

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi harus juga menunjukkan taktik operasionalnya. Oleh karena itu agar komunikator pada saat berkomunikasi harus bisa membuat strategi terlebih dahulu agar pesan yang kita sampaikan bisa mencapai target komunikasi yang diinginkan.¹¹

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul dimensi-dimensi komunikasi menyebutkan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management planning*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tersebut yang strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

¹¹ Bagus Ade Tegar Prabawa, "Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluhan Petani Dengan Perilaku Petani Jahe," ed. Ni Komang Sutriyanti (Nilacakra, 2020), hlm. 11.

Selanjutnya menurut Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi terdiri atas dua aspek penting yang kemudian harus dipelajari serta dipahami dengan sangat baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*). Kedua aspek tersebut sangatlah penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya.¹²

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian strategi komunikasi merupakan perencanaan untuk menyusun sebuah tujuan tertentu. Komunikasi juga merupakan hal yang paling penting dalam kehidupan manusia, karena tanpa komunikasi manusia tidak dapat menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain. Tentunya dalam menyusun suatu tujuan perlu melibatkan pemilihan metode, pesan dan saluran komunikasi yang sesuai dengan situasi dan audiens target.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

Pada dasarnya tujuan dari strategi komunikasi ini bahwasannya untuk memastikan bahwa komunikan paham terhadap pesan yang telah ia terima. Oleh karena itu, strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, dari membangun pemahaman, sikap dan perubahan perilaku secara holistik dan sistematis.¹³

¹² Edi Suryadi, "Strategi Komunikasi," ed. Nita Nur M (PT Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 5.

¹³ Astriwati, "Strategi Komunikasi Yang Efektif: Communication For Behaviora Imapet (COMBI) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue," ed. Nisa UI Hikmah, 2021, hlm. 5.

Strategi komunikasi Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas menyebutkan bahwa strategi komunikasi memiliki 4 tujuan.¹⁴ Adapun tujuan dari strategi komunikasi yaitu:

- 1) *To Secure Understanding*. Memberikan pengaruh kepada komunikan melalui penyampaian pesan-pesan yang disampaikan untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi.
- 2) *To Establish Acceptance*. Setelah komunikan menerima dan mengerti pesan yang disampaikan.
- 3) *To Motivate Action*. Tindakan komunikasi selalu memberikan pengertian yang diharapkan dapat mempengaruhi dan mengubah tindakan komunikan sesuai dengan keinginan komunikator.
- 4) *The Goals Which The Communicator Sought To Achieve*. Tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi atau komunikator setelah publik (komunikan) mengerti pesan yang ingin disampaikan, lalu menerima pesan tersebut dalam pikiran, sehingga merubah tingkah laku sesuai dengan keinginan dari komunikator.

c. Sifat Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan komunikasi yang ada di dalamnya. Tentunya ketika direncanakan akan terlihat sumber pesan, pesan, pengolahan pesan, dan bagaimana pesan digunakan dalam proses komunikasi itu sendiri. Dengan demikian,

¹⁴ Menati Fajar Rizki and Muhamad Sabuya, "Strategi Komunikasi Humas Kemenkomarves Dalam Pemberian Informasi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat," *Jurnal Komunikasi dan Media* 7, no. 2 (2023): 176–185.

berbicara sifat strategi komunikasi maka keberadaannya melekat atau terintegrasi dengan berbagai macam perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi sendiri merupakan kajian dari organisasi komunikasi.¹⁵

Dari sifat-sifat tersebut, strategi komunikasi sebenarnya memiliki sifat yang adaptif dengan kondisi dan kajian dari sejumlah objek dalam bidang komunikasi. Strategi komunikasi memang tidak setua kajian komunikasi lainnya. Mengingat strategi komunikasi ini tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan zaman, khususnya dalam industri dan bisnis ekonomi sehingga para pakar komunikasi kemudian memikirkan satu pendekatan efektif dalam konteks komunikasi. Dengan demikian, ada sifat khusus dari keberadaan strategi komunikasi ini, yaitu mencerminkan suatu epistemologi dari semua implementasi model, teori dan jenis komunikasi dengan tujuan menguasai lingkungan komunikasi sehingga mampu memperoleh target komunikasi yang unggul.¹⁶

d. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan kegiatan komunikasi yang disengaja dilakukan oleh suatu organisasi atau lembaga untuk mencapai suatu tujuan dalam rentang waktu yang cukup panjang. Dalam merancang strategi komunikasi, tentunya tidak terlepas dari adanya

¹⁵ Suryadi, "Strategi Komunikasi," hlm. 10.

¹⁶ *Ibid.*

langkah-langkah strategi komunikasi. Menurut Anwar Arifin supaya nilai-nilai dalam berkomunikasi tepat pada sasaran dengan baik, ada langkah-langkah strategi komunikasi yang harus diikuti:¹⁷

a) Mengetahui Khalayak

Mengetahui khalayak menjadi langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang baik. Khalayak itu pun sama bersifat aktif, sehingga komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling berinteraksi saja, namun juga bisa saling mempengaruhi. Dalam proses komunikasi baik komunikator dan khalayak mempunyai kepentingan yang sama. Komunikan tidak hanya menjadi pihak yang akan menerima pesan saja akan tetapi juga harus dapat memahami dan menerjemahkan pesan yang disampaikan komunikator dalam komunikasi.

b) Menyusun Pesan

Dalam waktu yang bersamaan memungkinkan bagi komunikan menerima beragam pesan dari berbagai sumber. Oleh karenanya penyusunan pesan harus dilakukan dengan cermat dan diungkapkan dalam bentuk simbol, yang kemudian diinterpretasikan dan diterima oleh komunikan dalam serangkaian makna yang terkandung di dalamnya agar pesan yang disampaikan memiliki daya tarik bagi komunikan. Menyusun pesan berarti menentukan

¹⁷ Lintang Syauqina and Shofi Salsabila Ichsan, "Strategi Komunikasi Tentang Sosialisasi Ekspor Dan Impor Barang Bawaan Penumpang Oleh Bea Dan Cukai Kepada Penyedia Layanan Jasa Titip," *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* 8, no. 1 (2022): 781.

tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Ada dua rumus yang sesuai dengan hal ini.

Pertama, adalah *procedure* atau *from attention to action procedure*, yang berarti membangkitkan perhatian (*attention*) untuk selanjutnya menggerakkan individu atau kelompok melakukan kegiatan (*action*) sesuai dengan tujuan yang direncanakan.

Kedua, adalah rumus klasik AIDDA, yaitu *attention, desire, decision* dan *action*. Maksudnya adalah penyampaian pesan diawali dengan membangkitkan perhatian (*attention*), kemudian menumbuhkan minat dan kepentingan (*interest*), sehingga khalayak memiliki hasrat (*desire*) untuk menerima pesan yang disampaikan komunikator, dan akhirnya mengambil Keputusan (*decision*) untuk menerapkannya dalam bentuk tindakan (*action*).

c) Menetapkan Metode

Efektivitas dalam suatu komunikasi selain dari kemantapan isi pesan dan disesuaikan dengan kondisi khalayak, dipengaruhi juga oleh metode-metode penyampain yang dilihat dari dua aspek yaitu pelaksanaan dan menurut bentuk isinya. Jika dilihat dari pelaksanaan terdapat dua bentuk, yaitu *Redundancy*, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak dan *Canalizing* yang maksudnya adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau

khalayak.¹⁸ Sedangkan jika ditinjau dari aspek kedua yaitu berdasarkan menurut bentuk isinya, yang terdiri dari beberapa metode, yaitu:

Pertama Informatif, dalam dunia komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan (metode) memberikan penerangan.

Kedua Persuasif, maksudnya adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik-baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya. Metode persuasif merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikasi dengan tidak terlalu banyak berpikir kritis, bahkan kalau khalayak dapat terpengaruh secara tidak sadar.

Ketiga Edukatif, metode edukatif sebagai salah satu cara mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta dan pengalaman-pengalaman.

Keempat Kursif, yang berarti mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Dalam hal ini khalayak dipaksa, tanpa perlu berfikir lebih banyak lagi, untuk menerima gagasan-gagasan atau ide-ide yang dilontarkan. Oleh karena itu pesan dari komunikasi ini

¹⁸ Adelia Masrifah Cahyani, "Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Melayani Dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (2020): 1–16.

selain berisi pendapat-pendapat juga berisi ancaman-ancaman yang bersifat mengintimidasi

d) Penggunaan Media

Dalam memilih media komunikasi untuk menyampaikan informasi atau pesan, maka harus memperhatikan isi dan tujuan pesan tersebut. Penggunaan media sebagai alat penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat saat ini, adalah suatu hal yang merupakan keharusan. Sebab selain media massa dapat menjangkau jumlah besar khalayak, saat ini rasanya kita tak dapat lagi hidup tanpa surat internet, seperti sosial media dan media online lainnya.

e. Strategi Komunikasi dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia, karena segala gerak langkah kita selalu disertai dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang Islami, yaitu komunikasi ber-akhlak *al-karimah* atau beretika. Komunikasi yang berakhlak *al-karimah* berarti komunikasi yang bersumber kepada Al-Qur'an dan hadits (sunnah Nabi).¹⁹

Menurut Toto Tasmara, bahwa komunikasi Islam (dakwah) adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai

¹⁹ Muslimah, M Muslimah Sosial Budaya, and undefined, "Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam," *Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id* 13, no. 2 (2016): 115–125.

ajaran Al-Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai pesan-pesan yang disampaikan. Jadi dari segi proses komunikasi Islam hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikasi atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Sedangkan tujuan komunikasi Islam yaitu mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran agama Islam.²⁰

Proses komunikasi Islam pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, perasaan, kepercayaan, keyakinan, dan tindakan oleh seseorang maupun sekelompok komunikator kepada komunikan yang menerima pesan ajaran Islam. Pada akhirnya pesan ajaran Islam itu dapat diamalkan dengan mendalam dan sempurna baik oleh komunikator maupun komunikan.²¹

²⁰ Muzakkir, "Strategi Komunikasi Islam Dalam Pembentukan Karakter Insan Kampus (Studi Penerapan P3AI Bagi Mahasiswa UTU)," *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2019).

²¹ Muslimin, "Komunikasi Islam," ed. Muhammad Rizal Rumra (Jakarta: Amzah, 2022), hal. 3.

2. Zakat

a. Pengertian Zakat

Zakat secara bahasa **زكاة** adalah bentuk masdar dari kata dasar **زكى** (bersih). Zakat diterjemahkan “barakah” tumbuh, suci/bersih. Sesuatu itu, “zaka” berarti berkembang, sedang seseorang yang dikatakan “zaka” berarti orang baik.²² Zakat diambil dari bahasa Arab yang mengandung arti tumbuh, suci. Islam mewajibkan bagi muslim yang memiliki harta dengan jangka waktu dan *nishab* yang telah ditentukan. Dapat diartikan dengan membayar zakat, muslim yang memiliki harta dapat membersihkan harta yang mereka miliki dan yang tidak memiliki harta dapat terbantu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.²³

Sedangkan secara zakat secara istilah, meskipun para ulama mengemukakannya dengan redaksi yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, akan tetapi prinsipnya sama, yakni zakat adalah pemberian hak kepemilikan atas sebagian harta tertentu kepada orang tertentu yang telah ditentukan oleh syariat, semata-mata karena Allah.²⁴

Para ulama ushuliyin atau ulama fiqh selalu membicarakan zakat di dalam kita-kitab fiqh sesuai dengan pandangan mereka, bahwa zakat merupakan ibadah yang menempati posisi kedua di dalam Islam.

²² Ahmad Sudirman Abbas, “Zakat Ketentuan Dan Pengelolaannya” (Bogor: CV. Anugrahberkah Sentosa, 2017), hlm. 4.

²³ Nurul Jannah, “Asnaf Zakat Menurut Muhammad Abduh Dan Muhammad Rasyid Ridha,” *Transformatif* 6, no. 1 (2022): 77–88.

²⁴ Ahmad Satori Ismail and Dkk, “Fikih Zakat Kontekstual Indonesia,” in *Fikih Zakat Kontekstual Indonesia*, ed. Syahrudin El Fikri (Badan Amil Zakat Nasional, 2018), hlm. 1.

Dari segi fiqh sendiri, zakat berarti “sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya”. Karenanya ulama fiqh selalu membahas zakat dalam pokok bahasan ibadah, setelah pembahasan shalat. Hal ini disesuaikan dengan kebiasaan yang ada dalam Al-Qur’an dan Sunnah.²⁵

Zakat merupakan pilar salah satu pilar agama yang wajib ditunaikan bagi setiap umat Islam yang mampu. Islam menempatkan zakat sebagai rukun Islam, memiliki tujuan yang sangat fundamental dalam kehidupan ekonomi masyarakat yaitu sebagai instrumen kepastian hukum untuk menjamin aliran kekayaan kepada kelompok-kelompok yang membutuhkan yang berguna untuk menyelamatkan jiwa manusia (*hifdz al-nafs*).²⁶

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian zakat adalah mengeluarkan sebagian harta yang diwajibkan Allah SWT untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (mustahik). Zakat juga bisa diartikan mengeluarkan jumlah harta tertentu itu sendiri. Artinya, perbuatan mengeluarkan hak yang wajib dari harta itu pun dinamakan zakat dan bagian tertentu yang dikeluarkan dari harta itupun dikatakan zakat.

²⁵ Hamka M, “Panduan Zakat Praktis,” vol. 53 (Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2013), hlm. 13, <https://jatim.kemenag.go.id/file/file/pdf/urev1425010734.pdf>.

²⁶ Ahmad Dakhoir, “Hukum Zakat Pengaturan Dan Integritas Kelembagaan Pengelolaan Zakat Dengan Fungsi Perbankan Syariah,” ed. Ermanto Fahamsyah (Surabaya: Aswaja Pressido (Members of Laks Bang Group), 2015), 262.

b. Dasar Hukum Zakat

Zakat merupakan salah satu dari rukun Islam yang lima. Zakat adalah ibadah yang unik, selain mengandung *ta'abbudi* (penghambaan) kepada Allah juga memfasilitasi fungsi sosial. Allah telah menetapkan hukum wajibnya, baik dalam Al-Qur'an maupun hadits Nabi Muhammad SAW serta Ijma.²⁷

1) Al-Qur'an

Q.S At-Taubah ayat 103

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

Artinya: Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi, Maha Mengetahui. (Q.S At-Taubah: 103)

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada Rasulullah SAW untuk mengambil zakat dari harta kekayaan mereka guna untuk membersihkan dan mensucikan mereka dari zakat. Yang demikian itu bersifat umum, meskipun sebagian ulama ada yang mengembalikan *dhamir* "hum" (mereka) pada lafadz *amwalihim* (harta mereka) itu kepada orang-

²⁷ Dina Mariana, "Fikih Zakat," ed. Muhammad Sabir, vol. 3 (Sulawesi Selatan: Dirah, 2020), hlm. 5.

orang yang mengakui dosa-dosa mereka dan mencampuradukan antara amal kebaikan dengan perbuatan buruk. Oleh karena itulah, sebagian orang menolak membayar zakat dari kalangan masyarakat Arab, berkeyakinan bahwa pembayaran zakat kepada pemimpin tidak boleh, kalau boleh khusus hanya kepada Rasulullah SAW.²⁸

2) Hadits

Imam Bukhari Muslim telah menghimpun hadits-hadits yang berkaitan dengan zakat, diantara hadits yang paling populer mengenai zakat adalah: *Bunial Islamu ala khamsin syahadatu allailaahailallah waannah Muhammadarrasulullah waiqamishola waaitaa izzakah walhajju washaumaromadona*: hadits tersebut sebagai dari nash as-sunnah yang bersifat umum yang menegaskan tentang kewajiban zakat mal dan zakat fitrah. Sedangkan hadits lainnya bersifat umum menjelaskan sub-sub masalah zakat seperti jenis harta yang wajib di zakati, *nisbah*, *haul*, *asnaf* delapan, dan hal-hal yang berkaitan dengannya.²⁹

Hadits riwayat Imam Bukhari dari Mu'adz bin Jabal, ketika Rasulullah SAW mengutusnyanya untuk pergi ke Yaman, beliau bersabda kepadanya, "*Ajaklah mereka (penduduk Yaman) untuk mengakui bahwasannya tiada tuhan yang wajib disembah selain Allah. Dan bahwasannya aku adalah utusan Allah. Jika mereka*

²⁸ Abdullah bin Muhammad bin Abdulrahman bin Ishaq Al-Sheikh, "Tafsir Ibnu Katsir Jilid 4," 2003, hal. 199.

²⁹ H Ahmad Muhasim, "Anatomi Hukum Zakat Di Indonesia," ed. Kharisma Rindang Sejati (Sanabil, 2020), hlm. 106.

telah mengikuti, maka beritahu kepada mereka, bahwasannya Allah SWT mewajibkan kepada mereka shalat lima waktu sehari semalam. Jika mereka mengikutinya maka beritahu pula kepada mereka, bahwa Allah SWT mewajibkan pada harta mereka sedekah (zakat), yang diambil dari orang kaya mereka dan diberikan kepada orang-orang fakir.”³⁰

3) Ijma

Sepeninggal Nabi Muhammad SAW dan tumpuk pemerintahan dipegang Abu Bakar, timbul kemelut keengganan membayar zakat sehingga terjadi peristiwa “perang riddah”. Kebulatan tekad Abu Bakar sebagai khalifah terhadap penetapan kewajiban zakat didukung oleh para sahabat yang kemudian menjadi ijma.³¹

Adapun dasar Ijma adalah bahwa seluruh Mujtahid bersepakat akan wajibnya zakat. Hal itu terbukti ketika Khalifah Abu Bakar As-Shiddiq ingin memerangi orang-orang yang enggan membayar zakat, tidak ada seorangpun dari para sahabat yang menentang keputusan Abu Bakar As-Shiddiq tersebut. Ini menunjukkan adanya kesepakatan para sahabat tentang kewajiban zakat.³²

³⁰ Didin Hafidhuddin, “Zakat Dalam Perekonomian Modern,” 1st ed. (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 23.

³¹ Abbas, “Zakat Ketentuan Dan Pengelolaannya,” hlm. 18.

³² Ahmad Furqon, “Manajemen Zakat,” 2015, hlm. 15.

c. Macam-Macam Zakat

Secara umum zakat dibagi menjadi dua macam yaitu, zakat fitrah dan zakat maal.

1) Zakat Fitrah

Zakat fitrah dinamakan juga zakat an-nafs, yang berarti zakat untuk mensucikan jiwa di akhir bulan Ramadhan dengan mengeluarkan sebagian bahan makanan yang dapat mengenyangkan menurut ukuran tertentu sebagaimana yang diatur oleh syariat/syara sebagai tanda berakhirnya bulan Ramadhan sebagai pembersih dari hal-hal yang mengotori ibadah puasa.³³

Zakat fitrah adalah zakat diri yang difardhukan atas setiap atas setiap individu laki-laki maupun Perempuan muslim yang berkemampuan dengan syarat-syarat yang ditetapkan. Orang Islam yang wajib mengeluarkan zakat fitrah untuk diri dan keluarga atau tanggungannya yaitu:

- a) Individu yang mampu, mempunyai kelebihan makanan atau harta dari keperluan tanggungannya pada malam dan pagi hari raya.
- b) Anak yang lahir sebelum matahari jatuh pada akhir bulan Ramadhan dan hidup selepas terbenamnya matahari.

³³ Muh. Yusuf Qamaruddin, "Zakat Dan Problematika Distribusi," ed. Harmita Sari (Deepublish, 2020), hlm. 37.

- c) Memeluk agama Islam sebelum terbenam matahari pada akhir bulan Ramadhan.
- d) Seseorang yang meninggal selepas terbenam matahari akhir bulan Ramadhan.

Adapun waktu untuk mengeluarkan zakat fitrah terbagi menjadi lima yaitu:³⁴

- a) Waktu wajib; apabila terbenam matahari terakhir bulan Ramadhan sehingga terbit matahari esoknya.
- b) Waktu yang paling afdal; sebelum shalat hari raya.
- c) Waktu sunnah; sepanjang bulan Ramadhan.
- d) Waktu makruh; selepas shalat hari raya sehingga terbenam matahari pada satu syawal.
- e) Waktu haram; selepas terbenam matahari satu syawal.

Hikmah dari kewajiban zakat fitrah adalah penyucian diri bagi orang yang berpuasa dari kebatilan dan kekotoran, untuk memberi makan kepada orang miskin serta sebagai rasa Syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia hingga bulan Ramadhan.

Adapun tujuan zakat fitrah adalah memenuhi kebutuhan orang-orang miskin pada hari raya idul fitri dan untuk menghibur mereka dengan sesuatu yang menjadi makanan pokok penduduk negeri tersebut. Ketika zakat fitrah dibayarkan dan diserahkan langsung pada fakir miskin sangat utama dibayarkan 1 atau 2 hari

³⁴ *Ibid.*, hlm. 38.

lagi menjelang idul fitri.³⁵ Hal ini berdasarkan hadits “*Dan Ibnu Umar radhiyallahu anhuma memeberikan zakat fitri kepada orang-orang yang berhak menerimanya dan dia mengeluarkan zakatnya itu sehari atau dua hari sebelum hari Raya Idul Fitri*”. (HR. Bukhari no.1511).

2) Zakat Maal

Zakat maal adalah sejumlah harta benda atau kekayaan tertentu yang wajib dikeluarkan guna membersihkan kekayaan dan mensucikan pemiliknya. Zakat maal diwajibkan Allah bagi setiap muslim, jika kekayaan yang dimiliki telah memenuhi ketentuan dan persyaratan syara. Seseorang yang mengaku dirinya muslim, tetapi tidak mau dan tidak pernah berzakat padahal dia mampu, sebenarnya dia termasuk golongan kafir, sekalipun secara lahiriah rajin shalat dan berpuasa dan bahkan tinggi pengetahuannya sebab zakat itu merupakan salah satu rukun Islam.³⁶

Menurut syariat, zakat maal merupakan kepemilikan barang atau sesuatu yang dapat dimiliki atau dikuasai dan dapat digunakan (dimanfaatkan) sebagaimana lazimnya. Zakat maal yang dikenakan disini adalah zakat kekayaan yang harus dikeluarkan dalam jangka waktu satu tahun sekali yang sudah memenuhi *nishab* meliputi zakat

³⁵ Sumar'in Asmawi, “Zakat Sebagai Kekuatan Ekonomi Umat” (Phoenix, 2017), hlm. 31.

³⁶ *Ibid.*, hlm. 40.

hasil ternak, harta temuan, emas dan perak serta hasil kerja (profesi).³⁷

d. Mustahik Zakat

Mustahiq zakat adalah orang-orang yang berhak menerima harta zakat. Allah SWT telah menentukan orang-orang yang berhak menerima zakat di dalam firmanNya:

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَاةِ فُلُؤْبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ
وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya: Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. (Q.S At-Taubah: 60)

Ayat diatas menjelaskan ketika Allah menyebutkan keluhan dan celaan orang-orang munafik yang bodoh itu terhadap Rasulullah SAW yang berkaitan dengan pembagian zakat, maka Allah menjelaskan bahwa dialah yang mengatur pembagian zakat tersebut dan tidak mewakili hak pembagian itu kepada selainnya. Maka Allah

³⁷ Ahmad Hufaidah et al., "Sinergi Pengelolaan Zakat Di Indonesia," ed. Ahmad Dahlan Malik (Scopindo Media Pustaka, 2020), hlm. 5.

membagi-bagikannya diantara mereka yang telah disebutkan dalam ayat tersebut.³⁸

Penerima zakat berdasarkan Q.S At-Taubah ayat 60 terdiri dari delapanan asnaf, yakni sebagai berikut:

1) Fakir

Fakir menurut pemuka ahli tafsir Imam At-Thabari adalah orang dalam kebutuhan, tapi dapat menjaga diri untuk tidak meminta-minta. Sedangkan fakir menurut Imam Mazhab (Imam Maliki, Syafi'I dan Hambali) adalah orang yang tidak memiliki harta atau penghasilan dalam memenuhi keperluannya, seperti sandang, pangan, pangan, tempat tinggal dan segala keperluan pokok lainnya, baik untu diri sendiri ataupun bagi mereka yang menjadi tangguannya.³⁹

2) Miskin

Miskin adalah orang-orang yang memerlukan, yang tidak dapat menutupi kebutuhan pokoknya sesuai dengan kebiasaan yang berlaku. Miskin menurut jumhur ulama adalah orang yang tidak memiliki harta dan tidak mempunyai pencarian yang layak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.⁴⁰

³⁸ Al-Sheikh, "Tafsir Ibnu Katsir Jilid 4," hlm. 149.

³⁹ Ismail and Dkk, "Fikih Zakat Kontekst. Indones.," hlm. 267.

⁴⁰ Hindayatullah, "Fiqh," ed. Khalid Afif (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 2019), hlm. 27.

3) Amil Zakat

Amil zakat ialah semua pihak yang bertindak mengerjakan yang berkaitan dengan pengumpulan, penyimpanan, penjagaan, pencatatan, dan penyaluran atau pendistribusian harta zakat.⁴¹

4) Muallaf

Muallaf adalah orang yang baru masuk Islam dan masih lemah imannya. Menurut Imam Hambali, muallaf adalah orang Islam yang ada harapan imannya akan bertambah teguh atau ada harapan orang lain akan masuk Islam karena pengaruhnya. Imam maliki memiliki dua pendapat tentang muallaf. *Pertama*, orang kafir yang ada harapan masuk Islam. *Kedua*, orang yang baru memeluk Islam. Sementara itu, Imam Syafi’I juga memiliki dua pendapat mengenai muallaf. *Pertama*, orang yang baru masuk Islam dan masih lemah imannya. *Kedua*, orang Islam yang berpengaruh dalam kaumnya, dengan harapan orang disekitarnya akan masuk Islam. Menurut Imam Hanafi, mereka yang tidak diberi zakat lagi dari sejak zaman Khalifah Abu Bakar As-Shiddiq.⁴²

5) Riqab

Riqab adalah memerdekakan budak, termasuk melepaskan muslim yang ditawan oleh orang-orang kafir. Imam Hanafi berpendapat, *riqab* adalah hamba yang telah dijanjikan oleh tuannya

⁴¹ *Ibid.*

⁴² Aden Rosadi, “Zakat Dan Wakaf Konsep, Regulasi, Dan Implementasi” (Simbiosis Rekatama Media, 2019), hlm. 67, [http://digilib.uinsgd.ac.id/21442/1/Hukum Zakat dan Wakaf.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/21442/1/Hukum%20Zakat%20dan%20Wakaf.pdf).

bahwa dia boleh menebus dirinya dengan uang atau dengan harta lainnya. Menurut Imam Maliki, *riqab* adalah hamba muslim yang dibeli dengan uang zakat dan dimerdekakan. Menurut Imam Syafi'i, *riqab* adalah hamba (budak) yang dijadikan oleh tuannya bahwa dia boleh menebus dirinya. Sementara menurut Imam Hambali, *riqab* adalah hamba yang dijanjikan oleh tuannya bahwa dia boleh menebus dirinya dengan uang yang telah ditentukan oleh tuannya.⁴³

6) *Gharimin*

Gharimin adalah orang yang berutang untuk kepentingan yang bukan maksiat dan tidak sanggup membayarnya. Keempat Mazhab memiliki pendapat yang berbeda mengenai *gharimin*. Menurut Imam Hanafi, *gharimin* adalah orang yang mempunyai utang, sedangkan hartanya diluar utang tidak cukup *nishab*. Menurut Imam Maliki, *gharimin* adalah orang yang berhutang, sedangkan hartanya tidak mencukupi untuk membayar utangnya. Menurut Imam Syafi'i, *gharimin* adalah: *pertama*, orang yang berhutang karena mendamaikan orang yang sedang berselisih, *kedua*, orang yang berhutang untuk kepentingan pribadi, dan *ketiga*, orang yang berhutang karena menjamin utang orang lain. Sementara menurut Imam Hambali *gharimin* adalah orang yang berhutang untuk dirinya

⁴³ *Ibid.*, hlm. 68.

sendiri pada pekerjaan yang mubah atau haram, tetapi dia sudah bertobat.⁴⁴

7) *Fi sabilillah*

Fi sabilillah merupakan orang yang berjuang dengan sukarela untuk menegakan agama Allah SWT. Meskipun dia dalam kondisi yang kaya, orang tersebut berhak mendapatkan zakat untuk menambah semangat dalam berjuang menegakan agama Allah SWT. Seperti halnya da'i yang berjuang mendakwahkan ajaran Islam yang baik dan benar di pelosok desa, hutan, pedalaman, dan lain sebagainya.⁴⁵

8) Ibnu Sabil

Ibnu sabil sendiri adalah orang dalam perjalanan untuk keperluan yang baik seperti mencari ilmu, menyiarkan agama dan lain sebagainya. Dalam perjalanannya, orang atau pihak tersebut mengalami kekurangan bekal, sehingga berhak mendapatkan dana zakat supaya bisa kembali melanjutkan perjalanan untuk sampai ke tujuan.⁴⁶

3. Pendayagunaan

a. Pengertian Pendayagunaan

Pendayagunaan berasal dari kata “daya” dan “guna” yang berarti usaha dan manfaat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Hufaidah et al., “Sinergi Pengelolaan Zakat Di Indonesia,” hlm. 18.

⁴⁶ *Ibid.*

pendayagunaan memiliki arti pengusaha agar mampu mendatangkan hasil dan manfaat, serta pengelolaan yang ditunjukkan agar tugas yang dijalankan berjalan dengan baik dan efisien.⁴⁷

Menurut Hasan berpendapat bahwa konsep pendayagunaan merupakan manfaat dan daya atau kemampuan dalam mendatangkan manfaat atau hasil yang dicapai.⁴⁸ Pendayagunaan merupakan bagaimana suatu cara atau usaha dalam mendatangkan hasil dan manfaat yang lebih besar serta lebih baik. Bentuk pendayagunaan merupakan penyaluran zakat yang disertai target merubah keadaan penerima dari kondisi kategori mustahik menjadi kategori muzaki.⁴⁹

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pendayagunaan adalah upaya untuk mendatangkan hasil atau manfaat yang lebih besar dan lebih baik dengan memanfaatkan sepenuhnya segala sumber daya dan potensi yang dimiliki. Pendayagunaan ditujukan untuk mengoptimalkan pemanfaatan potensi yang melekat pada sumber daya yang dimiliki.

b. Jenis-Jenis Pendayagunaan

Dalam pendayagunaan dana zakat, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh pihak penyalur zakat atau lembaga pengelola

⁴⁷ Muhammad Dzil Ghifar and Silvi Asna Prestianawati, "Pengaruh Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Kesejahteraan Mustahik Pada Program Unit Usaha Ekonomi Keluarga," *Islamic Economic And Finance In Focus* 2, no. 1 (2023): 34–42.

⁴⁸ Najmudin Najmudin et al., "Pendayagunaan Zakat Produktif BAZNAS Kabupaten Serang Dalam Pemberdayaan Ekonomi Usaha Mikro Kecil (UMK) Di Masa Pandemi Covid 19," *Mizan: Journal of Islamic Law* 5, no. 2 (2021): 223.

⁴⁹ Musa Armiadi, "Pendayagunaan Zakat Produktif," ed. Nurdin (Lembaga Naskah Aceh, 2020), hlm. 232.

zakat. Hal tersebut termaktub di dalam Keputusan Menteri Agama RI No. 373 tahun 2003 tentang pengelolaan zakat. Adapun jenis-jenis kegiatan pendayagunaan dana zakat:⁵⁰

1) Berbasis sosial

Penyaluran zakat jenis ini dilakukan dalam bentuk pemberian dana langsung berupa santunan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan pokok mustahik.

2) Berbasis Pengembangan Ekonomi

Penyaluran jenis zakat ini dilakukan dalam bentuk pemberian modal usaha kepada mustahik secara langsung maupun tidak langsung, yang pengelolaannya bisa melibatkan maupun tidak melibatkan mustahik. Penyaluran dana zakat ini diarahkan pada usaha ekonomi yang produktif, yang diharapkan hasilnya dapat mengangkat taraf kesejahteraan masyarakat.

Menurut M. Daud Ali pemanfaatan dana zakat dapat dikategorikan menjadi empat bentuk penyaluran sebagai berikut:⁵¹

- a) Pendayagunaan yang konsumtif dan tradisional, dalam kategori penyaluran ini penyaluran diberikan kepada orang yang berhak menerimanya untuk dimanfaatkan langsung oleh yang bersangkutan seperti: zakat fitrah yang diberikan pada fakir

⁵⁰ Ivan Rahmat Santoso, "Manajemen Pengelolaan Zakat" (Gorontalo: Ideas Publishing, 2016), hlm. 68-69.

⁵¹ Armidi, "Pendayagunaan Zakat Produktif," hlm. 233.

miskin untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau zakat harta yang diberikan kepada korban bencana alam.

- b) Pendayagunaan yang bersifat konsumtif kreatif, maksudnya penyaluran dalam bentuk berupa alat-alat sekolah atau beasiswa untuk para pelajar.
- c) Pendayagunaan produktif kreatif, penyaluran pendayagunaan tersebut dalam bentuk barang-barang produktif, seperti pemberian bantuan ternak kambing, sapi, dan juga alat-alat pertukangan, mesin jahit, dan lain sebagainya. Tujuannya yaitu untuk menciptakan suatu usaha atau memberi lapangan pekerjaan bagi fakir miskin.
- d) Pendayagunaan produktif kreatif, pendayagunaan ini mewujudkan dalam bentuk modal yang dapat dipergunakan baik untuk membangun sebuah proyek sosial maupun untuk membantu atau menambah modal seorang pedagang atau usaha kecil.

4. Zakat Produktif

a. Pengertian Zakat Produktif

Secara istilah, zakat produktif memang belum tersosialisasi dengan baik disebabkan kurangnya penerapan dan praktek dari masyarakat itu sendiri. Disamping itu ada keraguan tentang boleh tidaknya sistem tersebut diamalkan atau dengan kata lain masalah ini termasuk dalam hal ijtihad. Dilihat dari segi aplikasi kegiatan ini, dapat

dikatakan sebagai aktivitas-aktivitas usaha masyarakat yang bisa menghasilkan keuntungan atau laba, seperti perdagangan, pertanian, peternakan, pertukangan dan lain sebagainya.

Jika dirujuk kepada Al-Qur'an dan Hadits serta pandangan ulama, kita dapat menemukan suatu pandangan bahwa zakat produktif tersebut dibolehkan, meskipun tidak dikatakan sangat dianjurkan untuk dipraktikkan. Misalnya penafsiran yang bisa dilakukan dalam firman Allah Qur'an surat At-Taubah: 103. Dalam ayat tersebut terdapat lafaz *tuzakkihim* yang berasal dari *zakka*, yang artinya menyucikan dan bisa pula mengembangkan.⁵²

Zakat produktif didefinisikan sebagai zakat dalam bentuk harta atau dana zakat yang diberikan kepada para mustahik yang tidak dihabiskan secara langsung untuk konsumsi keperluan tertentu, akan tetapi dikembangkan dan digunakan untuk membantu suatu usaha, sehingga dengan usaha tersebut dapat memenuhi kebutuhan hidup secara terus menerus. Dengan demikian zakat produktif adalah pemberian zakat yang dapat membuat para penerimanya menghasilkan sesuatu secara terus menerus, dengan harta yang telah diterimanya.⁵³

Berdasarkan UU No, 23 Tahun 2011 dan jika melihat pada tujuan dari zakat sendiri, maka zakat dapat disalurkan bukan hanya dengan cara konsumtif, melainkan juga dengan cara produktif. Sehingga dengan

⁵² Ibid., hlm. 93.

⁵³ Fathan Budiman, "Zakat Produktif Pengelolaan Dan Pemberdayaan Bagi Umat," ed. Muhammaf Fahrudin Yusuf (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 8.

adanya penyaluran zakat produktif tersebut, sehingga dana zakat yang telah dikumpulkan dapat dengan betul-betul dimanfaatkan khususnya pada sektor usaha, yang kemudian nantinya akan memperoleh hasil dan manfaat bagi umat.⁵⁴

Keberadaan zakat produktif khususnya di Indonesia dan negara berkembang lainnya sangat diperlukan, meskipun dengan pola pendayagunaan secara produktif demi untuk menghindari mustahik miskin dari jeratan riba dan untuk memberdayakan ekonomi mereka. Dalam tataran ideal, seharusnya zakat produktif diberikan secara tamlik, namun realitas hari ini di Indonesia, hal itu belum bisa dilakukan seluruhnya mengingat jumlah mustahik masih jauh lebih banyak dibandingkan dengan jumlah muzaki. Apalagi jika dibandingkan dengan kemampuan lembaga zakat dalam melakukan pemungutan terhadap potensi-potensi zakat yang ada. Disisi lain terdapat sebagian besar mustahik yang termasuk dalam kategori usia produktif yang harus dibantu dengan menggunakan program pengentasan kemiskinan.⁵⁵

b. Hikmah dan Tujuan Zakat Produktif

Zakat diambil dari orang kaya dan diberikan kepada mustahik, yang diantaranya adalah orang fakir miskin. Zakat mempunyai beberapa hikmah diantaranya yaitu sebagai berikut:

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ Armidi, "Pendayagunaan Zakat Produktif," hlm. 95.

1) Menyucikan harta

Dengan berzakat harta akan suci dari hak-hak fakir miskin sebagaimana dijelaskan dalam surat At-Taubah ayat 103: “Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.”

Dalam ayat diatas dapat dipahami bahwa pemilik harta yang sesungguhnya ialah Allah yang dititipkan kepada manusia dan harus dibelanjakan sesuai dengan kehendak Allah SWT.

2) Menyucikan jiwa muzaki dari sifat kikir

Zakat membersihkan jiwa dari kotoran dosa secara umum, terutama kotoran hati dari sifat kikir. Orang yang mempunyai sifat kikir biasanya berusaha agar hartanya utuh, walaupun untuk membayar zakat. Ia selalu mengumpulkan harta sebanyak-banyaknya tanpa mempedulikan cara yang dipakai apakah halal atau haram.

3) Membersihkan jiwa mustahik dari sifat dengki

Kesenjangan sosial yang mencolok antara antara orang kaya dan orang miskin akan menimbulkan sifat dengki. Islam memberikan Solusi untuk menghilangkan sifat dengki dari orang miskin dengan memberikan zakat kepada mereka. Dengan demikian yang dapat menikmati karunia Allah itu bukan hanya orang kaya saja

akan tetapi orang miskin juga dapat menikmatinya dengan adanya zakat.

4) Membangun masyarakat yang lemah

Menurut Yusuf Qardhawi secara umum ada dua tujuan dari ajaran zakat yaitu: untuk kehidupan individu dan kehidupan sosial kemasyarakatan. Tujuan dari zakat itu meliputi pensucian jiwa dari sifat kikir, mengembangkan sifat suka akan berinfat dan memberi, mengembangkan akhlak, mengobati hati dari cinta dunia yang terlalu terlena, mengembangkan kekayaan batin dan menumbuhkan rasa simpati dari cinta sesama manusia.⁵⁶

Adapun tujuan zakat produktif dilihat secara umum yakni untuk membersihkan diri dan mensucikan harta benda sehingga pahalanya bertambah dan hartanya diberkahi. Dapat juga dipahami bahwa tujuan zakat dapat diartikan sebagai upaya mengentaskan kemiskinan terhadap mustahik (orang-orang yang dapat menerima zakat), bahkan dapat merubah mereka mustahik menjadi muzaki. Hal tersebut selaras dengan ungkapan Qasim Bukhari dikutip Didin Hafidhuddin, bahwa tujuan zakat dibagi menjadi tiga yaitu membersihkan jasmani dan rohani, memperbaiki taraf hidup manusia, dan meningkatkan taraf kehidupan.⁵⁷

⁵⁶ Moh Toriqqudin, "Pengelolaan Zakat Produktif Perspektif Maqasid Al-Syari'ah Ibnu Asyur," ed. Fathani (Uin Maliki Press, 2015), hlm. 31-32.

⁵⁷ Baiq Ismiati, "Zakat Produktif Tinjauan Yuridis-Filosofis Dalam Kebijakan Publik," 1st ed. (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), hlm. 60.

c. Sistem Pengelolaan Zakat Produktif

Sebuah sistem pengelolaan zakat dilakukan dalam upaya mewujudkan visi zakat yaitu menciptakan masyarakat muslim yang kokoh baik dalam bidang ekonomi maupun non ekonomi. Selanjutnya dalam pelaksanaan zakat tentunya harus sesuai dengan ketentuan agama, maka dari itu diperlukan pengelolaan (manajemen) zakat yang baik, benar dan juga professional.

Keberhasilan zakat sangat tergantung pada pengelolaan yang mampu memberikan manfaat yang signifikan bagi penerima manfaat (mustahik). Zakat harus disalurkan kepada yang berhak (mustahik) sesuai dengan ketentuan menurut agama, dan penyaluran harus dilakukan melalui badan amil zakat yang sah. Pengelolaan yang tepat ialah yang sesuai dengan tujuan dan penyaluran kepada pihak yang berhak sesuai dengan ketentuan agama secara akurat.⁵⁸

Dalam sistem pengelolaan zakat diperlukan beberapa prinsip, antara lain:

- 1) Sistem pengelolaan zakat harus berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah.
- 2) Sistem keterbukaan. Dimana untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat, pihak pengelola harus menerapkan pengelolaannya secara terbuka.
- 3) Menggunakan manajemen dan administrasi yang modern

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 98.

- 4) Badan amil zakat dan lembaga amil zakat harus mengelola zakat dengan sebaik-baiknya.

Selain itu juga amil harus bisa berpegang teguh pada tujuan pengelolaan zakat, antara lain:

- 1) Mengangkat harkat dan martabat fakir miskin serta membantunya keluar dari kesulitan dan penderitaan.
- 2) Membantu pemecahan masalah yang dihadapi oleh para mustahik
- 3) Menjembatani antara yang kaya dan yang miskin dalam suatu masyarakat.
- 4) Meningkatkan Syiar Islam.
- 5) Mengangkat harkat serta martabat bangsa dan negara.
- 6) Mewujudkan kesejahteraan dan keadilan sosial dalam masyarakat.⁵⁹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan menjadi landasan perbandingan dan referensi penting dalam penelitian ini. Penelitian yang relevan dengan penelitian penulis di antaranya:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis; Nama Jurnal	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Tatang Ruhian, Jurnal Ekonomi Islam (2020) ⁶⁰	Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif Untuk Pengentasan Kemiskinan	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pendayagunaan zakat produktif LAZISMU menyalurkan zakat

⁵⁹ Said Insyah Mustafa, "Zakat Produktif & Penanggulangan Keiskinanan Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Rakyat," ed. MF Rohman (Media Nusa Crea, 2017), hlm. 74.

⁶⁰ Tatang Ruhian, "Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif Untuk Pengentasan Kemiskinan (Implementasi Indeks Zakat Di LAZISMU)," *Malia (Terakreditasi)* 11, no. 2 (2020): 277–288.

		(Implementasi Indesk Zakat di LAZISMU)	produktif dalam hal pemberdayaan ekonomi. Kemudian selain menyalurkan zakat produktif, LAZISMU juga melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap mustahik dalam menggunakan dana zakat produktif yang diterima.
	Perbedaan Penelitian	Pada penelitian ini dilakukan di lembaga zakat yang berbeda yaitu LAZISMU. Kemudian dalam penelitian ini lebih mengarah terhadap strategi pendayagunaan zakat produktif. Sedangkan penulis melakukan penelitiannya di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya, dan juga penelitian penulis lebih ke strategi komunikasi pendayagunaan zakat produktif.	
	Persamaan Penelitian	Sama-sama membahas mengenai pendayagunaan zakat produktif dalam hal pemberdayaan ekonomi.	
2	Ridwan Munir, Muhyi Abdullah, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY) (2022) ⁶¹	Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Garut Perspektif Hukum Ekonomi Islam	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam strategi BAZNAS Kabupaten Garut dalam mendayagunakan zakat produktif melalui program Garut Makmur, yang merupakan dana zakat yang diberikan berupa bentuk modal untuk mengembangkan usaha. Dalam pendayagunaan dana zakat dalam pelaksanaannya mustahik menjalankan usahanya, Kemudian BAZNAS memberikan pengawasan, pelatihan dan

⁶¹ Ridwan Munir and Muhyi Abdullah, "Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif Oleh Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Garut Perspektif Hukum Ekonomi Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)* 1, no. 1 (2022): 258–266.

			pendampingan kepada para mustahik.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini dilakukan di Badan Amil Zakat (BAZNAS) Kabupaten Garut, dan tahun penelitian berbeda.	
	Persamaan Penelitian	Sama-sama membahas mengenai pendayagunaan zakat produktif, dengan menyalurkan dana zakat berupa modal usaha.	
3	Ismar, Rahmat Daim Harahap, Nurlaila Hasibuan Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam (2023) ⁶²	Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif untuk Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Era Pandemi Covid-19: Studi Kasus pada LAZNAS IZI Sumut	Hasil penelitian strategi yang dilakukan oleh LAZNAS IZI Sumut dalam pemberdayaan ekonomi mustahik di masa pandemi covid-19 ini yaitu dengan memaksimalkan penghimpunan zakat dengan memanfaatkan media online, melakukan pengawasan secara intensif terhadap keberlangsungan program. Pengaruh pendayagunaan zakat produktif ini terhadap pemberdayaan ekonomi mustahik di masa pandemi covid-19 ini sangat besar, hal ini bisa dilihat dari tingkat pendapatan mustahik sesudah dan sebelum mendapatkan dana zakat. Adapun faktor penghambat dalam pendayagunaan zakat produktif selanjutnya akan diatasi dengan strategi-strategi baru dan faktor pendukung sehingga ekonomi mustahik dapat berdaya.

⁶² Imsar, Rahmat Daim Harahap, and Nurlaila Hasibuan, "Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Era Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pada LAZNAS IZI Sumut," *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no. 4 (2023): 857–858.

	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pemberdayaan zakat produktif melalui program ekonomi yang terdiri dari lima program diantaranya program lapak berkah, pelatihan menjahit, pelatihan desain dan rumah sehat holistik, kemudian tambahan program yang masih dirintis selama dua bulan yaitu program bina ternak.
	Persamaan Penelitian	Sama-sama membahas mengenai strategi pendayagunaan zakat produktif melalui program ekonomi yang bertujuan mustahik penerima manfaat zakat produktif bisa bertransformasi menjadi muzaki.
4	Muhammad Zen, Muhammad Hafizul Aripin Journal of Islamic and Educational Research (2023) ⁶³	Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Pemberdayaan Ekonomi BAZNAS dalam Dakwah Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah zakat hingga 326,7 triliun rupiah pada laporan tahunan Baznas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberadaan BAZNAS sebagai lembaga yang memainkan peran kunci dalam pemberdayaan ekonomi dan penukaran kewajiban muslim dalam berzakat. Melalui program-program yang tepat, Baznas dapat menjadi agen yang efektif dalam mewujudkan pemerataan ekonomi dan memenuhi hak serta kewajiban umat muslim.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam menyampaikan dakwah pemberdayaan ekonomi.
	Persamaan Penelitian	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif

⁶³ Muhamad Zen and Muhammad Hafizul Aripin, "Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Pemberdayaan Ekonomi Baznas Dalam Dakwah," *AL-KARIM: Journal of Islamic and ...* 1 (2023): 1–10.

5	Syahrul Amsari Jurnal Ekonomi Islam (2019) ⁶⁴	Analisis Efektivitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Mustahik (Studi Kasus LAZISMU Pusat)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari indikator pemberdayaan mustahik, dampak pemberdayaan mustahik program Bina Ekonomi Keluarga Amanah yaitu, sebanyak 14 orang mustahik dari 14 orang responden yang berdaya dari segi peningkatan pendapatan, 14 orang dari 14 responden berdaya dari segi pelaksanaan etika bisnis Islam, dan 14 orang dari 14 responden berdaya dari segi pembayaran ZIS dari hasil ini bahwa ZIS telah efektif dalam pemberdayaan mustahik.
Perbedaan Penelitian		Penelitian ini membahas mengenai efektivitas pendayagunaan zakat produktif. Sedangkan penulis membahas mengenai strategi komunikasi pendayagunaan zakat produktif.	
Persamaan Penelitian		Sama-sama membahas mengenai pendayagunaan zakat produktif melalui program ekonomi yang bertujuan untuk memberikan lapangan kerja baru terhadap mustahik yang belum memiliki pekerjaan.	

Nilai kebaruan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang ada pada tabel di atas hampir sama dengan penelitian sebelumnya. Sehingga kebaruan disini bersifat mengembangkan penelitian sebelumnya karena terdapat perbedaan dengan peneliti terdahulu. Di penelitian sebelumnya, pembahasan mengenai judul ini terlalu luas membahas mengenai strategi

⁶⁴ Syahrul Amsari, "Analisis Efektifitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Mustahik (Studi Kasus LAZISMu Pusat)," *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2019).

pendayagunaan zakat produktif. Namun dalam penelitian ini penulis menganalisis strategi komunikasi pendayagunaan zakat produktif pada program *Z-Chicken* dan objek penelitian yang penulis akan lakukan yaitu di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan gambaran visual atau konseptual yang dibuat dalam suatu penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan teori yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan berdasarkan pengutipan yang benar.

Strategi komunikasi sering diartikan sebagai suatu keputusan mengenai tindakan yang akan dilakukan guna mencapai tujuan dengan perumusan tujuan yang jelas dengan menimbang kondisi dan sasaran yang dituju. Strategi komunikasi harus disusun secara efektif sehingga taktik secara operasional dan manajemen komunikasi dapat disesuaikan dengan faktor yang didukung, untuk mencapai komunikasi yang efektif perlu memahami sifat-sifat komunikasi.

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan pengkajian mengenai strategi komunikasi Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tasikmalaya dalam pendayagunaan dana zakat produktif dengan teori langkah-langkah strategi komunikasi sebagai pedoman pada penelitian ini yang dikemukakan oleh Anwar Arifin yaitu:⁶⁵

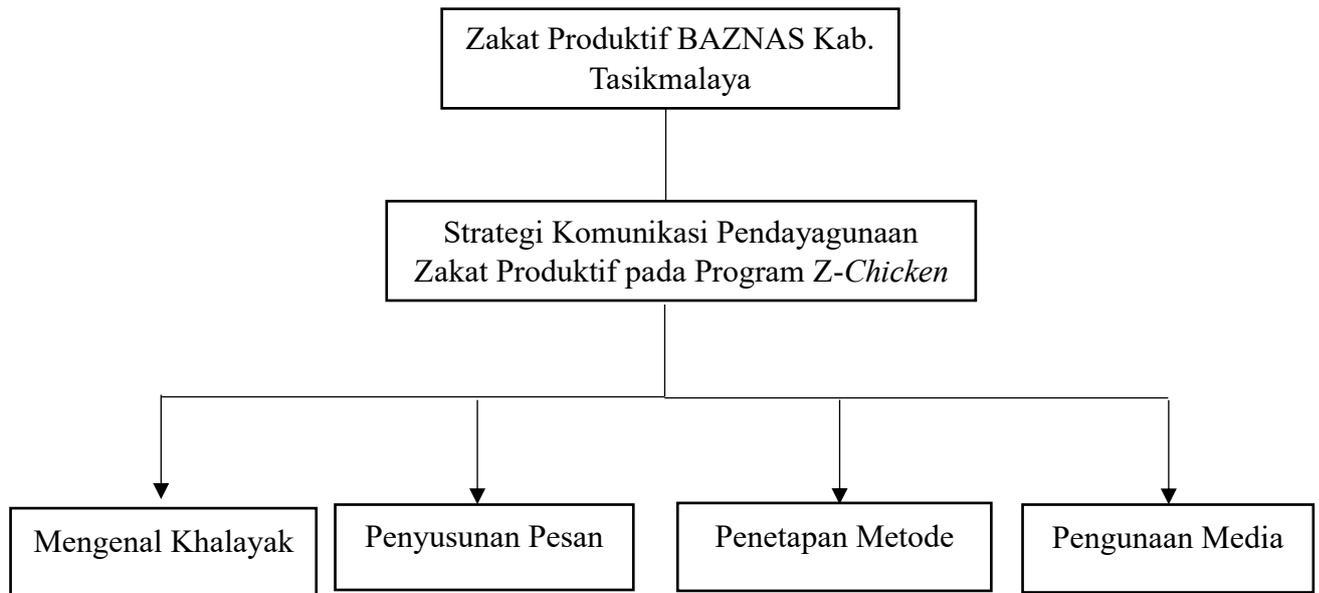
⁶⁵ Syauqina and Ichsan, "Strategi Komunikasi Tentang Sosialisasi Ekspor Dan Impor Barang Bawaan Penumpang Oleh Bea Dan Cukai Kepada Penyedia Layanan Jasa Titip."

- 1) Mengenal Khalayak, mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang baik. Dalam proses komunikasi baik komunikator dan khalayak mempunyai kepentingan yang sama. Dalam mengenal khalayak tentunya BAZNAS harus melakukan sosialisasi terhadap program *Z-Chicken* ini, kemudian melakukan observasi agar bisa melihat terlebih dahulu calon mustahik untuk dapat menerima program *Z-Chicken* ini agar tetap pada sasarannya.
- 2) Menyusun Pesan, penyusunan pesan harus dilakukan dengan cermat dan diungkapkan dalam bentuk simbol, yang kemudian diinterpretasikan dan diterima oleh komunikan dalam sebagian makna yang terkandung di dalamnya agar pesan yang disampaikan memiliki daya tarik bagi komunikan. Untuk menyusun sebuah pesan tentunya harus melihat subjek dan tujuannya yang jelas dengan begitu pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh komunikan.
- 3) Menetapkan Metode, efektivitas dalam suatu komunikasi selain dari kemantapan isi pesan dan disesuaikan dengan kondisi khalayak, dipengaruhi juga oleh metode-metode penyampaian yang dilihat dari dua aspek pelaksanaan dan menurut bentuk isinya. Dalam metode penyampaian pesan berdasarkan keberlangsungan komunikasi, pada dasarnya terdapat dua jenis yaitu secara langsung tanpa adanya perantara orang ketiga ataupun media komunikasi, dan secara tidak langsung yang mana proses komunikasinya dilaksanakan dengan adanya bantuan pihak ketiga ataupun alat-alat media komunikasi.

4) Penggunaan Media, dalam memilih media komunikasi untuk menyampaikan informasi atau pesan, maka harus memperhatikan isi dan tujuan pesan tersebut. Penggunaan media yang dilakukan BAZNAS tentunya harus dapat menjadi daya tarik dan mudah dipahami oleh mustahik dalam menjalankan komunikasinya. Media yang digunakan program *Z-Chicken* ini bisa berupa media online dengan menggunakan sosial media, seperti Instagram, WhatsApp dan lain-lain. Kemudian juga media yang digunakan bisa secara langsung penyampaiannya untuk menghindari mustahik yang kurang paham dalam menggunakan teknologi.

Berdasarkan kajian teori yang penulis bahas, penulis mencoba untuk mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dari pikiran sehingga terbentuk rancangan yang tetap untuk dapat diteliti dan dianalisis. Dalam hal ini penulis meneliti strategi komunikasi pendayagunaan zakat produktif pada program *Z-Chicken* BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya. Oleh karena itu pihak BAZNAS dapat melakukan langkah-langkah strategi komunikasi untuk menyalurkan bantuan dari program *Z-Chicken* kepada mustahik yang menerimanya.

Dari kajian teori diatas, maka dapat menggambarkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini, sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran