BAB II
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Adapun penelitian yang menjadikan tinjauan pustaka diantaranya, Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Swadaya Ummah Dalam Meningkatkan Jumlah *Muzakki* Di Pekanbaru.[1] Penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Hidayat menggunakan teknik analisis data interaktif, melalui perluasan partisipasi dan triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Swadaya Ummah, mengelompokkan sasaran khalayak berdasarkan pendidikan, pekerjaan, dan lingkungan tempat tinggal. Melalui penggunaan pemilihan media komunikasi langsung atau tatap muka, media internet dan media massa. Komunikasi pesan yang disampaikan bersifat informatif dan bersifat persuasif edukatif.

Analisis Strategi Penghimpunan Dana Dalam Mencapai Target Penerimaan Dana Zakat (Studi pada LAZ Dompet Dhuafa Cabang Jatim).[2] Penelitian yang dilakukan oleh Kuni Zakiyah Amin ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan analisis yang bersifat induktif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi penerimaan dana zakat dalam penghimpunan dana (*fundraising*) dompet dhuafa mencapai target melalui tiga unsur strategi,

---

[1] Rahmi Hidayah. *Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Swadaya Ummah Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Di Pekanbaru* (Riau: Universitas Riau 2015)

[2] Kuni Zakiyah Amin. *Analisis Strategi Penghimpunan Dana Dalam Mencapai Target Penerimaan Dana Zakat (Studi pada LAZ Dompet Dhuafa Cabang Jatim)*. (Surabaya: UIN Sunan Ampel 2014)

yaitu layanan, strategi komunikasi dan *event*. Serta dua metode yang digunakan yaitu *Bellow the Line dan Above the Line*. Sedangkan untuk upaya memaksimalkan potensi zakat dompet dhuafa Jatim dengan membentuk kerelawanan (Dompet Dhuafa *Volunter*), melaksanakan *event* dan menjalin kemitraan.

Strategi Komunikasi *Customer Relationship Management* Lembaga Amil Zakat Dompet Dhuafa Dalam Menjaga Loyalitas Donatur.[3] Penelitian ini dialkukan oleh Danang Budi Utomo dengan menggunakan teori *Customer Relationship Management* (CRM) yang dikemukakan oleh E Clow dan Donald Baack, dimana strategi komunikasi salah satunya bertujuan untuk membangun loyalitas jangka panjang. Hasilnya menunjukan bahwa strategi komunikasi yang efektif dalam menjaga loyalitas donatur yaitu dengan melakukan klarifikasi donatur, membuat laporan secara berkala ,audit keuangan, menyempurnakan standarisasi layanan dan membangun komunikasi pro aktif.

Strategi Dompet Dhuafa Sumatera Selatan dalam Menarik Minat Donatur untuk menyalurkan Bantuan Dana Zakat Infak Sadaqah Wakaf (ZISWAF).[4] Penelitian yang dilakukan Ririn Nur Hidayah dapat disimpulkan bahwa metode yang dilakukan untuk strategi menarik minat donatur yaitu dengan

---

[3] Danang Budi Utomo. Strategi Komunikasi Customer Relatoinship Management Lembaga Amil Zakat Dompet Dhuafa Dalam Menjaga Loyalitas Donatur. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2014)

[4] Ririn Nur Hidayah, *Strategi Dompet Dhuafa Sumatera Selatan dalam Menarik Donatur untuk Menyalurkan Dana Zakat Infak Sadaqah Wakaf (ZISWAF)*. (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah 2017). Vol. 6

menggunakan budaya kerja lembaga yang terbuka atau transparan, jujur, profesional dan menggembangkan kreatifitas dan inovasi sesuai dengan teori kotler dan keller, yaitu lima metode yang digunakan adalah *advertising, personal selling, direct selling, public relations,* dan *events and experience.*

Adapun penelitian yang berjudul Implementasi *Integrated Marketing Communication* pada Pengumpulan Donasi Masyarakat Program Ramadhan di Lembaga Dhuafa Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2017 / 1438 H.[5] Penelitian yang dilakukan Muhammad Fauzi Haidar Hilmy menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, menunjukkan komunikasi pemasaran yang diterapkan Dompet Dhuafa dengan model dari saluran komunikasi yaitu, pemasaran langsung (*direct marketing*), pemasaran personal (*personal selling*), promosi even (*event promotion*), periklanan (*advertising*), interaktif / pemasaran internet (*interactive / internet marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas / hubungan publik (*publicity / public relations*).

Kemudian adapun skripsi dengan judul Strategi Promosi Peningkatan Donatur di Yayasan Al-Jihad Surabaya Melalui Acara Bengkel Hati di Radio El Victor. [6] Penelitian yang dilakukan Ali Mahfudin berfokus pada bagaimana strategi promosi Yayasan Al-Jihad melalui Radio dalam meningkatan donatur,

---

[5] Muhammad Fauzi Haidar Hilmy, *Implementasi Integrated Marketing Communication Pada Pengumpulan Donasi Masyarakat Program Ramadhan di Lembaga Dhuafa Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2017 / 1438 H.* (Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 2017).

[6] Ali Mahfudin, *Stategi Promosi Peningkatan Donatur di Yayasan Al-Jihad Surabaya Melalui Acara Bengkel Hati Di Radio El Victor*. (Surabaya: UIN Sunan Ampel. 2012).

dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menyimpulakan bahwa strategi promosi dilakukan dengan menggunakan Radio. Strategi promosi Yayasan Al-Jihad ini dirasa efektif dan efisien utuk meningkatkan donatur. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah donatur yang semula 376 menjadi 677 donatur. Melalui promosi dengan media radio ini mempermudah masyarakat mengenal dan mengetahui tentang Yayasan Al-Jihad Surabaya.

Strategi Membangun Kepuasan Donatur Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Azhar Peduli Ummat.[7] Dilakukan oleh Husni Ismail R ini menyimpulkan bahwa strategi yang dilakukan LAZ Al-Azhar Peduli Ummat dengan memberikan pelayanan yang ramah dan mudah berzakat kepada para amil, mensosialisasaikan program-program terbaru, memelihara keloyalan dan kepercayaan donatur serta memberikan laporan tepat waktu dan jelas kepada para donatur. Melalui penerapan strateginya, memberikan pengaruh terhadap peningkatan dana Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS) di Al-Azhar Peduli Ummat, karena kepuasan terhadap pelayanan sehingga mendorong donatur untuk kembali menyumbangkan dananya.

Mengenai komunikasi organisasi non profit dengan judul Strategi Komunikasi Organisasi Non Profit dengan Menggunakan Media Sosial (Studi Kasus Strategi Komunikasi Animal Defenders dengan Menggunakan Instagram

[7] Husni Ismail R, *Strategi Membangun Kepuasaan Donatur Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Azhar Peduli Ummat*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2010).

untuk Mendapatkan *Adopter*). [8] Penelitian dilakukan oleh Rachel Yolanda menggunakan penelitian kualitatif dengan paradigma postpositivik, hasilnya bahwa strategi komunikasi oleh Animal Defenders melalui instagram ialah strategi yang efektif untuk memperoleh *Adopter*, dari pada menggunakan *twitter* dan *facebook*. Penggunaan instagram dirasa lebih *simple* dengan hanya *follow* pada akun tersebut, melalui fitur tulisan yang *to the point* dan visual. Sehingga pengikut (*followers*) mudah melihat isi pesan yang disampaikan oleh *Animal Defenders*, memperluas informasi melalui penyebaran *hastag*. Sebaliknya apabila menggunakan *Facebook*, lebih menyusahkan dalam mendapatkan informasinya, dengan *Twitter* pemberian informasinya terlalu singkat.

Strategi Komunikasi Public Relations Mizan Amanah dalam Meningkatkan Minat Para Donatur. [9] Hasil penelitian yang dilakukan oleh Adam Noor bahwa *public relations* Mizan Amanah belum melaksanakan strategi belum terstruktur dengan baik dalam meningkatkan minat donatur.

Bentuk Loyalitas Donatur pada Organisasi Filantropi. [10] Hasil penelitian yang dilakukan Tanti Handriana bahwasanya donatur yang mempunyai

---

[8] Rachel Yolanda, Strategi Komunikasi Organisasi Non Profit dengan Menggunakan Media Sosial (Studi Kasus Strategi Komunikasi Animal Defenders dengan Menggunakan Instagram untuk Mendapatkan *Adopter*). (Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara. 2016).

[9] Adam Noor, *Strategi Komunikasi Public Relations Mizan Amanah dalam Meningkatkan Minat Para Donatur*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2014).

[10] Tanti Handriana, *Bentuk Loyalitas Donatur pada Organisasi Filantropi*. (Surabaya: Universitas Airlangga. 2015) Tahun 8 No. 3.

kepercayaan besar pada organisasi, komitmen relasional yang tinggi, serta rasa terima kasih pada organisasi filantropi mempunyai perilaku loyal, hal itu terlihat pada kemauan donatur terus memberikan uangnya untuk didonasikan. Bentuk loyalitasnya ialah kemauan untuk terus berdonasi pada organisasi non profit, tidak beralih ke organisasi lain, dan berkenan menyumbangkan hal lain selain uang, seperti tenaga dan fikiran jika memang organisasi memerlukannya.

B. Kerangka Teori

1. Strategi Komunikasi

a. Pengertian

Pada mulanya istilah startegi digunakan dalam dunia militer dengan diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan suatu peperangan. Seorang yang berperan dalam mengatur startegi, untuk memenangkan peperangan sebelum melakukan suatu tindakan, tentunya dengan menimbang bagaimana kekuatan pasukan yang dimilikinya, dilihat dari kuantitas maupun kualitas.[11]

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani *strategos* berarti "seni umum". Kata *strategos* mempunyai makna salah satunya sebagai keputusan melakukan suatu tindakan untuk jangka waktu

[11] Wina Sanjaya, *Strategi Pembelajaran Standar Proses Pendidikan*. (Jakarta: Kencana 2006). hlm. 125

yang panjang dengan segala akibatnya. Maka konsep staretegi dapat digunakan untuk menjembatani kebijakan dan taktik. [12]

Alo Liliweri mengutip Kenneth Andrews dalam bukunya The Concept of Corporate Strategy, dikatakan bahwa strategi perusahan adalah pola dari suatu keputusan yang sangat menentukan dan dapat mengungkapkan arah, sasaran, dan tujuan melalui penetapan kebijakan dan rencana utama perusahaan untuk mencapai tujuan. [13]

Strategi komunikasi yang baik yaitu strategi yang dapat menempatkan atau menetapkan posisi seseorang secara tepat ketika berkomunikasi, sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan.[14] Keberadaan strategi tidak lepas dari tujuan ingin dicapainya, strategi dapat katakan sebagai jembatan yang menghubungkan kebijakan dengan sasaran.

Maka strategi yang menjelaskan, dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan tujuan komunikasi dalam rumusan yang baik. Karenanya, strategi komunikasi selalu dihubungkan dengan pesan apa yang harus disampaikan, bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut, serta bagaimana dampak pesan tersebut. [15]

---

[12] Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. (Jakarta: Kencana 2011). hlm. 241

[13] *Ibid*. hlm. 243

[14].*Ibid*. hlm. 238

[15]*Ibid*. hlm. 240

Danang Budi Utomo mengutip Fred R David dalam bukunya, Manajemen Strategi Konsep, mengatakan bahwa strategi komunikasi ialah perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi perlu memperlihatkan bagaimana operasionalnya secara praktis yang harus dilakukan. Dalam artian, pendekatannya dapat berbeda-beda terkait akan suatu kondisi dan situasi. [16]

Strategi komunikasi suatu lembaga dan organisasi dilakukan untuk menghasilkan dampak yang sangat besar, dalam meningkatkan ataupun membangun citra positif dengan menunjuk pada sebuah perencanaan untuk mencapai sesuatu. Dapat disimpulkan bahwa strategi digunakan untuk memperoleh kesuksesan atau keberhasilan dalam mencapai tujuan. Dalam menyusun strategi perlu memperhitungkan berbagai faktor, baik ke dalam maupun keluar. Demikian pula halnya dengan strategi yang dilakukan oleh lembaga pengelola zakat. Melalui strategi komunikasi yang tepat untuk menarik para donatur agar

---

[16] Danang Budi Utomo, *Strategi Komunikasi Customer Relatoinship Management Lembaga Amil Zakat Dompet Dhuafa Dalam Menjaga Loyalitas Donatur*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2014). hal. 29-30

mendonasikan dananya kepada lembaga tersebut. Sehingga program-program didalamnya dapat berjalan lancar dan dapat menyalurkan donasi sesuai dengan yang telah ditetapkan.

b. Fungsi

Strategi pada hakikatnya ialah perencanaan *(planning)* dan manajemen *(management)* untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.[17]

Demikian pula strategi komunikasi sangat menentukan sejauh mana kita mengerahkan seluruh kekuatan dan sumber daya demi tercapainya visi dan misi komunikasi.[18] Dalam hal ini strategi komunikasi tentunya sangat diperlukan, karena kegiatan komunikasi yang efektif dapat dilihat dari berhasil tidaknya ditentukan oleh strategi komunikasi.

Strategi juga dapat dikatakan sebuah upaya pimpinan organisasi untuk bisa melaksanakan suatu program komunikasi dengan upaya untuk menghilangkan pendapat negatif tentang

---

[17] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2013). hlm. 32

[18] Alo Liliweri, *Ibid*., hlm. 254

organisasi ataupun lembaga serta dapat meningkatkan citra positif lembaga dimata publik.

Tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi memiliki tiga tujuan utama, yaitu *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. *To establish acceptance*, bila mana komunikan daapat mengerti dan menerima, maka penerimanya harus dibina. Selanjutnya *to motivate action*, yang pada akhirnya kegiatan dimotivasikan.

Tidak hanya strategi yang menjadi penting, akan tetapi orang yang menyampaikan pesan, yaitu komunikator, tentunya ikut menentukan berhasilnya komunikai karena komunikator mempunyai peranan yang sangat penting. Hal ini melibatkan komunikator dengan segala kemampuannya dan komunikan dengan segala ciri dan sifatnya.

2. Zakat, infaq dan Sedekah

Kata zakat ditinjau dari segi bahasa, merupakan kata dasar (masdar) dari zaka yang berarti berkah, tumbuh, bersih, dan baik. Sedangkan zakat menurut istilah fikih ialah sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak. Seseorang yang mengeluarkan harta dengan jumlah tertentu diambil

dari kekayaan maka itu disebut zakat, karena yang dikelurkan itu. [19] Zakat ialah hak berupa harta (tertentu) yang wajib dikeluarkan untuk dikasihkan kepada orang tertentu yang berhak, dan juga dalam waktu tertentu. [20]

Zakat ialah satu bagian dari bingkai teologis dimana pada praktisnya merupakan bentuk "pengembalian sebagian harta yang didalamnya" terdapat milik orang lain.[21]

Menunaikan zakat adalah kewajiban bagi setiap umat islam, zakat berguna untuk mensucikan harta, sedangkan dengan shalat untuk mensucikan hati, dengan berzakat kita telah menyempurnakan agama, berfungsi sebagai pembuka pintu rezeki dan merupakan bentuk peduli dan berbagi.[22]

Hal tersebut menjadikan zakat sebagai ibadah *maaliyyah al-ijtima'iyyah* yakni ibadah dengan harta yang mempunyai fungsi penting , strategis, serta menentukan dalam membangun kesejahteraan masyarakat.[23]

---

[19] Yusuf Qardawi, *Hukum Zakat : Studi Komparatif Mengeni Stastus dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an dan Hadis / oleh Yusuf Qardawi, diterjemahkan dari Bahasa Arab oleh Salman Harun, Didin Hafidhuddin, Hasanuddin*. (Bogor : Pustaka Litera AntarNusa. 2002). hlm. 34.

[20] Gus Arifin, Zakat, Infak, Sedekah. (Jakarta: Elex Media Komputido. 2011). hlm. 6

[21] Muhammad Fauzy Haidar Hilmi. *Ibid*. hlm. 34

[22] *Ibid*. hlm. 19-20

[23] Didin Hafidhuddin , Zakat dalam Perekonomian Modern . (Jakarta: Gema Insani. 2002). hlm 15

Kewajiban seorang untuk berzakat telah diatur oleh Allah SWT dalam Al – Qur'an. Allah SWT berfirman dalam surat Al – Baqarah: 274 :

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

> Orang-orang yang menafkahkan hartanya di malam dan di siang hari secara tersembunyi dan terang-terangan, maka mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati.[24]

Zakat dibagi menjadi dua bagian menurut Al- Quran dan hadis yakni zakat harta (zakat maal) dan zakat jiwa (zakat nafs). Zakat harta dapat berupa zakat perak, emas, harta perniagaan, binatang ternak, dan hasil tumbuh-tumbuhan. Sedangkan untuk zakat jiwa yakni beupa zakat yang dikeluarkan di bulan ramadhan dan menjelang idul fitri oleh setiap muslim. Harta yang wajib dikeluarkan zakatnya ada 5 jenis yakni emas dan perak, hewan ternak, buah-buahan, tanaman-tanaman dan harta dagangan. [25]

Sedangkan Infaq berasal dari kata *anfaqa* berarti mengeluarkan sesuatu guna kepentingan sesuatu pula. Menurut terminologi, infaq

---

[24] Al – Qur'an Surat Al – Baqarah : 274. Diakses melalui https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-274. Pada tanggal 9 Mei 2018. Pukul 10.00.

[25] Yusuf Qardawi, Hukum Zakat : Study Komperatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an dan Hadist. hlm. 207.

ialah mengelurakan sebagian harta atau pendapatan untuk sesuatu keperluan yang diperintahkan dalam ajaran agama Islam. [26] Infaq dapat berupa zakat maupun non zakat, dapat bersifat wajib dan tidak wajib. Infaq wajib yaitu berupa zakat, nadzar dan kafarat. Sedangkan yang tidak wajib yaitu infaq bencana alam dan infaq kepada fakir miskin.

Dasar hukum infaq banyak dijelaskan dalam Al- Qur'an surat Az - Zariyat yaitu:

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

> Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian. [27]

Berbeda dengan zakat, infaq tidak ditentukan jumlahnya, jenisnya dan waktunya. Artinya infaq dapat diberikan sewaktu-waktu dengan jumlah yang telah dikehendakinya. Diberikan kepada siapapun tanpa harus melalui mustahik, dengan tujuan sebagai wujud iman kepada Allah SWT untuk memperoleh ridha dan karunia Allah SWT.

---

[26] Yuswar Z.B, dkk., Zakat, Infak, Sedekah. (Jakarta: Universitas Trisakti. 2015). hlm. 25

[27] Al – Qur'an Surat Az -Zariyat :19. Diakses melalui https://tafsirq.com/topik/az+zariyat+19. Pada tanggal 12 April 2018. Pukul 11.00

Sedangkan sedekah berasal dari kata *shadaqa* yang artinya benar. Sama halnya dengan pengertian infaq, sedekah mempunyai arti kata yang luas menyangkut hal bersifat nonmaterial. [28] Sedekah dalam konsep Islam memiliki arti yang luas, tidak terbatas hanya pada pemberian sesuatu yang berupa materil kepada orang- orang miskin. Akan tetapi sedekah mencakup seluruh perbuatan kebaikan, baik berupa fisik atau non fisik. [29]

Pengertian sedekah ialah pemberian yang diberikan orang-orang yang dikehendakinya dengan rasa ikhlas karena Allah SWT.[30] Perintah sedekah terdapat Al-Qur'an. Allah SWT berfirman dalam Surat An – Nisa' : 114 :

لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِنْ نَجْوَاهُمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ ۚ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَٰلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا

Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma'ruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar. [31]

---

[28] Yuswar Z. B, dkk., Zakat, Infak, Sedekah. (Jakarta: Universitas Trisakti. 2015). hlm. 33

[29] Ahmad Sangid, *Dahsyatnya Sedekah*. (Jakarta: Qultum Media. 2008). hlm. 25.

[30] Arifin Omar, Sedekah: Jaminan Keharmonian Umat menurut Sunah. (Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn Bhd. 2006). hlm. 2

[31] Al – Qur'an 4 : 114.

Sering zakat wajib dalam Al-Qur'an disebut juga sebagai sedekah, artinya apabila seseorang telah membayarkan kewajiban zakat, seseorang itu juga diharapkan masih melakukan sedekah dan berinfak kepada orang-orang yang membutuhkan.

3. Donatur

a. Pengertian Donatur

Pembahasan donatur di sini berkaitan dengan seseorang yang mengeluarkan hartanya (*muzakki*) atau yang mendonasikan hartanya kepada lembaga pengelola zakat untuk kemudian disalurkan kepada yang berhak menerima. Pengertian donatur ini tidak banyak ditemukan dalam buku maupun refensi lainnya secara umum, karena itu dalam penulisan ini mengambil refensi dari situs-situs internet yang berkaitan untuk dapat dijelaskan.

Donatur ialah orang , perusahaan, organisasi yang pernah atau bahkan masih mengeluarkan zakat, infaq, sedekah (ZIS) kepada lembaga pengelola zakat untuk disalurkan kepada mustahik.[32] Menurut Kamus Bahasa Indonesia, donatur adalah orang yang

[32] Andy Riswan Ritonga, Analisis Faktor-faktor Pendorong Masyarakat Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) melalui Bazda Sumatera Utara. (Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara. 2012). hlm. 31.

secara tetap memberikan sumbangan berupa uang kepada suatu perkumpulan atau lembaga. [33]

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999, pasal 1, menyebutkan bahwa *muzakki* atau bisa dikatakan dengan donatur adalah seorang muslim atau badan usaha yang berkewajiban menunaikan zakat.[34]

Donatur atau seseorang yang menyumbangkan uangnya dalam islam disebut dengan *muzakki*, *muzakki* adalah orang atau badan yang dimiliki oleh orang muslim yang berkewajiban menunaikan zakat. Dari sinilah jelas bahwa zakat tidak hanya diwajibkan kepada perorangan saja tetapi kepada seluruh muslim yang memiliki harta lebih.

Zakat merupakan salah satu rukun Islam, zakat juga menjadi salah satu sumber keuangan dalam islam yang sangat penting untuk membebaskan kaum miskin dari kesulitan dan sangat berguna bagi pemberdayaan umat. Kewajiban zakat bagi umat muslim telah dijelaskan dalam Al-Qur'an. Allah SWT berfirman dalam Surat At – Taubah : 103

---

[33] http://kamusbahasaindonesia.org/donatur, diakses pada tanggal 30 Maret 2018 pukul 20.15

[34] http://pusat.baznas.go.id/peraturan-perundang-undangan/, diakses pada tanggal 30 Maret 2018 pukul 10.07

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ ۖ إِنَّ صَلَاتَكَ

سَكَنٌ لَهُمْ ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

> 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.[35]

Jelas bahwa ayat diatas menyebutkan bahwa tujuan berzakat untuk membersikan dan mensucikan diri mereka (donatur atau *muzakki*), dalam hal ini meliputi material yaitu harta dan jiwa mereka. Sementara di sisi lain, berzakat juga dapat melatih diri mereka (donatur) untuk membangun hubungan batin dan rasa cinta sesama, menjaga harmonisasi kehidupan dalam masyarakat tentunya agar dapat memperkecil perbedaan ekonomi antara yang kaya dan yang miskin.

Lembaga non profit atau organisasi nirlaba, adalah organisasi yang tidak bersifat mencari laba, sasaran pokoknya guna mendukung suatu perihal atau isu di dalam menarik perhatian publik untuk suatu tujuan yang tidak bersifat komersil. Sebagai lembaga non profit, donatur menjadi hal terpenting dan dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktifitass operassionalnya.

[35] Al – Qur'an Surat At- Taubah: 103. Diakses melalui https://tafsirq.com/9-at-taubah/ayat-103. pada tanggal 12 April 2018. Pukul 10.05

Lembaga non profit membutuhkan donatur sebagai sumber pendanaannya.

Donatur dalam menyumbangkan dananya memiliki klasifikasi dengan disebut sebagai donatur tetap dan donatur tidak tetap. Donatur tetap ialah donatur yang memberikan dana pasti setiap bulannya, sedangkan donatur tidak tetap sebaliknya, yakni tidak pasti sumbangan tiap bulannya (nominal tidak tetap tiap bulannya).

b. Bentuk- bentuk donasi

Dalam sebuah lembaga non profit, tentunya terdapat donatur yang menyumbangkan atau mendonasikan berupa barang, jasa atau pun uang sebagai bentuk kepedulian. Donasi berasal dari bahasa latin *"donum"* yang artinya sebuah pemberian, pada umumnya pemberian bersifat secara fisik oleh perorangan atau badan hukum. Pemberian disini mempunyi sifat sukarela dengan tanpa adanya imbalan.

Bentuk pemberian donasi bisa beragam, tidak hanya berupa uang, tetapi dapat berupa barang-barang yang bermanfaat bagi yang membutuhkan. Barang dapat berupa siap didistribusikan dan barang yang dapat dimanfaatkan untuk aksi kemanusiaan. Barang siap didistribusikan seperti makanan, minuman, pakaian obat-obatan bahkan dapat berupa alat kesehatan dan barang

lainnya disesuaikan dengan kondisi penerima donasi tersebut. Sedangkan untuk barang yang dapat bermanfaat untuk aksi kemanusiaan dapat berupa uang, perahu karet, tenda bagi yang terkena bencana alam, dan lainnya. [36]

Berbeda halnya dengan lembaga pengelola zakat, pemberian donasi pada umunya berupa dana zakat, infaq dan shadaqah. Penggalangan dana pada lembaga pengelola zakat merupakan bentuk dukungan untuk membantu menyalurkan bantuan kepada yang berhak dan membutuhkan.

[36] https://act.id/donasi/natura. Diakses pada tangal 27 April 2018 pukul 17.11