

BAB II

ZAKAT DAN PENGELOLAANNYA SERTA LOYALITAS MUZAKKI<

A. Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) sebagai Sumber Dana bagi Organisasi Pengelola Zakat

1. Zakat

Zakat merupakan solusi terbaik dalam membangun ekonomi *d{uafa}*>, hal itu dikarenakan zakat adalah sumber dana yang tidak akan pernah kering dan habis. Artinya, selama umat Islam memiliki kesadaran untuk berzakat dan selama dana zakat tersebut mampu dikelola dengan baik, maka dana zakat akan selalu ada serta bermanfaat untuk kepentingan dan kemaslahatan masyarakat.¹ Selain itu, zakat juga berfungsi sebagai sarana mensucikan harta umat Islam.

Kata zakat secara etimologi berasal dari kata *zaka* yang berarti berkah, tumbuh, bersih dan baik. Sedangkan menurut istilah fiqih, zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah SWT diserahkan kepada orang yang berhak menerimanya.²

الصَّلَاةَ وَأَثُوا الزَّكَاةَ ۖ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ ۖ إِنَّ اللَّهَ بِمَا
وَأَقِيمُوا
تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

¹ Ria Casmi, *Negara Dalam Merevitalisasi Pengelolaan Zakat Sebagai Upaya Strategis Menanggulangi Kemiskinan Di Indonesia*, diakses dari <http://www.legalitas.org>. pada tanggal 23 april 2014.

² Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat*, terj. Harun Salman dkk., (Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa, 2006) 35.

“Dan dirikanlah sholat dan tunaikanlah zakat, dan kebaikan apapun yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu akan mendapatkan pahala dari sisi Allah, Sesungguhnya Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan (Terjemahan QS. Al-Baqarah: 110)”.³

Ada beberapa poin penting dari ayat diatas. Pertama, zakat adalah sebutan untuk jenis barang tertentu yang harus dikeluarkan oleh umat Islam dan dibagi-bagikan kepada golongan yang berhak menerimanya sesuai dengan ketentuan syariat. Kedua, zakat merupakan konsekuensi logis dari prinsip kepemilikan harta dalam ajaran Islam yang fundamental, yakni *h>aqullah* (milik Allah yang dititipkan kepada manusia) dalam rangka pemerataan kekayaan. Ketiga, zakat adalah ibadah yang tidak hanya berkaitan dengan hubungan ketuhanan saja tetapi juga mencakup dengan nilai sosial-kemanusiaan.⁴

Adapun kaitan antara makna zakat secara bahasa dan istilah adalah; bahwa ketika harta yang sudah dikeluarkan zakatnya menjadi suci, bersih, baik, berkah, tumbuh dan berkembang. Dalam penggunaannya, selain untuk kekayaan, tumbuh dan suci disifatkan untuk jiwa orang yang menunaikan zakat. Maksudnya, zakat itu akan mensucikan orang yang mengeluarkannya dan menumbuhkan pahalanya. Sedangkan dalam istilah ekonomi, zakat merupakan tindakan pemindahan kekayaan dari golongan kaya kepada golongan tidak punya.

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya (Ayat Pojok Bergaris)*, (Semarang: CV. Asy Syifa', 1998), 14.

⁴ Yusuf Qardlawi, *Hukum Zakat*, terj. Harun Salman dkk., (Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa, 2006),88.

Menurut pendapat para ulama, harta yang wajib dikeluarkan zakatnya ialah harta yang dimiliki seorang muslim yang baligh dan berakal yang dimiliki serta dapat dipergunakan hasil atau manfaatnya.

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam kewajiban zakat ialah:⁵

- a. Merdeka, bukan seorang hamba sahaya.
- b. Islam, tidak diperbolehkan orang yang berzakat selain orang Islam
- c. Baligh dan berakal, menurut mazhab Hanafi tidak diperbolehkan menarik zakat dari anak kecil maupun orang gila.
- d. Merupakan harta yang wajib dizakati dan melebihi kebutuhan pokok, yaitu harta yang dizakatkan merupakan uang, emas, barang dagang, hasil tanaman ataupun buah-buahan yang telah melebihi dari kebutuhan pokok seseorang atau keluarga yang mengeluarkan zakat tersebut.
- e. Mencapai nishab, yaitu harta tersebut telah mencapai batas jumlah minimal yang wajib dikeluarkan zakatnya.
- f. Pemilikan harta yang pasti dan kepemilikan penuh, yaitu harta benda yang akan dizakatkan berada dalam kekuasaan dan dimiliki oleh si pemberi zakat.
- g. Mencapai haul (1 tahun menurut hitungan *qamariyah*), yaitu harta tersebut telah mencapai waktu tertentu untuk dikeluarkan zakatnya, biasanya berlaku setiap satu tahun.

2. Infaq

⁵ Yusuf Qardlawi, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, terj. Agus Efendi dkk., (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005). 98.

Berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu, termasuk kedalam pengertian ini, infaq yang dikeluarkan orang-orang untuk kepentingan agamanya. Sedangkan menurut terminology, infaq adalah mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan (penghasilan) untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam. Jika zakat ada nisabnya, infaq tidak mengenal nisab. Jika zakat harus diberikan pada *mustah}iq* tertentu (8 asnaf), infaq boleh diberikan kepada siapapun juga, misalnya untuk kedua orang tua atau anak yatim.

3. Shadaqah

Shadaqah berasal dari kata shadaqah yang berarti “benar”. Orang yang suka bershadaqah adalah orang yang benar pengakuan imannya. Menurut syariat, pengertian shadaqah sama dengan pengertian infaq, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Hanya saja, jika infaq berkaitan dengan materi, shadaqah memiliki arti lebih luas dari sekedar material, misal senyum itu shadaqah. Dari hal ini yang perlu diperhatikan adalah jika seseorang telah berzakat tetapi masih memiliki kelebihan harta, sangat dianjurkan sekali untuk berinfaq atau bershadaqah.⁶

B. Tujuan zakat

⁶ Gustian Juanda DKK, *Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*, (PT Raja Grafindo persada, 2006).11.

Zakat sebagai salah satu perangkat sosio-ekonomi Islam yang tidak saja bernilai saja bernilai ibadah juga bersifat sosial, sebagaimana syariat Islam yang lainnya, zakat juga memiliki beberapa tujuan mulia antara lain:⁷

1. Mewujudkan keadilan dan pemerataan ekonomi. Zakat merupakan jaminan sosial abadi bagi para fakir miskin dan golongan penerima zakat lainnya. Zakat bertujuan untuk mengurangi jurang perbedaan dan kesenjangan antara yang kaya dan miskin sehingga tercipta pemerataan ekonomi dan keadilan. Sebagian harta dari orang-orang kaya diambil untuk diberikan dan dimanfaatkan oleh orang-orang miskin dan diharapkan zakat dan mampu menciptakan keadilan dan pemerataan ekonomi dengan berkurangnya jumlah *mustahiq*.
2. Mengikis kemiskinan dan kecemburuan sosial, konsep zakat jelas terlihat mengandung sebuah makna penting yaitu pengentasan kemiskinan karena zakat adalah pajak wajib kalangan muslim yang kaya dan bertujuan untuk menghilangkan perbedaan dan meningkatkan daya beli masyarakat. Zakat juga bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat miskin menjadi lebih baik. Jika zakat secara konsisten dapat direalisasikan maka akan tercipta masyarakat yang jauh dari sifat-sifat kecemburuan sosial yang muncul manakala kemiskinan menghimpit seseorang sedangkan di sekelilingnya orang hidup serba kecukupan tetapi sama sekali tidak peduli. Dalam kondisi seperti inilah diharapkan zakat menjadi jembatan diantara keduanya untuk saling tolong menolong.

⁷ Yusuf Qardlawi, *Hukum ...*, 886.

Tujuan zakat yang mulia tidak terbatas dua hal di atas, masih banyak tujuan yang lain dan tidak dapat disampaikan secara rinci antara lain mengembangkan harta, zakat melatih sikap dermawan dan tanggung jawab sosial, mensucikan harta dan lain sebagainya.

C. Hikmah Zakat

Kesenjangan penghasilan rezeki dan mata pencaharian dikalangan manusia merupakan kenyataan yang tidak bisa dipungkiri. Kewajiban atau kefarduan zakat merupakan jalan yang paling utama untuk menyelesaikan kesenjangan sosial. Di samping itu, zakat merupakan formula yang paling kuat untuk merealisasikan sifat gotong-royong dan tanggung jawab sosial dikalangan umat Islam. Tujuan tersebut mempunyai hikmah yang utama yaitu agar manusia lebih tingi nilainya daripada harta, sehingga ia menjadi tuannya harta bukan menjadi budaknya harta. Karena, tujuan zakat terhadap si pemberi sama dengan kepentingan tujuan terhadap si penerima.⁸

Hikmah zakat ada 2 (dua) macam yaitu hikmah bagi si pemberi dan hikmah bagi si penerima.⁹

1. Adapun hikmah zakat bagi si pemberi antara lain :
 - a. Mensucikan jiwa dari sifat kikir. Sifat kikir merupakan tabiat manusi yang tercela, sifat ini timbul karena rasa keinginan untuk memiliki suatu keinginan untuk tetap memiliki suatu benda tersebut selamanya, sehingga manusia cenderung mementingkan diri sendiri terhadap hal-hal yang baik dan bermanfaat dari pada orang lain.

⁸ Ibid.,848.

⁹ Ibid.,850.

- b. Merupakan manifestasi syukur atas nikmat Allah Sebagaimana dimaklumi, diakui oleh fitra manusia bahwa pengakuan akan keindahan dan syukur terhadap nikmat merupakan suatu keharusan. Zakat akan membangkitkan bagi orang yang mengeluarkannya. Makna syukur kepada Allah, pengakuan akan keutamaan dan kebaikan, karena sesungguhnya Allah SWT senantiasa memberikan nikmat kepada hambanya baik yang berhubungan dengan diri maupun hartanya. Ibadah badaniyah merupakan pembuktian rasa syukur terhadap segala nikmat badan, sedang ibadah harta merupakan pembuktian rasa syukur terhadap nikmat harta.
 - c. Mengembangkan kekayaan batin. Diantara tujuan pensucian jiwa yang dibuktikan oleh zakat ialah berkembangnya kekayaan batin dan perasaan optimis. Dengan mengeluarkan zakat berarti telah berusaha menghilangkan kelemahan jiwanya, egoismenya serta menghilangkan bujukan syetan dan hawa nafsunya.
2. Hikmah zakat bagi si penerima adalah sebagai berikut :
- a. Membebaskan si penerima dari kebutuhan Dalam hal ini Allah SWT telah mewajibkan zakat dan menjdikannya tiang agama Islam, dimana zakat diambil dari orang-orang kaya dan diberikan kepada orang-orang fakir dengan adanya zakat tersebut mereka dapat memenuhi kebutuhan materinya.
 - b. Menghilangkan sifat dengki dan benci. Zakat bagi si penerima akan membersihkan sifat dengki dan benci. Manusia jika kekafiran dan

ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.¹⁰

Juga dalam firman Allah SWT QS. At-Taubah:103

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

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendo'alah untuk mereka. Sesungguhnya do'a kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.¹¹

Dalam surah At-taubah: 60 dikemukakan bahwa salah satu golongan yang berhak menerima zakat adalah orang yang bertugas mengurus zakat (*a>milina alaiha*). Sedangkan dalam surah At-taubah: 103 bahwa zakat itu diambil dari orang-orang yang berkewajiban untuk berzakat (*muzakki>*) untuk kemudian diberikan kepada yang berhak menerimanya (*mustah}iq*). Yang mengambil dan menjemput tersebut adalah para petugas (*a>mil*).

Pengelolaan zakat oleh lembaga pengelola zakat memiliki beberapa keuntungan antara lain.¹²

Pertama, untuk menjamin kepastian dan disiplin pembayaran zakat. Kedua, untuk menjaga perasaan rendah diri para *mustah}iq* zakat apabila berhadapan langsung untuk menerima zakat dari para *muzakki>*. Ketiga, untuk mencapai efisiensi dan efektifitas serta sasaran yang tepat dalam penggunaan harta zakat menurut skala prioritas yang ada

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya (Ayat Pojok Bergaris)*, (Semarang: CV. Asy Syifa', 1998), 156.

¹¹ *Ibid.*, 162.

¹² Abdurrahman Qadir, *Zakat dalam Dimensi Mahd}ah dan Sosial*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000). 85.

pada suatu tempat. Keempat, untuk memperlihatkan syiar Islam dalam semangat penyelenggaraan pemerintahan yang Islami. Kelima, untuk memudahkan kordinasi dan konsolidasi data *muzakki*> dan *mustah}iq*. Keenam, untuk memudahkan pelaporan dan pertanggungjawaban ke publik. Ketujuh, agar pengelolaannya dapat dikelola secara professional. Sebaliknya jika zakat diserahkan langsung dari *muzakki*> ke *mustah}iq*, meskipun secara hukum syar'i adalah sah, akan tetapi disamping akan terabaikannya hal-hal tersebut diatas, juga hikmah dan fungsi zakat, terutama yang berkaitan dengan pemerataan dan kesejahteraan ummat, akan sulit diwujudkan.

Di Indonesia pengelolaan zakat diatur berdasarkan Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat dengan Keputusan Menteri Agama (KMA) No. 581 tahun 1999 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 38 tahun 1999 dan Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D. D/291 tahun 2000 tentang Pedoman Tehnis Pengelolaan Zakat.

Dalam Undang-Undang ini masih banyak kekurangan terutama tidak adanya sanksi bagi *muzakki*> yang melalaikan kewajibannya tidak membayar zakat, tetapi Undang-Undang ini mendorong upaya untuk pembentukan lembaga pengelola zakat yang amanah, kuat dan dipercaya oleh masyarakat.

Dalam Undang-Undang ini dikemukakan bahwa pengelolaan zakat bertujuan untuk:

1. Meningkatkan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan tuntunan agama.
2. Meningkatkan fungsi dan peranan pranata keagamaan dalam upaya mewujudkan masyarakat dan keadilan sosial
3. Meningkatkan hasil guna dan daya guna zakat.

Dalam Bab III Undang-Undang No. 38 tahun 1999 dikemukakan bahwa organisasi pengelola zakat terdiri dari dua jenis, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Selanjutnya bahwa setiap pengelola zakat karena kelalaiannya tidak mencatat dengan tidak benar tentang zakat, infak, sedekah, hibah, wasiat, waris dan kaffarat sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 8 pasal 12 dan pasal 11 Undang-Undang tersebut, diancam dengan hukuman kurungan selama-lamanya tiga bulan atau denda sebanyak-banyaknya Rp. 30.000.000.

E. Definisi Manajemen Zakat

Manajemen merupakan kata serapan dari bahasa Inggris, "*management*" yang berakar kata "*manage*," yang berarti "*control*" control dan "*succeed*" sukses. Dari kata ini dapat disimpulkan bahwa inti dari manajemen adalah pengendalian hingga mencapai sukses yang diinginkan.¹³

Adapaun manajemen secara terminologi yang diartikan oleh James Stones seperti yang dikutip oleh Eri Sudewo, bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha para

¹³ Sudirman, *Zakat dalam Pusaran Arus Modernitas*, (Malang : UIN Malang Press, 2007), 71.

anggota organisasi dengan menggunakan sumber daya yang ada agar mencapai tujuan organisasi yang sudah ditetapkan.¹⁴

Dari kriteria yang disebutkan diatas mengenai manajemen, dapat disimpulkan bahwa manajemen zakat dapat dikaitkan dengan sub bab-sub bab sebagai berikut:¹⁵

1. Perencanaan Manajemen Zakat

Dalam memamanajemeni zakat tentunya berkaitan dengan perencanaan.

Dan proses perencanaan tersebut terdiri dari:

- a. Menetapkan sasaran dan tujuan zakat.
- b. Menetapkan bentuk organisasi atau kelembagaan zakat yang sesuai dengan kebutuhan yang hendak dicapai dalam pengelolaan zakat.
- c. Menetapkan cara melakukan penggalian sumber dan distribusi zakat.
- d. Menentukan waktu penggalian sumber dana dan pendistribusian yang tepat.
- e. Menentukan Sumber daya manusia yang tepat untuk ditetapkan sebagai amil.
- f. Menetapkan system pengawasan terhadap pelaksanaan zakat.

2. Organisasi Pengelolaan Zakat

Dalam Bab III Undang-undang No. 38 Tahun 1999 dikemukakan bahwa organisasi pengelola zakat terdiri dari dua jenis, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) yang dikelola langsung oleh Pemerintah (Pasal 6) dan

¹⁴ Eri Sudewo, *Manajemen Zakat*, (Ciputat : Institut Manajemen Zakat, 2004),63.

¹⁵ Ismail Nawawi, *Zakat dalam Perspektif Fiqih, Sosial, dan Ekonomi*, (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2010), 48.

Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dikelola oleh masyarakat (Pasal 7). Dalam Undang-undang ini juga terdapat sanksi yang ditujukan kepada lembaga pengelolaan zakat agar supaya BAZ dan LAZ tersebut menjadi benar-benar amanah, kuat dan dapat dipercaya oleh masyarakat.

3. Pelaksanaan Kegiatan Zakat

Dalam pelaksanaan kegiatan zakat diperlukan pengelolaan zakat secara *professional*, mempunyai kompetensi dan komitmen sesuai dengan kegiatan yang dilakukan. Hal ini berkaitan dengan kriteria pengelola zakat yang mana harus:

- a. Islam.
- b. *Mukallaf* yaitu orang dewasa yang sehat akal pikirannya dan siap bertanggung jawab urusan zakat.
- c. Memiliki sifat amanah dan jujur.
- d. Mengerti dan memahami hokum-hukum zakat.
- e. Memiliki kemampuan untuk melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya.
- f. Kesungguhan amil zakat dalam menjalankan tugas-tugasnya.

4. Pengawasan Zakat

Terdapat beberapa pola pengawasan yang dapat digunakan antara lain:

- a. Menetapkan system dan standar operasional pengawasan.
- b. Mengukur kinerja pengawasan melalui evaluasi sesuai standar operasional yang sudah dibuat.

- c. Memperbaiki penyimpangan terhadap kinerja yang tidak sesuai standar operasional.

Arah pekerjaan yang jelas, landasan yang mantap dan cara-cara mendapatkannya yang transparan merupakan amal perbuatan yang dicintai Allah swt. Sebenarnya manajemen dalam arti mengatur segala sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat dan tuntas merupakan hal yang disyariatkan dalam ajaran Islam.¹⁶

Pada dasarnya manajemen merupakan rangkaian cara beraktifitas. Bagi seorang muslim manajemen bisa menjadi wahana amal kebajikan. Di situ ada kesadaran untuk mengaplikasikan cara-cara bekerja dengan landasan ajaran Islam. Manajemen islami tidak bebas nilai. kaidah halal dan *thayyib* menjadi nilai utama organisasi. Ini berlaku dari awal pengambilan keputusan, perencanaan hingga aplikasi dan evaluasinya yang tetap melandaskan pada nilai-nilai halal dan *thayyib*.¹⁷

F. Landasan Manajemen Zakat

1. Qs. At-Taubah ayat 60

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَاتِ لِمَنْ هُنَّ فِي الرِّبَابِ وَالْغَارِبِينَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِنِ السَّبِيلِ فِي رِضْوَةٍ مِنَ اللَّهِ وَاللَّامِعَاتِ لِمَنْ حَكَمَ (٦٠)

“Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang dibujuk hatinya, untuk b uduk, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan

¹⁶ Didin Hafidhuddin, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta : Gema Insani Press,2003), 1.

¹⁷ Eri Sudewo, *Manajemen*...63.

untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana”. (At-Taubah: 60)¹⁸

2. Qs. Al-Baqarah ayat 177

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ بِلِ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ
وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ تَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ
السَّبِيلِ وَالسَّاءِلِينَ فِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَلُوا
وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُتَّقُونَ (١٧٧)

“Bukanlah menghadapkan wajahmu kea rah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim orang-orang miskin, musafir dan orang-orang yang meminta-minta, dan hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat, dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang bertakwa.” (Al-Baqarah: 177)¹⁹

Selain dalil-dalil Al-Qur'an ada juga hukum positif yang menjadi landasan hukum distribusi zakat, antara lain:

1. Undang-undang No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat dengan Keputusan Menteri Agama (KMA) nomor 581 tahun 1999 tentang pelaksanaan Undang-undang No. 38 Tahun 1999 yaitu BAB II pasal 9 ayat 1 dikemukakan secara eksplit tentang tugas, wewenang dan tanggungjawab BAZ yang meliputi proses penghimpunan, distribusi dan pendayagunaan.

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya (Ayat Pojok Bergaris)*, (Semarang: CV. Asy Syifa', 1998), 156.

¹⁹ Ibid.,21.

2. Undang-undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat pasal 5 ayat 1, 2 dan 3 tentang tujuan pengelolaan zakat:
 - a. Meningkatnya pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan tuntunan agama.
 - b. Meningkatnya fungsi dan peranan pranata keagamaan dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial.
 - c. Meningkatnya hasil guna dan daya guna zakat.

G. Konsep Umum Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (*formulating*) penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antar fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya di masa datang.²⁰ Pembuatan strategi meliputi pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan pada organisasi, pengembangan alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk diaplikasikan. Penerapan strategi meliputi penentuan saran-saran operasional tahunan, kebijakan organisasi, memotivasi pegawai dan mengalokasikan sumber daya agar strategi yang telah ditetapkan dapat untuk memonitor seluruh hasil-hasil dari pembuatan dan penerapan langkah koreksi bila diperlukan.

²⁰ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: Gajah Mada Pers, 2005), 76.

Manajemen strategik ialah manajemen puncak dalam organisasi, terutama organisasi bisnis harus mampu merumuskan dan menentukan strategi organisasi sehingga organisasi yang bersangkutan tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya, akan tetapi tangguh melakukan penyesuaian dan perubahan yang diperlukan sehingga organisasi semakin meningkat efektif dan produktivitasnya.²¹

Berdasarkan pengertian dan karakteristiknya dapat disimpulkan bahwa Manajemen Strategi memiliki beberapa dimensi atau bersifat multidimensional. Dimensi – dimensi dimaksud adalah :²²

1. Dimensi waktu dan orientasi masa depan manajemen strategi, dalam mempertahankan dan mengembangkan eksistensi suatu organisasi berpandangan jauh ke masa depan, dan berperilaku proaktif dan antisipatif terhadap kondisi masa depan yang diprediksi akan dihadapi. Antisipasi masa depan tersebut dirumuskan dan ditetapkan sebagai Visi organisasi yang akan diwujudkan di masa depan. Visi dapat diartikan sebagai “kondisi ideal yang ingin dicapai dalam eksistensi organisasi di masa depan”.
2. Dimensi internal dan eksternal, adalah kondisi organisasi non profit pada saat sekarang, berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan hambatan yang harus diketahui secara tepat. Untuk itu perlu dilakukan kegiatan evaluasi antara lain dengan menggunakan Analisis SWOT. Dimensi lingkungan eksternal pada dasarnya merupakan analisis terhadap lingkungan sekitar

²¹ Ibid.,82.

²² Ibid.,153.

organisasi, yang terdiri dari lingkungan operasional, lingkungan nasional dan lingkungan global, yang mencakup berbagai aspek atau kondisi, antara lain kondisi sosial politik, sosial ekonomi, sosial budaya, kemajuan dan perkembangan ilmu dan teknologi, adat istiadat, dan agama. Pengimplementasian Manajemen Strategi perlu mengidentifikasi dan mendayagunakan kelebihan atau kekuatan dan mengatasi hambatan atau kelemahan organisasi.

3. Dimensi pendayagunaan sumber – sumber, manajemen strategi sebagai kegiatan manajemen tidak dapat melepaskan diri dari kemampuan mendayagunakan berbagai sumber daya yang dimiliki, agar secara terintegrasi terimplementasikan dalam fungsi – fungsi manajemen ke arah tercapainya sasaran yang telah ditetapkan dalam rangka mencapai Tujuan Strategi melalui pelaksanaan Misi untuk mewujudkan Visi Organisasi. Sumber daya yang ada terdiri dari sumber daya material khususnya berupa sara dan prasarana, sumber daya finansial dalam bentuk alokasi dana untuk setiap program, sumber daya manusia, sumber daya teknologi dan sumber daya informasi. Semua sumberdaya ini dikategorikan dalam sumber daya internal, yang dalam rangka evaluasi harus diketahui dengan tepat kondisinya.
4. Dimensi keikutsertaan manajemen puncak (Pimpinan). Manajemen strategi yang dimulai dengan menyusun Rencana Strategi merupakan pengendalian masa depan organisasi, agar eksistensi sesuai dengan visinya dapat diwujudkan. Rencana Strategi harus mampu

mengakomodasi seluruh aspek kehidupan organisasi yang berpengaruh pada eksistensinya di masa depan merupakan wewenang dan tanggung jawab manajemen puncak. Rencana Strategi sebagai keputusan utama yang prinsipil, tidak saja ditetapkan dengan mengikutsertakan, tetapi harus dilakukan secara proaktif oleh manajemen puncak, karena seluruh kegiatan untuk merealisasikannya merupakan tanggung jawabnya.

Sebuah strategi memiliki komponen-komponen strategi yang senantiasa yang dipertimbangkan dalam menentukan strategi yang akan dilaksanakan. Adapun komponen-komponen tersebut antara lain:

1. Kompetensi yang berbeda, yang dimaksud kompetensi yang berbeda adalah sesuatu yang dimiliki oleh perusahaan di mana perusahaan melakukannya dengan baik dibandingkan dengan dalam perusahaan lainnya.
2. Ruang lingkup, yang dimaksud dengan ruang lingkup adalah lingkungan di mana organisasi atau perusahaan tersebut beraktivitas.
3. Distribusi sumber daya, yang di maksud distribusi sumber daya adalah bagaimana sebuah perusahaan memanfaatkan dan mendistribusikan sumber daya yang dimilikinya dalam menerapkan strategi perusahaan.

Sedangkan menurut jenisnya manajemen strategi dibagi menjadi 4 macam, yakni:²³

²³ Fred R David, *Manajemen Startegis*. Edisi kesembilan. Terj. Kresno Saroso, (Jakarta : Indeks, 2004), 231.

1. Kelompok Strategi Integrasi Vertikal: yaitu, merupakan kelompok strategis yang termasuk dalam kelompok strategis integrasi. Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan para pesaing baik melalui merger, akuisisi, atau membuat perusahaan sendiri. Dan kelompok strategi ini terdiri dari 3 strategi dasar yakni:
 - a. *Forward integration strategy*. Strategi ini menghendaki agar perusahaan mempunyai kemampuan yang besar terhadap pengendalian para distributor atau pengecer mereka, bila perlu dengan memilikinya.
 - b. *Backward integration strategy*. Pengusaha di bidang manufaktur dan para pengecer membutuhkan barang – barang dari pemasok,
 - c. *Horizontal integration strategy*. Strategi ini dimaksudkan agar perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap para peasaing perusahaan walau harus dengan memilikinya.

2. Kelompok Strategi Intensif: yaitu, strategi-strategi penetrasi pasar , pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Strategi-strategi ini dalam implementasinya memerlukan usaha-usaha intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan produk-produk yang ada.

3. Kelompok Strategi Diversifikasi: terdiri dari 3 strategi dasar, yakni
 - a. *Concentric diversification strategy*. Strategi ini dapat dilaksanakan dengan cara menambah produk dan jasa yang baru tetapi masih saling berhubungan.

- b. *Horizontal diversification strategy*. Strategi ini dilakukan dengan menambahkan produk dan jasa pelayanan yang baru, tetapi tidak saling berhubungan untuk ditawarkan pada para konsumen yang ada sekarang.
 - c. *Conglomerate diversification strategy*. Yaitu strategi dengan menambahkan produk atau jasa yang tidak saling berhubungan.
4. Kelompok Strategi Bertahan, yakni:
- a. *Joint venture strategy*. Strategi ini merupakan strategi yang populer, yakni dimana terjadi saat dua atau lebih perusahaan membentuk suatu tempore atau konsorsium untuk tujuan kapitalisasi modal.
 - b. *Retrenchment strategy*. Strategi ini dapat dilakukan melalui reduksi biaya dan asset perusahaan.
 - c. *Divestiture strategy*. Yaitu menjual satu divisi atau bagian dari perusahaan. Strategi divestiture sering berguna dalam rangka penambahan modal dari suatu rencana investasi atau menindaklanjuti strategi akuisisi yang telah diputuskan untuk proses selanjutnya.
 - d. *Liquidation strategy*. Yaitu menjual seluruh asset perusahaan yang dapat dihitung nilainya. Strategi liquidation merupakan suatu pengakuan dari suatu kegagalan.
 - e. *Balanced Scorecard (BSC)* adalah metoda yang dikembangkan Kaplan dan Norton untuk mengukur setiap aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam rangka merealisasikan tujuan perusahaan

tersebut. Balanced scorecard semula merupakan aktivitas tersendiri yang terkait dengan penentuan sasaran, tetapi kemudian diintegrasikan dengan sistem manajemen strategis. Balanced scorecard bahkan dikembangkan lebih lanjut sebagai sarana untuk berkomunikasi dari berbagai unit dalam suatu organisasi. Balanced scorecard juga dikembangkan sebagai alat bagi organisasi untuk berfokus pada strategi. Walaupun pada awalnya BSC ini digunakan untuk organisasi profit, tetapi menurut Kaplan dan Norton BSC juga dapat diimplementasikan pada organisasi nirlaba. Dengan tahapan BSC yang digunakan dalam organisasi nirlaba sebagai berikut:

- 1) Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)
- 2) Implementasi Strategi (*Implementation Strategy*)
- 3) *Controlling*

H. Definisi Loyalitas

Menurut kamus umum bahasa Indonesia Loyalitas berarti taat, patuh, dan setia.²⁴ Sedangkan Loyalitas menurut Oliver adalah komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku.²⁵

Loyalitas secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu yang merupakan manifestasi dan

²⁴ Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2004), 609.

²⁵ Philip Kotler dan Kavin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2009), 176.

kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut.²⁶

I. Faktor Pendukung Loyalitas

Adapun bagi organisasi nirlaba seperti lembaga amil zakat maka tugas utama untuk lembaga tersebut ialah mencari *muzakki*> yaitu para *muzakki*> (wajib zakat), *munfiq* (orang yang berinfaq) *mushadiq* (orang yang bersedekah). Semakin banyaknya lembaga amil zakat yang bermunculan menyebabkan tingkat loyalitas dan segmentasi *muzakki*> menjadi hal penting untuk dikaji. Ini diperlukan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi *muzakki*> untuk tetap loyal terhadap lembaga amil zakat.

Faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Faktor Kualitas Pelayanan

Secara ringkas, kelima dimensi kualitas jasa dan ukuran-ukurannya adalah sebagai berikut:

- a. *Tangible*, yang berupa fasilitas, peralatan dan penampilan fisik
- b. *Reliability*, yaitu kemampuan perusahaan dalam menepati janji dan dapat diandalkan.
- c. *Responsivness*, yaitu keinginan perusahaan untuk membantu pelanggan dan menyajikan jasa yang tepat

²⁶ Theresia Widyaratna Denny dan Filisia Chandra, "Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris" dalam <http://puslit.petra.ac.id/journals/management/> diakses pada tanggal 25 Juni 2014.

- d. *Assurance*, yaitu pengetahuan dan keramah-tamahan personel dan kemampuan mereka menciptakan opini untuk dapat dipercaya oleh pelanggan
- e. *Empathy*, yaitu kepedulian dan perhatian perusahaan kepada pelanggan.

Bagi Badan Amil Zakat (BAZ) kualitas pelayanan menjadi pertimbangan para *muzakki*> untuk menyalurkan dana mereka pada suatu BAZ. Kemudahan dalam menyalurkan dana merupakan hal penting bagi para *muzakki*>. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada donator maka semakin baik tanggapan para *muzakki*> untuk menyalurkan dana mereka ke lembaga zakat.

2. Faktor Produk

Sebagian perusahaan memberikan nilai unggul melalui kemudahan dan harga rendah yang lain dengan memanjakan pelanggannya dan membuat produk untuk memenuhi kebutuhan khusus yang secara tepat dibutuhkan oleh relung pasar. Hasilnya ialah kesetiaan (keloyalatan) dan preferensi pelanggan yang kuat.

Bagi lembaga amil zakat produk yang diciptakan untuk kepuasan *muzakki*> yaitu program – program pendayagunaan zakat, infaq, shadaqah (ZIS). Program yang dibentuk oleh BAZ yang tepat sasaran menjadi pertimbangan para *muzakki*> menyalurkan dana mereka pada Badan Amil Zakat (BAZ). *Muzakki*> yang lebih rasional dalam preferensi berdonasi akan memperhatikan keinginan dan ketertarikan mereka

terhadap program-program yang ditawarkan dan yang telah dijalankan oleh lembaga amil zakat.

3. Faktor Kepercayaan

Dimensi kepercayaan terhadap suatu produk, karyawan, atau penyedia jasa adalah:

- a. Kredibilitas, berhubungan dengan kepercayaan kepada penyedia jasa.
- b. Kompetensi, artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penyedia jasa untuk melakukan pelayanan yang diharapkan
- c. *Courtesy*, yaitu yang meliputi sikap atau moral para penyedia jasa terhadap pemakai.²⁷

4. Faktor Nilai Religius

Berkaitan dengan zakat, Eri Sudewo menambahkan satu faktor yang juga mempengaruhi kelayakitan *muzakki*>. Dalam pengelolaan dana zakat, infaq, shadaqah (ZIS) aspek religius sangat menentukan kelayakitan dari para *muzakki*>. Indikator dari faktor religius adalah prinsip-prinsip dari lembaga amil zakat. Para amil dituntut memiliki beberapa persyaratan moralitas seperti:²⁸

- a. Amanah, dana ZIS merupakan amanah dari ummat yang akan dititipi untuk para *mustah}iq*.
- b. *Sidiq*, semua tindakan yang dilakukan oleh amil harus benar. Baik itu dalam menghimpun, mendistribusikan dana zakat, infaq, shadaqah (ZIS) maupun dalam melayani para *muzakki*>.

²⁷ Erlina Afyati, "Manajemen Zakat Produktif Unit Pengumpul Zakat Kantor Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri", (Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2011),68.

²⁸ Eri Sudewo, *Manajemen Zakat*, (Ciputat : Institut Manajemen Zakat, 2004),39.

- c. Bertanggung jawab, merupakan sifat yang harus dimiliki oleh amil untuk memberikan pertanggungjawaban terhadap dana ZIS yang diamanahi oleh *muzakki*>.
- d. Adil, adil dalam pengertian amil bisa memberikan akses info bantuan untuk seluruh *mustahiq*
- e. Kasih, sifat kasih menjadi tuntunan untuk memberikan rasa kasih terhadap para *mustahiq* sehingga bagi para *mustahiq* memberikan ketenangan bathin.
- f. Gemar menolong, merupakan nilai Islam yang mencontohkan para *muzakki*> menyalurkan dananya ke amil untuk didistribusikan kepada kaum dhuafa
- g. Tabah, yakni kuat terhadap problem kaum miskin yang beragam. Besabar dalam menangani berbagai persoalan kaum dhuafa.

J. Urgensi Loyalitas *Muzakki*> Bagi Lembaga Amil Zakat

Menurut Eri Sudewo mengatakan bahwa²⁹ lembaga nirlaba memang didirikan tidak untuk tidak mencari laba serupiah pun dari kegiatan-kegiatannya. Tiap lembaga nirlaba tentu mempunyai visi dan misi yang khusus. Bicara visi dan tanpa mencari laba, berarti ada hal yang diperjuangkan. Hal tersebut adalah nilai-nilai dan moralitas yang diusung lembaga nirlaba. Inilah segi yang paling mendasar yang membedakan lembaga nirlaba dengan perusahaan. Produk lembaga nirlaba adalah nilai dan moral.

²⁹ Eri Sudewo, *Manajemen Zakat*, (Ciputat : Institut Manajemen Zakat, 2004),99.

Sedang produk perusahaan adalah barang dan jasa. Dalam memperjuangkan nilai dan moralitas, lembaga nirlaba tetap membutuhkan dana. Dana yang diperoleh hanya untuk operasional, bukan mencari uang untuk meraup laba sebesar-besarnya. Sumber dana berasal dari donasi masyarakat. Sifat dana tentu tidak mengikat dan bukan pinjaman, baik berasal dari *zakat*, *infaq*, *shadaqah*, *wakaf*, dan *hibah*.

Lembaga nirlaba dapat saja membuat usaha yang hasil usahanya bisa digunakan untuk menunjang operasional dan membiayai berbagai kegiatannya. Contoh organisasi yang termasuk lembaga nirlaba adalah lembaga zakat baik BAZ, LAZ, dan BAZNAS, panti-panti asuhan yatim dan jompo.

Lembaga amil zakat sebagai organisasi nirlaba yang berada di tengah-tengah *muzakki*> sangat penting untuk dijaga kepercayaan dan amanah mereka karena dana yang diperoleh dari para *muzakki*> didistribusikan untuk kegiatan sosial dan dana tersebut untuk keberlangsungan program-program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Lembaga zakat sangat erat hubungannya dengan pemberian kepercayaan, kesetiaan (loyalitas), kepada *muzakki*> untuk keberlangsungan pembiayaan berbagai program-program sosial.

Pengorganisasian di lembaga zakat perlu pula diatur sebaik-baiknya agar pelaksanaan zakat, infaq, shadaqah (ZIS) dapat dikoordinasikan dan diarahkan. Ini perlu dilakukan untuk memantapkan kepercayaan masyarakat dan wajib zakat.

Oleh karena itu, sebagai organisasi nirlaba, lembaga zakat juga memiliki karakteristik seperti organisasi nirlaba lainnya.³⁰

1. Sumber daya (baik dana maupun barang) berasal dari *muzakki* yang mempercayakannya kepada lembaga. Para *muzakki* tersebut tidak mengharapkan keuntungan kembali secara materi dari lembaga pengelola zakat.
2. Menghasilkan berbagai jasa dalam bentuk pelayanan kepada masyarakat. Jasa-jasa tersebut tidak dimaksudkan untuk mendapatkan laba.
3. Kepemilikan lembaga pengelola zakat tidak seperti lazimnya pada organisasi bisnis. Bisaanya terdapat pendiri, yaitu orang-orang yang bersepakat untuk mendirikan lembaga pengelola zakat. Pada hakikatnya lembaga pengelola zakat bukanlah milik pendiri, melainkan milik umat. Hal ini dikarenakan sumber daya organisasi terutama berasal dari masyarakat.

Namun tentunya selain itu organisasi pengelola zakat mempunyai karakteristik yang membedakan dengan organisasi lembaga lainnya, antara lain:

1. Terikat dengan aturan prinsip-prinsip syari'ah.
2. Sumber dana utama adalah dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf.
3. Biasanya memiliki Dewan Pengawas Syari'ah dalam struktur organisasinya.³¹

³⁰ Eri Sudewo, *Manajemen Zakat*, (Ciputat : Institut Manajemen Zakat, 2004),209.

³¹ *Ibid.*, 210.