perpektif Islam*, Jurnal Ilmiah Islam Futura, Vol XV, No. 2, Tahun 2016.

Sesra Budio, *Strategi Manajemen Sekolah*, Jurnal Manata, Vol. Ii, No. 2, Tahun 2019.

Sujanu Harto Mulyono, *Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. VIII, No. 01, 2022

Rama Kertamukti, *Instagram Pembentuk Citra*, Jurnal Komunikasi Profetik, Vol. Viii No. 1, 2015.

Skripsi

Muhammad Anggi Syahrullah, *Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Pusat*, Jakarta: Universitas Islam Negeri (Uin) Syarif Hidayatullah, 2018.

Saparuddin Siregar, *Problematika Fundraising Zakat: Studi Kasus Baznas Di Sumatera Utara*, Medan: Pascasarjana Uin Sumatera Utara, 2017.

Yolanda Beti, *Strategi Pendistribusian Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS) Melalui Program Bandar Lampung Cerdas Dalam Membangun Kualitas Sumber Daya Manusia Di Badan Amil*

Zakat Nasional Kota Bandar Lampung,(Lampung:UIN Raden Intan Lampung,2020)

Website

Akun media sosial instagram BAZNAS Kota Bandar Lampung tersedia di:

<https://www.instagram.com/baznasbandarlampung/> (diakses pada Januari 2022)

Cindy Mutia Annur, “Ada 91 Juta Pengguna Instagram Di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa”, Tersedia Di :
<https://databoks.katadata.co.id/>

Profile BAZNAS Bandar Lampung tersedia di :

<https://baznasbandarlampung.id/> (diakses pada Januari 2022)

Postingan Pengumpulan Dana Bencana Alam BAZNAS Bandar Lampung,Tersedia Di :

<https://www.instagram.com/baznasbandarlampung/> (diakses pada tanggal 30 juli 2022)

Postingan Pendistribusian Bantuan Modal UMKM BAZNAS Bandar Lampung,tersedia di :

<https://www.instagram.com/baznasbandarlampung/> (diakses pada tanggal 30 juli 2022)

Postingan Santunan Anak Yatim BAZNAS Bandar Lampung,tersedia di :

<https://www.instagram.com/baznasbandarlampung/> (diakses pada tanggal 30 juli 2022)

Postingan Ajakan Membaca A-Quran BAZNAS Bandar Lampung,tersedia di :

<https://www.instagram.com/baznasbandarlampung/> (diakses pada tanggal 30 juli 2022)

Wawancara

Doni Peryanto,”Strategi Fundraing Melalui Aplikasi Instagram”, Staf BAZNAS Kota Bandar Lmapung, Wawancara, 02 agustus 2022

Doni Peryanto,”Strategi Pendistribusian Zakat Melalui Aplikasi Instagram”, Staf BAZNAS Kota Bandar Lamapung,Wawancara, 02 agustus 2022