

**STRATEGI PENYIARAN AGAMA ISLAM MELALUI  
PEMBERIAN ZAKAT PRODUKTIF DI BAZNAS  
KABUPATEN CILACAP**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri  
Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

**FAZA ZAKIAL FIKRI MAHARDIKA  
NIM. 1917102074**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF.K.H. SAIFUDDIN  
ZUHRI PURWOKERTO**

**2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Faza Zakial Fikri Mahardika

NIM :1917102074

Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul. **Strategi Penyiaran Agama Islam Melalui Pemberian Zakat Produktif Di Baznas Kabupaten Cilacap** ini secara keseluruhan adalah hasil atau karya sendiri kecuali bagian-bagian yang di rujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebanar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti ada ketidak benaran di pernyataan saya, maka saya akan bertanggung jawab.

Purwokerto, 11 Januari 2024



**Faza Zakial Fikri Mahardika**

NIM. 1917102074



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN**

**Skripsi Berjudul**

**Strategi Penyiaran Agama Islam Melalui Pemberian Zakat Produktif  
Di Baznas Kabupaten Cilacap**

Yang disusun oleh Faza Zakial Fikri Mahardika NIM. 1917102074 Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Jurusan Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 12 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S.Sos dalam (Ilmu Komunikasi)\* oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Sekretaris Sidang/Penguji II

Nurul Khotimah, M.Sos  
NIP.199408152023212041

Oki Edi Purwoko, S.Farm., M.Si.  
NIP.198110132023211006

Penguji Utama

Dr. Aris Saefulloh, M.A.  
NIP.197901252005011001

Mengesahkan,  
Purwokerto, 15 Juli 2024

Dekan,

Dr. Wuskiqul Fuad, M. Ag.  
NIP.19741226200003100

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto  
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan perhatian sepenuhnya dalam penyusunan skripsidengan ini:

Nama : Faza Zakial Fikri Mahardika  
NIM : 1917102074  
Jenjang : S-1  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Strategi Penyiaran Agama Islam Melalui Pemberian Zakat Produktif Di Baznas Kabupaten Cilacap

Dengan Naskah Skripsi ini, dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam mengikuti sidang Munaqosyah dalam rangkamemperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 09 Juli 2024  
Pembimbing,



**Nurul Khotimah, M.Sos**  
NIP. 199408152023212041

# **STRATEGI PENYIARAN AGAMA ISLAM MELALUI PEMBERIAN ZAKAT PRODUKTIF DI BAZNAS KABUPATEN CILACAP**

Faza zakial fikri mahardika  
NIM :1917102074

E-mail : [pajajakial@gmail.com](mailto:pajajakial@gmail.com) Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam  
Universitas Islam Negeri Professor K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

## **Abstrak**

Kemajuan teknologi berimplikasi pada beragam aspek dalam kehidupan masyarakat, termasuk aspek penyiaran agama Islam. Seiring berjalannya waktu, penyiaran agama Islam mulai menggunakan berbagai sarana seperti YouTube, televisi digital, dan sarana dakwah lainnya yakni pemberian zakat produktif. Tujuan penelitian ini adalah mengungkap strategi penyiaran agama Islam BAZNAS Cilacap melalui pemberian zakat produktif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan BAZNAS Cilacap sebagai sasaran penelitian dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan strategi penyiaran agama Islam di BAZNAS Cilacap terlaksana dengan baik melalui pemberian zakat produktif terhadap pedagang kaki lima, pelajar kurang mampu, dan masyarakat miskin yang kurang sehat. Pemberian zakat produktif ini dapat berupa pemberian gerobak dan modal usaha bagi pedagang kaki lima, beasiswa bagi pelajar, dan kartu sehat bagi masyarakat miskin. Adapun, strategi komunikasi pelaksanaan program-program BAZNAS Cilacap terealisasi menggunakan cara bekerja sama dengan penyuluh agama. BAZNAS Cilacap juga menggunakan media komunikasi seperti, YouTube, Radio Yes F.M, Radio Bercahaya dan Power Point untuk memudahkan para mustahik menerima informasi serta edukasi terkait zakat produktif dan kajian keagamaannya.

***Kata Kunci:*** Strategi Penyiaran Agama Islam, Zakat Produktif, Baznas.

# ISLAMIC RELIGIOUS BROADCASTING STRATEGY THROUGH PRODUCTIVE ZAKAT GIVING IN BAZNAS CILACAP AGENCY

Faza zakial fikri mahardika  
NIM : 1917102074

E-mail : [pajajakial@gmail.com](mailto:pajajakial@gmail.com) Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam  
Universitas Islam Negeri Professor K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

## Abstract

*Technological advances have implications for various aspects of people's lives, including the aspect of Islamic broadcasting. Over time, Islamic broadcasting began to use various means such as YouTube, digital television, and other means of da'wah, namely the provision of productive zakat. The purpose of this research is to reveal BAZNAS Cilacap's Islamic broadcasting strategy through productive zakat. This research is a type of qualitative research with BAZNAS Cilacap as the research target and uses data collection techniques through observation, interviews, and documentation then analyzed using Miles & Huberman data analysis techniques. The results showed that the Islamic religious broadcasting strategy activities at BAZNAS Cilacap were well implemented through the provision of productive zakat to street vendors, underprivileged students, and poor people who were less healthy. The provision of productive zakat can be in the form of providing carts and business capital for street vendors, scholarships for students, and health cards for the poor. Meanwhile, the communication strategy for the implementation of BAZNAS Cilacap programs is realized by working with religious instructors. BAZNAS Cilacap also uses communication media such as, YouTube, Radio Yes F.M, Radio Bercahaya and Power Point to make it easier for mustahik to receive information and education related to productive zakat and religious studies.*

**Keywords:** *Broadcasting Strategy of Islamic Religion, Productive Zakat, Baznas.*

## MOTTO

“Tanpa kata kata aksi semata”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang melimpahkan segala nikmat, rahmat, hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir yang berjudul “Strategi Penyiaran Agama Islam Melalui Pembagian Zakat Produktif di BAZNAS Cilacap”. Oleh karena itu penulis ucapkan banyak terimakasih kepada orang-orang yang senantiasa mendoakan, mengingatkan, membantu banyak hal dalam proses penulisan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini Saya Persembahkan kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan nikmat, serta kepercayaan kepada hamba yang penuh dosa dan rapuh ini, untuk dapat menyelesaikan kuliah dan senantiasa memberi jalan menyusun skripsi hingga memperoleh gelar.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Solikhun dan Ibu Kasmi yang senantiasa memberikan dorongan serta doa. Skripsi ini menjadi bukti dan tanggung jawab saya selaku anak untuk menyelesaikan jenjang S1.
3. Dosen pembimbing Ibu Nurul Khotimah, M.Sos Terima kasih banyak atas segala waktu, kesempatan, arahan, tentu kesabaran dalam membimbing penulis dari awal, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Kampus hijau, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan prodi Komunikasi Penyiaran Islam yang saya banggakan telah menerima penulis menjadi bagian dari proses kehidupan ini.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur semoga selalu tercurahkan kepada Allah SWT karena rahmat, nikmat dan ridhanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Penyiaran Agama Islam Melalui Pemberian Zakat Produktif di BAZNAS Cilacap”**

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak yang membantu menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri(UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Ibu Uus Uswatusolihah, M.A., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam.
4. Bapak Dedi Riyadin, M.I.Kom., Koordinator Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
5. Ibu Nurul Khotimah, M.Sos., selaku pembimbing skripsi penulis, yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan saran serta dukungan kepada penulis.
6. Bapak, Ibu dosen dan staf Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan pelayanan terbaik kepada mahasiswa.
7. Kepada teman teman yang selalu memberi dukungan kepada penulis.

Saya mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila masih banyak terdapat kesalahan pada skripsi ini. Sehingga kritik dan saran sangat berguna bagi penulis untuk memperbaiki penulisan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Purwokerto, 11 Juli 2024



**Faza Zakial Fikri Mahardika**  
1917102074

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi merupakan pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Pedoman transliterasi arab-latin yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	Be
ت	ta	t	Te
ث	ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	jim	j	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik dibawah)
ر	ra'	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik dibawah)

ظ	za	z	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	....'	koma terbalik diatas
غ	ghain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	W
ه	ha'	h	Ha
ء	hamzah	..!..	Apostrof
ي	ya	y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

### C. *Ta' marbūtah* diakhir kata bila dimatikan ditulis *h*

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الاولياء	ditulis	<i>karomah al-auliyā</i>
----------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harokat, *fathah* atau *kasroh* atau *d'ammah* ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakāṭ al-fīṭr</i>
------------	---------	----------------------

#### D. Vokal pendek

◌َ	<i>fathah</i>	a
◌ِ	<i>kasroh</i>	i
◌ُ	<i>d'ammah</i>	u

#### E. Vokal panjang

1	Fathah + alif	ditulis	Ā
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2	Fathah + ya' mati	ditulis	Ā
	تنس	ditulis	<i>tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati	ditulis	I
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4	Dammah + wawu mati	ditulis	Ū
	فروض	ditulis	<u><i>furūd</i></u>

#### F. Vokal rangkap

1	Fathah + ya'	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

**G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof**

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**H. Kata sandang alif + lam**

- a. Bila diikuti huruf qomariyah

الْقُرْآنِ	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاسِ	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- b. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf l (el)-nya

السَّمَاءِ	Ditulis	<i>As-samā'</i>
الشَّمْسِ	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

**I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>Abstrak</b> .....	v
<b>Abstract</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Kajian Pustaka .....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II STRATEGI PENYIARAN AGAMA ISLAM MELALUI ZAKAT PRODUKTIF</b> .....	12
A. Strategi Penyiaran Agama Islam .....	12
B. Zakat Produktif .....	22
C. BAZNAS .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	37
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	37
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	37
D. Teknik Pengumpulan Data .....	37
E. Teknik analisa data .....	39

<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Gambaran Umum BAZNAS Kabupaten Cilacap .....	42
1. Sejarah Kelembagaan BAZNAS Kabupaten Cilacap.....	42
2. Struktur organisasi BAZNAS Kabupaten Cilacap periode 2022-2027..	43
3. Visi dan misi.....	43
4. Program BAZNAS Kabupaten Cilacap.....	44
5. Tinjauan performa zakat Kabupaten Cilacap .....	45
6. Sinergi dan kolaborasi program .....	47
7. Zakat produktif .....	48
B. Strategi Komunikasi Baznas Cilacap .....	56
1. Strategi sentimentil ( <i>al manhaj al-athif</i> ) .....	58
2. Strategi Rasional ( <i>al-manhaj al-aqli</i> ) .....	58
3. Strategi Indriawi ( <i>al-manhaj al-hissi</i> ) .....	58
C. Strategi Penyiaran Agama Islam Melalui Pemberian Zakat Produktif Di Baznas Kabupaten Cilacap .....	59
1. Tujuan Sentral dari Strategi komunikasi .....	59
2. Korelasi Komponen Dalam Strategi Komunikasi .....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Skeman analisis data Miles dan Huberman ..... 41

**Gambar 4. 1** Struktur Organisasi Baznas Kabupaten Cilacap periode 2022-2027... 43



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif di BAZNAS Cilacap, diharapkan mampu memberikan wawasan tentang interaksi, hubungan dan komunikasi yang baik. Namun pada kenyataannya terdapat kesalah pahaman, kekeliruan bahkan komunikasi yang buru atau miss komunikasi. Hal ini perlu adanya strategi komunikasi antar sumber daya manusia. Strategi komunikasi penyiaran agama Islam merupakan taktik dan metode yang digunakan untuk memahami bagaimana alur stretegi komunikasi di BAZNAS Cilacap.<sup>1</sup>

Terjadi berbagai macam masalah didalam komunikasi penyiaran agama Islam di Baznas serta hambatan- hambatan. Salah satunya komunikasi penyiaran agama Islam tidak dilakukan oleh anggota Baznas melainkan di realisasikan oleh duta zakat. Disaat duta zakat menyampaikan materi terkait zakat produktif maupun materi lainnya kerap terjadi miss komunikas. Seperti yang dilatar belakanginya oleh peneliti terdahulu yang dilakukan Rahmat agung aditya menulis tentang strategi komunikasi baznas dalam menyosialisasikan pemberdayaan zakat secara online di perusahaan *e-commerce* penulis menyatakan terdapat berbagai macam masalah salah satunya yaitu rendahnya tingkat kesadaran untuk membayar zakat.

Penelitian yang dilakukan Ismil marzuki hasibuan menulis tentang strategi komunikasi Baznas Kabupaten Padang Lawas dalam meningkatkan jumlah muzakki tujuan penelitian ini untuk mengetahui staregi komunikasi Baznas dalam meningkatkan jumlah muzakki. Adapun hambatan-hambatan dalam penelitiannya salah satunya yaitu ketidakpercayaan masyarakat kepada Lembaga pengelola zakat di daerah tersebut. Agar dapat meluruskan

---

<sup>1</sup> Muhammadin,JIA, “Kebutuhan Manusia Terhadap Agama” . no 99-144. Juni 2013.

pandangan masyarakat terhadap Lembaga tersebut maka diperlukan pemahaman serta teori-teori terkait dengan pengelolaan zakat yang baik.

Dari kedua penelitian terdahulu, menghasilkan bahwa adanya pelaksanaan strategi komunikasi penyiaran agama islam melalui pemberian zakat produktif di Baznas untuk mengetahui bagaimana proses berjalannya zakat produktif sebagai sarana penyiaran agama Islam yang direalisasikan oleh duta zakat.<sup>2</sup> Hal ini penting karena penyiaran agama bertujuan mewujudkan perubahan terencana dalam masyarakat.<sup>3</sup>

Strategi ini selalu digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan suatu rencana yang tersusun secara sistematis dan dirancang dengan baik maka akan tercipta apa yang disebut dengan pelaksanaan rencana tersebut.<sup>4</sup> Dengan adanya strategi penyiaran agama masyarakat mampu memahami dan menerapkan isi agama dalam kehidupan sosial. Penyiaran agama memiliki kemampuan untuk memperbaiki dan menyempurnakan situasi yang buruk bagi individu maupun masyarakat. Adapun tujuan penyiaran agama antara lain yaitu berupaya meningkatkan kualitas kehidupan individu dan masyarakat. Penyiaran agama Islam merupakan bentuk dari keyakinan yang diwujudkan melalui aktivitas manusia yang beriman dan dilakukan secara teratur dalam lingkup sosial. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi perasaan, pikiran, perilaku, dan tindakan orang pada tingkat individu maupun sosial. Dalam praktiknya, Penyiaran agama Islam berusaha untuk menerapkan ajaran agama Islam secara konkret dan sistematis dalam semua aspek kehidupan manusia.<sup>5</sup>

Seiring berjalannya waktu, dengan majunya masyarakat penyiaran agama Islam harus di sampaikan melalui sarana yang memadai alam pikiran masyarakat modern seperti penggunaan Youtube, televisi digital, dan berbagai

---

<sup>2</sup> Muhammadin, JIA, "Kebutuhan Manusia Terhadap Agama"

<sup>3</sup> Hikmawati, Tesis: "Strategi Dakwah Sekolah Cendekia Baznas (SCB) Terhadap Muallaf"

<sup>4</sup> Hikmawati, Tesis: "Strategi Dakwah Sekolah Cendekia Baznas (SCB) Terhadap Muallaf"

<sup>5</sup> Amrul Mukmin, Tesis: "Zakat Produktif Dalam Pandangan BAZNAS Cilacap Dan LAZISNU Cilacap"

sarana dakwah salah satunya dengan melalui pemberian zakat produktif.<sup>6</sup> Melalui pemberian zakat produktif, diharapkan umat Islam dapat memperkuat ikatan sosial antar sesama dan membantu mengurangi kesenjangan ekonomi yang terjadi di masyarakat. Tindakan zakat produktif, infak, dan sadaqah dapat dilakukan melalui institusi zakat, infak, dan *sadaqah* seperti BAZNAS dan Laznas. Zakat produktif adalah pemberian zakat yang dapat memotivasi penerimanya untuk menghasilkan sesuatu yang produktif. Pengembangan zakat produktif dengan menghasilkan pendapatan zakat seperti modal usaha, untuk memperkuat perekonomian penerima, agar orang miskin dapat menjalankan atau mendapatkan uang. Dengan dana zakat ini maka masyarakat miskin akan berdaya memperoleh penghasilan stabil, memajukan bisnis, mengembangkan bisnis yang menjadikan mereka bisa mendapatkan penghasilan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa zakat produktif adalah uang zakat yang diberikan kepada para mustahiq namun bukan untuk digunakan secara langsung untuk keperluan konsumsi melainkan diproduksi dan digunakan untuk membantu usahanya hingga menjadi seorang *muzakki*.<sup>7</sup>

Dengan demikian masyarakat mampu memaksimalkan hasil dari zakat produktif. Zakat juga dianggap sebagai kewajiban sosial dan ekonomi bagi umat Islam, di mana mereka harus memberikan sebagian dari harta mereka kepada orang-orang yang kurang beruntung<sup>8</sup>. Dengan adanya lembaga-lembaga yang bertanggung jawab atas pengelolaan zakat di sekitar masyarakat di harapkan mampu membrantas ataupun mengurangi kemiskinan dengan diadakannya program zakat produktif. Berdasarkan Hukum Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011, BAZNAS (Lembaga Amil Zakat Nasional) bertugas mengelola zakat, infak, dan sadaqah di seluruh wilayah Indonesia. BAZNAS dibantu oleh Lembaga Amil Zakat. Kehadiran regulasi ini memperlihatkan bahwa administrasi zakat tidak hanya dilaksanakan oleh perorangan,

---

<sup>6</sup> Amrul Mukmin, Tesis: *Zakat Produktif Dalam Pandangan BAZNAS Cilacap Dan LAZISNU Cilacap*

<sup>7</sup> Nico Stenly Yoshua, "Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 7 No. 4 April 2020

<sup>8</sup> Nico Stenly Yoshua, "Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan"

melainkan oleh badan yang khusus menangani zakat, infaq, dan shodaqoh. Dewan zakat bertugas mengurus pengurusan, pengumpulan, serta penggunaan dana zakat secara optimal dan berpotensi meningkatkan perekonomian negara.<sup>9</sup>

Salah satu lembaga pengelola zakat yang menjadi tujuan peneliti ini yaitu BAZNAS Cilacap. BAZNAS Cilacap antara lain sedang memperkenalkan zakat yang dapat meningkatkan produktivitas. Hingga saat ini, zakat sering kali diartikan sebagai perintah agama terkait dengan dimensi spiritual. Meskipun masyarakat mengetahui bahwa zakat juga memiliki aspek sosial-ekonomi, akan tetapi kesadaran untuk membayar zakat, khususnya zakat yang diberikan kepada mustahik, masih kurang tinggi. Ketidakpercayaan publik pada pemerintah dalam urusan zakat merupakan aspek yang sangat penting untuk di perhatikan. Oleh karena itu, badan amil zakat perlu mengatasi tantangan ini dengan menerapkan layanan zakat yang lebih efektif dan terencana.<sup>10</sup>

Dari uraian diatas menjadi tujuan guna melakukan penelitian strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif di BAZNAS yang berlokasi di Kabupaten Cilacap.

## **B. Penegasan Istilah**

Berikut beberapa penegasan kata kunci yang pengertian dan batasannya perlu dijelaskan :

### **1. Strategi Penyiaran**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata strategi berarti seni dan ilmu yang menggunakan segala sesuatu untuk melakukan atau melakukan kebijakan tertentu bagi negara pada saat damai atau perang. Disamping makna di atas strategi juga berarti seni dan ilmu memimpin pasukan atau pasukan melawan musuh dalam pertempuran, dalam kondisi yang menguntungkan. Strategi juga berarti rencana atau gagasan yang

<sup>9</sup> Nico Stenly Yoshua, "Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan"

<sup>10</sup> Amrul Mukmin, Tesis: *Zakat Produktif Dalam Pandangan BAZNAS Cilacap Dan LAZISNU Cilacap*

disengaja tentang kegiatan yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu.<sup>11</sup> Menurut Davis dan Andi Fachrudin, perencanaan adalah pengelolaan atau perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut perencanaan tidak berguna sebagai isyarat jalan, melainkan perencanaan hanya dapat menunjukkan arah rencana kinerja.<sup>12</sup>

Sedangkan penyiaran ataupun yang *masyhur* dengan nama *broadcasting* adalah proses penyiaran seluruh program, mulai dari persiapan materi produksi, produksi, persiapan materi siaran, dan akhirnya penyiaran hingga acara selesai. Pendengar atau penonton dapat berada di satu lokasi. Strategi Penyiaran yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif di Baznas Kabupaten Cilacap adalah cara BAZNAS Cilacap dalam menyiarkan agama Islam melalui pemberian zakat produktif.<sup>13</sup>

## 2. Zakat Produktif

Zakat menurut bahasa berarti tumbuh, berkembang, subur atau bertambah ( menurut hadist riwayat At- Tarmidzi ) dapat juga diartikan membersihkan atau mensucikan, sebagaimana di jelaskan dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah, ayat 103 : Pungutlah zakat dari mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka. Menurut dasar Islam, zakat merupakan nama bagi sesuatu pengambilan tertentu dan di berikan kepada golongan tertentu. Menurut UU No 28 Tahun 1999 tentang mengelola zakat, zakat ialah harta yang wajib dikeluarkan oleh seseorang yang beragama Islam atau lembaga yang mengurus dan mengelola zakat sesuai dengan ketentuan agama dan hukum agama untuk disalurkan kepada masyarakat miskin.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Andi Fachrudin, "Strategi Program Tayangan Infotainment di RCTI", Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01, (2014), 143.

<sup>12</sup> Andi Fachrudin, "Strategi Program Tayangan Infotainment di RCTI"

<sup>13</sup> Hidajanto Djamil dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), Hal. 43

<sup>14</sup> Departemen Agama RI Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam, Direktorat Pemberdayaan Zakat, " *Standarisasi Manajemen Zakat*" (Jakarta, 2007), Hal.7.

Salah satu zakat yang menjadi sarana agar masyarakat miskin dapat berdaya antara lain yaitu dengan adanya zakat produktif. Zakat yang menghasilkan adalah zakat yang diberikan oleh badan amil kepada orang yang memerlukan modal atau zakat produktif yakni membagi keuntungan modal untuk turut serta dalam usaha ekonomi dan meningkatkan produktivitas para *mustahik* atau orang yang berhak menerima zakat agar zakat produktif dapat memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat.

Dengan menggunakan zakat produktif, *mustahik* dapat terbantu beban keuangan, utamanya bagi mereka yang berada di bawah ambang kemiskinan. Oleh karena itu, pendapatan mereka dapat meningkatkan dengan penggunaan zakat produktif<sup>15</sup>. Zakat produktif yang dimaksud dalam penelitian ini diantaranya yaitu sebagai sarana penyiaran agama Islam Kabupaten Cilacap.

### 3. Baznas

BAZNAS singkatan dari Badan Amil Zakat Nasional yang merupakan organisasi yang bertugas dalam mengelola zakat dan didirikan oleh pemerintah sebagai lembaga yang bertanggung jawab. BAZNAS terdiri dari elemen pemerintah dan masyarakat. Misi BAZNAS adalah untuk menghimpun, menyalurkan, dan memanfaatkan zakat (termasuk juga infak, sedekah, dan sejenisnya) harus diberikan sesuai dengan aturan syariat Islam.<sup>16</sup>

Sementara itu, Lembaga Amil Zakat (LAZ) merupakan badan yang bertanggung jawab atas pengelolaan zakat yang didirikan sepenuhnya atas inisiatif warga atau badan usaha yang bergerak dalam bidang penyebaran agama, pendidikan, sosial, dan kesejahteraan Islam serta sudah memperoleh izin dari pemerintah. Beberapa contoh lembaga amil zakat yang sudah mendapatkan persetujuan pemerintah meliputi lembaga amil

---

<sup>15</sup> Siti Maesiri, Skripsi: *Optimalisasi Pengelolaan Dana Zakat Produktif Dalam Meningkatkan Usaha Kecil Mustahiq* (Cirebon: IAIBB, 2019), Hal. 21.

<sup>16</sup> Yusniar Yusuf, Skripsi: *Strategi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat* (Parepare: IAIN PAREPARE), Hal. 27.

zakat Muhammadiyah, lembaga amil zakat Nahdlatul Ulama, dan lembaga amil zakat Darut Tauhid.<sup>17</sup>

Terdapat banyak lembaga yang mengelola zakat tersebar di negara Indonesia dan salah satunya Baznas Cilacap. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kiprah BAZNAS Cilacap dalam penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif.

### C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut di atas, bisa diutarakan rumusan masalah seperti berikut ini:

1. Bagaimana kegiatan / alur strategi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif di Baznas Cilacap ?
2. Bagaimana strategi komunikasi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif di Baznas Cilacap ?

### D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada rumusan masalah yang diajukan, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi penyiaran agama Islam BAZNAS Cilacap melalui pemberian zakat produktif.

#### 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

##### a. Secara teoristis

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman bagi pembaca atau yang membahas mengenai strategi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif di Baznas Kabupaten Cilacap.

---

<sup>17</sup> Yusniar Yusuf, Skripsi: “Strategi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat” (Parepare: IAIN PAREPARE), Hal.27.

b. Secara Praktis

- 1) Penelitian ini bisa memberikan kontribusi dan memantik diskusi di kalangan akademisi tentang efektivitas strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif.
- 2) Mampu memberikan pemahaman zakat produktif sebagai sarana penyiaran agama Islam di Kabupaten Cilacap.
- 3) Mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang urgensi BAZNAS di Kabupaten Cilacap.

**E. Kajian Pustaka**

Sebelum peneliti melakukan penelitian lebih luas dan mendalam tentang strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produkti di BAZNAS Cilacap, terlebih dahulu penulis membaca tulisan-tulisan yang berhubungan dengan strategi penyiaran agama Islam dengan berbagai sumber yang dapat digunakan, seperti buku, jurnal, serta karya akademik seperti disertasi dan tesis yang disusun oleh para penulis pendahulu. Di antaranya adalah tulisan-tulisan sebagai berikut :

1. Muhammad Sukron Nur Hidayatulloh menulis tentang "Strategi Manajemen Zakat di Bazna Kabupaten Klaten 2017", seorang mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Informasi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Judul ini menegaskan bahwa zakat sangat penting untuk memberdayakan ekonomi orang yang hidup dalam kemiskinan dan dapat membantu mengurangi kebutuhan dasar.<sup>18</sup>Tulisan Muhammad Sukron Nur Hidayatulloh lebih menitik beratkan pada aspek manajemen zakat tidak pada aspek penyiaran agama Islam.
2. Farah Fitriana dari UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta, menulis tentang "Metode Komunikasi Prof. Qurais Shihab dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam 2019" Strategi komunikasi yang digunakan adalah rencana dan taktik yang diterapkan untuk mempercepat komunikasi

---

<sup>18</sup>Muhammad Sukron Nur Hidayatulloh , Skripsi : *"Strategi Manajemen Zakat di Baznas Kabupaten Klaten"* ( Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga , 2017 )

dengan mempertimbangkan berbagai aspek untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>19</sup> Tulisan Farah Fitriana ini lebih menekankan bagaimana metode komunikasi yang dilakukan Prof. Qurais Shihab dalam meningkatkan pemahaman agama Islam dan tidak membahas tentang strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif.

3. Hambali seorang mahasiswa dari Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menulis tentang “Strategi Dakwah Di Lingkungan Perkantoran (Analisa Perencanaan Strategis Ikatan Da’i Indonesia (IKADI) DKI Jakarta) 2010” Skripsi Hambali ini mendeskripsikan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah IKADI DKI Jakarta di lingkungan perkantoran dan bukan strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif.<sup>20</sup>
4. Endah Puji Pradani menulis tentang “ Strategi Komunikasi Baznas Kabupaten Jepara Dalam Pelaksanaan Pengumpulan Zakat Tahun 2016” tulisan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Jepara dalam pengumpulan zakat melalui: Strategi komunikasi verbal diantaranya dengan sosialisasi ke berbagai instansi pemerintah dan masyarakat sekitar, serta melalui penjemputan zakat yang dilakukan oleh pengurus.<sup>21</sup> Tulisan Endah Puji Pradani ini lebih membahas tentang bagaimana pelaksanaan pengumpulan zakat di kabupaten jepara dan bukan tentang strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif.
5. Wiwit Prasetyo seorang mahasiswa dari Uin Walisongo Semarang menulis tentang “ Strategi Dakwah Almarhum K.H Zainul Arifin Di Kota Banjarnegara 2020” Skripsi ini mendeskripsikan strategi dakwah Alm KH. Zainul Arifin di Kota Banjarnegara dilakukan baik secara bil lisan maupun

---

<sup>19</sup> Farah Fitriana, Skripsi: “*Strategi Komunikasi Prof: Qurais Shihab Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam*” (Jakarta: UIN Syarif Hidayatulloh,2019), Hal. 25.

<sup>20</sup> Hambali, Skripsi: *Strategi Dakwah Di Lingkungan Perkantoran (Analisa Perencanaan Strategis Ikatan Da’I Indonesia ( IKADI ) Dki Jakarta ( UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA,2010)*

<sup>21</sup> Endah Puji Pradani ,Tesis : *Strategi Komunikasi Baznas Kabupaten Jepara Dalam Pelaksanaan Pengumpulan Zakat Tahun 2016 ( Unisnu Jepara,2018 )*

bil hal dengan tiga strategi dakwah, yaitu sentimental, rasional, dan indrawi.<sup>22</sup> Tulisan Wiwit Prasetyo lebih menitik pada strategi dakwah almarhum K.H Zainul Arifin di Kota Banjarnegara 2020 dan bukan membahas tentang strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif.

6. Rahmat Agung Aditya seorang mahasiswa dari Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menulis tentang “ Strategi Komunikasi Baznas Dalam Menyosialisasikan Pemberdayaan Zakat Secara Online Di Perusahaan E-Commerce 2019” Skripsi ini mendeskripsikan tentang bagaimana strategi komunikasi BAZNAS agar memudahkan masyarakat dalam pembayaran zakat, dan percaya bahwa zakat yang dibayarkan akan tersalurkan kepada orang yang membutuhkan.<sup>23</sup> Tulisan Rahmat Agung Aditya membahas tentang strategi komunikasi BAZNAS agar memudahkan masyarakat dalam pembayaran zakat, dan percaya bahwa zakat yang dibayarkan akan tersalurkan kepada orang yang membutuhkan. Sedangkan penulis membahas tentang strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif.
7. Ismail Marzuki Hasibuan seorang mahasiswa dari Uin Suska Riau menulis tentang “ Strategi Komunikasi Baznas Kabupaten Padang Lawas Dalam Meningkatkan Jumlah Muzzakki 2021” Tujuan dari penelitian in adalah untuk mengetahui strategi komunikasi BAZNAS dalam meningkatkan jumlah muzakki.<sup>24</sup> Tulisan Ismail Marzuki Hasibuan lebih membahas tentang strategi peningkatan jumlah muzakki sedangkan penulis membahas tentang strategi penyiaran agama islam melalui zakat produktif

Dari judul-judul tulisan diatas jelaslah tidak ada satupun yang meneliti strategi penyiaran agama islam melalui zakat produktif , oleh

---

<sup>22</sup> Wiwit Prasetyo, Skripsi : *Strategi Dakwah Almarhum K.H Zainul Arifin Di Kota Banjarnegara ( UIN WALISONGO SEMARANG, 2020 )*

<sup>23</sup> Rahmat Agung Aditya, Skripsi: *Strategi Komunikasi Baznas Dalam Menyosialisasikan Pembayaran Zakat Secara Online Di Perusahaan E-Commerce ( UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA,2019)*

<sup>24</sup> Ismail Marzuki Hsb, Skripsi : *Strategi Komunikasi Baznas Kabupaten Padang Lawas Dalam Meningkatkan Jumlah Muzzakki ( UIN SUSKA RIAU, 2021)*

karena itu penulisan strategi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif di Kabupaten Cilacap terhitung baru. Penulisan ini diharapkan dapat memberi tambahan bagi penelitian yang sudah ada sebelumnya.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Guna memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian ini, penulis menerapkan sistematika pembahasan seperti di bawah ini.

Bab pertama. Dalam bab pertama ini diuraikan dengan mengulas Latar Belakang, Penegasan Istilah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian, Teknik Analisa Data dan Sistematika Pembahasan.

Bab kedua. Dalam bab kedua ini diutarakan teori-teori tentang strategi penyiaran agama Islam yang meliputi : teori Gujarat, teori Persia, teori Makkah, teori Tiongkok.

Bab ketiga. Dalam bab ketiga ini metode Penelitian yang membahas jenis penelitian dan pendekatan, waktu dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, analisa data, penyajian data dan kesimpulan

Bab keempat. Pada bab ini diulas mengenai hasil Penelitian yang diuraikan dalam analisa strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif BAZNAS Kabupaten Cilacap meliputi: Sejauhmana urgensi BAZNAS di Kabupaten Cilacap , Bagaimana kegiatan strategi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif di Baznas Cilacap dan strategi komunikasi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif di Baznaz Cilacap.

Bab kelima. Bab ini adalah bab paling akhir dari penelitian ini atau bab penutup dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **STRATEGI PENYIARAN AGAMA ISLAM**

#### **MELALUI ZAKAT PRODUKTIF**

##### **A. Strategi Penyiaran Agama Islam**

Strategi adalah suatu cara yang akan digunakan oleh seseorang atau suatu kelompok untuk melaksanakan suatu kegiatan atau pekerjaan, baik cara itu sudah direncanakan atau belum direncanakan. Mintzberg dkk ,menyebutkan strategi sebagai upaya terencana yang dilakukan suatu organisasi untuk mencapai apa yang diinginkannya. Dua hal penting dari pengertian tersebut adalah pertama sebagai upaya bahwa strategi dakwah yang diciptakan seorang da'i berbentuk suatu usaha dimana usaha tersebut berbentuk metode, keputusan, program, kebijakan, peraturan, dll.<sup>25</sup>

Yang digunakan oleh para da'i untuk menyebarkan ajaran agama Islam. Kedua strategi tersebut harus direncanakan, strategi yang direncanakan dengan matang akan sangat bermanfaat bagi seorang da'i dalam memperkecil kesalahan dan resiko selama menjalankan strategi dakwah diciptakan dapat bekerja secara terarah, seorang da'i tidak akan mengurangi beberapa tindakan yang berkaitan dengan penerapan strategi dakwah yang dilakukan, serta memungkinkan khotib agar lebih mudah mengevaluasi strategi dakwah yang diterapkan.<sup>26</sup>

Strategi juga dapat diartikan sebagai suatu metode atau taktik, yang digunakan dalam kegiatan penyebaran agama, yang berperan penting dalam proses keberhasilan berdakwah, sejalan berkembangnya zaman ada banyak media serta taktik dalam melakukan penyebaran agama diantaranya dengan sosial media, live kajian, power point dan masih banyak yang lainnya. Globalisasi yang terjadi sekarang menuntut da'i untuk dapat menggunakan sarana media internet dan sejenisnya untuk berdakwah sebab di era sekarang

---

<sup>25</sup> Mintzberg (1991) dalam Solihin (2012); David (2012); Hunger & Wheelen (2009); Robert (2008); Suyanto (2009)

<sup>26</sup> Ach. Baidowi dan Moh. Salehodin "Strategi Dakwah Di Era New Normal", Jurnal muttaqin: e- ISSN, Vol 2. No 1 ( januari 2021) 59.

masyarakat lebih tertarik menonton secara online dari pada harus datang ke tempat pengajian atau masjid oleh karena itu menggunakan media dakwah yang tetap salah satunya media massa merupakan keharusan dan tuntutan zaman.<sup>27</sup>

#### 1. Macam- macam strategi

Menurut Muhammad Ali Al Bayanuni berpendapat bahwa strategi dakwah dibagi dalam tiga bentuk diantaranya :<sup>28</sup>

##### a. Strategi sentimentil (*al manhaj al-athif*)

Strategi sentimentil (*al-manhaj al-athifi*) adalah dakwah yang menitikberatkan pada bagian hati dan merangsang emosi serta pikiran batin mitra dakwah. Menasihati sesama pendakwah, memanggil dengan lembut, atau memberikan pelayanan adalah beberapa cara yang keluar dari rencana ini. Cara ini cocok bagi mitra misi yang terpinggirkan dan dianggap lemah, seperti perempuan, anak yatim, dan lain-lain.

##### b. Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqli*)

Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqli*) adalah dakwah dengan banyak metode yang terfokus pada aspek rasional. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, berefleksi dan belajar. Menggunakan aturan logis, mendiskusikan atau menyajikan contoh dan bukti sejarah adalah beberapa metode perencanaan logis. Al-Qur'an menganjurkan penggunaan berbagai metode rasional antara lain: *tafakkur*; *tadzakkur*, *nazhar*, *taammul*, *i'tibar*, *tadabbur* dan *istibshar*.

*Tafakkur* menggunakan pemikiran untuk mencapai hal ini dan memikirkannya; *tadzakkur* memberikan ilmu yang wajib disimpan ketika terlupakan. *Nazhar* mengarahkan hati untuk berkonsentrasi pada apa yang menjadi perhatiannya; *taamul* artinya mengulangi suatu

<sup>27</sup> Murniati Sirajuddin, "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet" , jurnal. Hal 13.

<sup>28</sup> Muhammad Ali Al Bayanuni, "Strategi Dakwah Al Bayanuni", jurnal, Vol.3.No.1 (2018).

pemikiran sampai menemukan kebenaran di dalam hatinya; *i'tibar* artinya jalan dari suatu ilmu tertentu ke ilmu lainnya; *tadabbur* adalah upaya untuk merenungkan akibat dari suatu permasalahan; *itibshar* adalah mengungkapkan sesuatu atau mengungkapkannya dan memperlihatkannya ke mata hati.

c. Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi indriawi juga bisa disebut strategi ilmiah. Yang dimaksud dengan sistem dakwah atau metode dakwah yang bertumpu pada panca indera dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan eksperimen. Metode rencana gabungan ini adalah amalan keagamaan, teladan dan pertunjukan spektakuler.<sup>29</sup>

Dahulu Nabi SAW mengamalkan Islam sebagai perwujudan strategi inderawi yang disaksikan oleh para sahabat. Sahabat bisa melihat langsung mukjizat Nabi SAW seperti terbelahnya bulan, bahkan melihat malaikat Jibril dalam wujud manusia. Saat ini, kita menggunakan Al-Quran untuk mendukung atau menolak hasil penelitian ilmiah. Para ahli tafsir menyebutnya “Tafsir Ilmiah”. Adnan Oktar, penulis besar Turki yang menggunakan nama samaran Harun Yahya, menggunakan strategi ini untuk menyebarkan pesannya. Quraish Shihab, seorang mufasir kenamaan Indonesia, juga kerap menjelaskan hasil penelitian ilmiah saat menjelaskan ayat-ayat Alquran.<sup>30</sup>

Strategi dakwah juga bisa berdasar pada QS. Al-Baqarah ayat: 129 dan 151, QS. Ali Imran ayat: 164, QS Al-Jumu'ah ayat: 2

رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ  
إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

<sup>29</sup> [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/3554/3/101311046\\_Bab2.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/3554/3/101311046_Bab2.pdf) diambil pada 28 oktober 2023

<sup>30</sup> Muhammad Ali Al Bayanuni, "Strategi Dakwah Al Bayanuni", jurnal, Vol.3.No.3-4 (2018).

Artinya: Ya Tuhan kami, utuslah di tengah mereka seorang rasul dari kalangan mereka sendiri, yang akan membacakan kepada mereka ayat-ayat-Mu, dan mengajarkan Kitab dan Hikmah kepada mereka, dan menyucikan mereka. Sungguh, Engkaulah Yang Mahaperkasa, Mahabijaksana. (QS. AL- Baqarah: 129)<sup>31</sup>

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ  
وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ

Artinya: Sebagaimana Kami telah mengutus kepadamu seorang Rasul (Muhammad) dari (kalangan) kamu yang membacakan ayat-ayat Kami, menyucikan kamu dan mengajarkan kepadamu Kitab (Alquran) dan Hikmah (Sunah), serta mengajarkan apa yang belum kamu ketahui. (QS. AL-Baqarah:151)<sup>32</sup> di samping ayat di atas terdapat juga didalam ayat 164 surah Ali Imran.

لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ  
وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ

Artinya : Sungguh, Allah telah memberi karunia kepada orang-orang beriman ketika (Allah) mengutus seorang Rasul (Muhammad) di tengah-tengah mereka dari kalangan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat-Nya, menyucikan (jiwa) mereka, dan mengajarkan kepada mereka Kitab (Alquran) dan Hikmah (Sunah), meskipun sebelumnya, mereka benar-benar dalam kesesatan yang nyata. (QS. Ali Imran ayat: 164)<sup>33</sup> juga terdapat di dalam surah Al Jumu'ah ayat 2.

هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ  
وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ

Artinya : Dialah yang mengutus seorang Rasul kepada kaum yang buta huruf dari kalangan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat-Nya, menyucikan (jiwa) mereka dan mengajarkan kepada mereka Kitab dan Hikmah (Sunah), meskipun sebelumnya, mereka benar-benar dalam kesesatan yang nyata. (QS Al-Jumu'ah ayat: 2)<sup>34</sup>

<sup>31</sup> <https://quran.com/id/sapi-betina/129-139> diambil pada tanggal 28 oktober 2023

<sup>32</sup> <https://quran.com/id/2?startingVerse=151> diambil pada tanggal 28 oktober 2023

<sup>33</sup> <https://quran.com/id/3?startingVerse=164> diambil pada tanggal 28 oktober 2023

<sup>34</sup> <https://quran.com/id/62?startingVerse=2> diambil pada tanggal 28 oktober 2023

Ayat-ayat di atas mengandung pesan yang sama, yaitu tentang tugas para rasul dan dapat dipahami sebagai strategi dakwah. Berdasarkan ayat di atas, ada tiga strategi dakwah, yaitu:<sup>35</sup>

- a. Strategi *Tilawah*. Melalui proses ini, dakwah diajak mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah. Oleh karena itu menyampaikan pesan dakwah secara lisan dan tulisan. Penting untuk diketahui bahwa makna ayat-ayat Allah SWT dapat mencakup apa yang tertulis dalam kitab suci dan apa yang tidak tertulis, yaitu alam semesta beserta segala isi dan peristiwanya. Strategi ini meningkat dalam bidang kecerdasan (pikiran) yang perubahannya meliputi indra pendengaran dan penglihatan serta menambah kecerdasan.
- b. Strategi *Tazkiyah* (menyucikan jiwa). Jika proses tazkiyah meliputi indra pendengaran dan indera penglihatan, maka Strategi tazkiyah mencakup aspek pikiran. Salah satu kewajiban dakwah adalah menyucikan jiwa. Kotoran jiwa dapat menimbulkan berbagai permasalahan, baik pada individu maupun masyarakat, bahkan menimbulkan berbagai penyakit, baik penyakit hati maupun badan. Tujuan dari strategi ini bukanlah jiwa yang bersih, melainkan jiwa yang kotor. Tanda-tanda jiwa yang kotor terlihat dari gejala jiwa yang tidak stabil, tidak percaya diri, seperti akhlak tercela lainnya seperti keserakahan, ketamakan, dan lain-lain.
- c. Strategi *Ta'lim*, strategi ini hampir sama dengan strategi tilawah, artinya pesan dakwah diubah. Namun, strategi *ta'lim* lebih mendalam, diterapkan secara formal dan sistematis. Artinya strategi ini hanya berlaku bagi mitra dakwah yang bersifat tetap, dan programnya dirancang, dilaksanakan secara bertahap dan dengan maksud dan tujuan tertentu. Nabi SAW mengajarkan Al-Qur'an dengan strategi ini, dan banyak sahabat yang hafal Al-Qur'an dan mampu memahami isinya. Agar mitra dakwah

---

<sup>35</sup> Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, 353.

mengetahui ilmu Fikih, Tafsir atau Hadits, maka pendakwah harus menciptakan proses pembelajaran, sumber, target dan tujuan yang ingin dicapai, dan lain-lainnya. Namun tentu saja memerlukan banyak waktu.<sup>36</sup>

Menurut Said al-Qahthani, dalam berdakwah harus menggunakan strategi Dakwah. Sebab jika seorang da'i berjalan dengan cara-cara yang bijaksana dalam menjalankan dakwahnya maka dengan karunia Allah ia akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keberhasilan dakwahnya, dan pemenuhan hikmahnya akan membawanya ke tujuan yang diinginkannya.<sup>37</sup>

Adapun strategi yang bijak dalam berdakwah adalah sebagaimana berikut:

- a. Memperhatikan waktu dan memperhatikan kebutuhan masyarakat, agar mereka tidak merasa bosan untuk mendengarkan dakwah, diharapkan nasehat dan apa yang diajarkan berguna dan sangat bermanfaat bagi mereka.
- b. Meninggalkan hal-hal yang jika ditinggalkan tidak menimbulkan kerugian atau dosa untuk mencegah timbulnya fitnah.
- c. Mengedepankan sikap pemaaf ketika akan membalas dendam. Mengutamakan kebaikan ketika orang lain melakukan hal buruk, bersikap lembut ketika orang lain mencoba melakukan hal buruk, bersabar ketika ada orang mengganggu, membalas sikap orang lain yang gegabah dan tidak beraturan dengan penuh ketenangan dan kehati-hatian. Sifat-sifat tersebut mempunyai pengaruh yang besar dan dapat memotivasi para pendakwah untuk memeluk Islam dengan istiqamah dan ketabahan.

---

<sup>36</sup> Sa'id ibn Ali ibn Wahf al-Qahthani, *Muqawwimāt al-Dā'iyyah al-Nājih fi Dhau' al-Kitab wa al-Sunnah: Mafhūm wa Nazhar wa Tathbīq*, Terj. Aidil Novia, *Menjadi Dai yang Sukses* (Jakarta: Qisthi Press, 2005), 69.

<sup>37</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 21.

d. da'i tidak menyebutkan nama orangnya secara spesifik ketika ingin memberikan pendidikan dan larangan kepadanya, namun jika sekiranya menyebutkannya secara umum masih bisa

## 2. Pengertian Komunikasi dan Penyiaran Islam

Untuk memperoleh pengertian yang jelas tentang komunikasi Islam, maka lebih dahulu penulis akan menerangkan terkait pengertian komunikasi secara umum. Secara *etimologis*, komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* dengan kata dasar *communis* yang artinya “ sama”<sup>38</sup>. Sedangkan secara terminologis, menurut Bernard Berelson dan Gery A.Steiner, Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain- lainnya melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka dan lainmya.<sup>39</sup>

Dari uraian di atas tersebut, memperoleh pengertian bahwa komunikasi Islam ialah proses penyampaian pesan- pesan keislaman dengan memakai prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam yang dimana seorang komunikator haruslah berpedoman kepada prinsip komunikasi yang digambarkan dalam Al- Qur'an dan Hadist<sup>40</sup>. Pengertian ini untuk menunjukkan bahwa komunikasi Islam adalah cara berkomunikasi yang bersifat Islami ( tidak bertentangan dengan ajaran Islam ). Maka dengan sebab inilah bahwa komunikasi Islami adalah implementasi dari komunikasi Islam

Ada lima bentuk komunikasi Islam, yang menjadi sarasannya yaitu :

- a. Komunikasi dengan diri sendiri ( *intrapersonal communication* ).
- b. Komunikasi dengan orang lain, baik berupa individu, publik atau massa.
- c. Komunikasi dengan Allah Swt yang dilakukan seseorang pada saat melaksanakan sholat, berzikir atau berdo'a

---

<sup>38</sup> Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi* ( Jakarta : RajaGrafindo Persada 1998 ) , hlm. 5

<sup>39</sup> Riswandi. *Ilmu Komunikasi* ( Yogyakarta : Graha Ilmu, 2009 ), hlm. 2.

<sup>40</sup> Syukur Kholil. *Komunikasi Islam* ( Bandung: Citapustaka Media, 2007 ), hlm.8.

- d. Komunikasi dengan hewan seperti anjing, kucing, burung, kambing serta binatang peniharaan lainnya.
- e. Komunikasi dengan makhluk halus seperti jin yang dapat dilakukan oleh orang yang mendapatkan kelebihan dari Allah.<sup>41</sup>

Dalam proses penyampaian pesan kepada komunikan, agar pesan dapat diterima dengan baik oleh komunikasi, maka komunikator haruslah berpedoman kepada prinsip Al-Qur'an dan hadist. Berikut ini diantara prinsip komunikasi yang digariskan dalam Alquran dan hadist adalah :

- a. Memulai pembicaraan dengan salam.
- b. Berbicara dengan lemah lembut.
- c. Menggunakan perkataan yang baik.
- d. Menyebut hal-hal yang baik tentang diri komunikan.
- e. Menggunakan hikmah dan nasehat yang baik.
- f. Berlaku adil.
- g. Menyesuaikan bahasa dengan isi pembicaraan.
- h. Berdiskusi dengan cara yang baik.
- i. Lebih dulu megatakan apa yang dikomunikasikan.
- j. Mempertimbangkan pandangan dengan fikiran orang lain.
- k. Berdo'a kepada Allah ketika melakukan kegiatan komunikasi yang berat.<sup>42</sup>

Dakwah merupakan suatu bentuk aktifitas seruan atau ajakan kepada keinsanan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik pribadi maupun masyarakat<sup>43</sup>. Penyiaran atau penyebaran agama merupakan salah satu keniscayaan dalam kehidupan umat beragama, karena agama merupakan pesan kebaikan yang harus dilaksanakan umat sepanjang hidupnya Secara *etimologis*, Penyiaran agam Islam adalah merupakan dakwah atau ajakan untuk

---

<sup>41</sup> Syukur Kholil. *Komunikasi Islam* ( Bandung: Citapustaka Media, 2007 ), hlm.7.

<sup>42</sup> Syukur Kholil. *Komunikasi Islam* ( Bandung: Citapustaka Media, 2007 ), hlm.2-13.

<sup>43</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* ( Jakarta: Perdana Media, 2004 ), hlm.26.

memeluk agama Islam. Dakwah berasal dari bahasa Arab, berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*, yang berarti mengajak/ menyeru, memanggil, seruan dan permohonan. Dalam Al-Quran, dakwah terlihat dalam arti menyeru. Selain penafsiran kata ini yang berbeda-beda, penggunaan kata dakwah dalam masyarakat Islam khususnya di Indonesia kata dakwah berarti panggilan. Jika kata dakwah mempunyai arti panggilan, maka yang dimaksud dengan dakwah seruan kepada Islam.<sup>44</sup>

Untuk mewujudkan nilai-nilai kebaikan dan mewujudkan penyiaran Islam di tengah-tengah masyarakat tersebut, dakwah dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media yang ada baik media cetak, elektronik, maupun media-media yang lain termasuk salah satunya dengan media zakat produktif ini. Adapun suksesnya dakwah antara lain bergantung pada kemampuan seorang da'i dalam mempengaruhi masyarakat. Sebaik apapun penguasaan materi yang dimiliki oleh seorang da'i, jika ia memilih atau menerapkan cara yang baik, pesan dakwah tersebut tidak akan mampu dicerna dengan baik oleh mad'u/masyarakat.<sup>45</sup>

Meskipun bukan satu-satunya faktor yang menentukan keberhasilan, kemampuan memilih dan menggunakan cara penyampaian yang tepat sesuai dengan situasi materi akan meningkatkan penghargaan bagi da'i. Ketepatan dalam memilih metode akan sangat membantu para da'i untuk menyampaikan pesan dakwah dan *mad'u* dengan mudah, dan mereka tidak akan mudah bosan meskipun berkali-kali bertemu<sup>46</sup>. Seorang da'i yang menguasai metode dakwah disamping menguasai materi yang baik, akan dengan mudah menggarap semua segmen atau kelompok sasaran dakwah.

---

<sup>44</sup> H.M.S. Nasaruddin Latif, "*Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*", Firma Dara, Jakarta, tt. Hlm. 20.

<sup>45</sup> "*Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*"

<sup>46</sup> "*Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*"

Dalam melaksanakan suatu aktifitas berdakwah tentunya mempunyai strategi dakwah. Di dalam kamus besar bahasa Indonesia, Strategi adalah suatu metode atau cara yang digunakan untuk mengatur dan mengorganisasi sumber daya yang dimiliki oleh suatu negara, organisasi, atau individu guna mencapai hasil yang diinginkan. Dalam hal ini, strategi diperlukan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya nasional agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berikut ialah beberapa pemikiran tentang konsep strategi:<sup>47</sup>

Menurut Sondang Siagian, strategi merupakan pendekatan optimal dalam memanfaatkan dana, sumber daya, dan tenaga kerja yang ada ketika situasi berubah.

Stainer and Miner juga memberikan definisi yang serupa. Mereka menyebutnya sebagai perencanaan strategis yang meliputi penentuan posisi dan misi perusahaan, menetapkan sasaran organisasi berdasarkan faktor luar (*external*) dan dalam (*internal*), mengembangkan kebijakan dan strategi yang sesuai untuk mencapai target, serta memperhatikan kesesuaian agar tujuan dan sasaran utama organisasi tercapai. Menurut Ali Husain, Rencana strategi melibatkan suatu rencana atau konsep untuk mengatur aktivitas-aktivitas dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan.<sup>48</sup>

Strategi pada prinsipnya sebagai berikut :

- a. Cara Mengubah Sikap Anda (*How to Change Your Attitude*)
- b. Perubahan pikiran (*Change of mind*)
- c. Modifikasi perilaku (*behavior modification*)

Mintberg yang dikutip oleh Sandra Oliver dalam bukunya menyatakan bahwa strategi memiliki lima sinonim, yaitu:

- a. Rencana: Rangkaian tindakan yang disusun secara sengaja.
- b. Taktik: Gerakan khusus yang didesain untuk mengelabui lawan.
- c. Model: Susunan operasi yang teratur.

<sup>47</sup> "Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah"

<sup>48</sup> Sondang P. Siagian. 2003, "Teori dan Praktek Kepemimpinan", (Jakarta: RinekaCipta), hlm.13

- d. Posisi: Cara untuk menempatkan organisasi dalam lingkungan.
- e. Perspektif: Pendekatan terpadu dalam memandang dunia.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi penyiaran agama islam merupakan suatu proses menyiarkan serta pengelolaan yang meliputi karakteristik strategi dan sumber daya manusia yang menjurus religi. Hal ini merupakan suatu proses perencanaan yang diteliti dari semua aktivitas yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Ketika merencanakan strategi komunikasi, seseorang perlu memahami dengan jelas tujuan komunikasi yang ingin dicapai, cara yang paling sesuai untuk mencapai efektivitas dari strategi yang digunakan.<sup>49</sup>

Dengan mempertimbangkan informasi yang didapat, seorang penulis menyimpulkan bahwa strategi merujuk pada proses perencanaan dan pengembangan rencana guna mencapai tujuan yang bersifat jangka panjang. Biasanya strategi diterapkan oleh organisasi untuk mencapai visi dan misi melalui berbagai kegiatan. Namun strategi juga dapat digunakan oleh perorangan untuk mencapai target yang diinginkan dalam kehidupan sehari-hari.<sup>50</sup> hal ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana strategi penyiaran agama islam melalui zakat produktif.

## B. Zakat Produktif

Menurut bahasa, zakat bertumbuh (*numuww*) dan bertambah (*ziyadah*). Berdasarkan pengertian linguistik dapat diketahui bahwa zakat berarti pertumbuhan dan perkembangan atau pensucian. Didin Hafidhuddin menyatakan bahwa zakat berarti suci dalam semua bahasa. Sementara menurut terminologi (*syara'*), zakat ialah kewajiban yang harus diberikan dari harta umat Islam. Menurut istilah *fuqaha*, zakat adalah sebagian dari kekayaan yang ditetapkan, dan merupakan tugas Allah untuk memberikan manfaat (*muzak*)

---

<sup>49</sup> Al Griya, Skripsi : “Strategi Komunikasi Baznas Kepahing Dalam Menghimpun Zakat” (IAIN CURUP,2019), hal.7-8.

<sup>50</sup> “Strategi Komunikasi Baznas Kepahing Dalam Menghimpun Zakat”

kepada kaum dhuafa. Zakat bukanlah aktivitas yang dimaksudkan hanya untuk tujuan material seperti pembagian pendapatan, kestabilan keuangan, dan sejenisnya, melainkan juga memengaruhi kehidupan setelah kematian.<sup>51</sup>

Sementara Produktif adalah produksi yang menuju pada penambahan aset atau barang yang dihasilkan dari penggunaan zakat produktif dan dapat dimanfaatkan untuk keperluan manusia. Zakat produktif berproduksi kepada pemberi zakat sebagai investasi untuk melaksanakan kegiatan ekonomi yang berpotensi menghasilkan keuntungan. Dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa zakat menghasilkan manfaat merujuk pada penggunaan dana zakat atau *muzakki* yang tidak habis untuk dikelola dan dikembangkan guna mendukung kelangsungan usaha sehari-hari.<sup>52</sup>

Jadi zakat produktif dapat diartikan sebagai pemberian yang dapat membuat penerimanya menghasilkan sesuatu secara terus menerus. Zakat produktif merupakan zakat berupa harta atau dana yang diberikan kepada mustahik sehingga dapat menghasilkan dan memenuhi kebutuhan hidupnya.

Istilah zakat produktif muncul dari kurangnya optimalisasi zakat di masyarakat. Dikarenakan selama ini zakat yang diberikan kepada masyarakat adalah zakat konsumtif. Zakat yang hanya diberikan setahun sekali yaitu berupa zakat fitrah. Zakat model ini bukan tidak diperlukan keberadaannya, tetapi akan sulit jika hanya mengandalkan zakat fitrah untuk meminimalisir kemiskinan di tengah masyarakat. Pada keadaan inilah zakat produktif dibutuhkan. UU zakat mengisyaratkan agar zakat dapat digunakan secara produktif, seperti yang sudah ditegaskan dalam UU Nomor 23 Tahun 2011 Pasal 27 “ Zakat dapat didayagunakan untuk usaha produktif dalam rangka penanganan fakir miskin dan peningkatan kualitas umat “

UU tersebut tidak hanya menjadi dasar bagi lembaga-lembaga zakat di Indonesia tetapi juga untuk mengembangkan zakat secara produktif dan juga

---

<sup>51</sup> Sophia Kholilah Siregar, Darwis Harahap, Rini Hayati Lubis, ”Peranan Dana Zakat Produktif Dalam Meningkatkan Pendapatan Mustahik”, Jurnal Islam Manajemen, Vol.2 No.2 (Desember,2021), 230.

<sup>52</sup> Sophia Kholilah Siregar, Darwis Harahap, Rini Hayati Lubis, ”Peranan Dana Zakat Produktif Dalam Meningkatkan Pendapatan Mustahik”

memberikan pemahaman kepada umat Islam di Indonesia tentang pentingnya keberadaan zakat produktif bagi kehidupan masyarakat bangsa, khususnya bagi kaum fakir, miskin ataupun lainnya. Kehadiran zakat produktif yang dikelola baik oleh lembaga-lembaga zakat termasuk masjid setidaknya menjadi salah satu solusi untuk membantu mengentaskan kemiskinan bangsa ini.

Zakat produktif dapat diperoleh dari berbagai macam aspek yang dikelola oleh lembaga zakat untuk disalurkan kepada masyarakat yang kurang mampu. Pendayagunaan zakat secara produktif dapat dibenarkan oleh *syara'*, selama zakat tersebut di salurkan untuk masyarakat yang membutuhkan. Dengan demikian lembaga zakat yang memberikan zakat produktif harus dapat memilih sasarannya, tidak diperbolehkan diberikan kepada masyarakat yang memiliki harta lebih, tetapi kepada masyarakat yang benar-benar membutuhkan. Seperti yang dimaksud dalam QS. At-Taubah (9).60.

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

Artinya: Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.

Zakat produktif menurut Yusuf Qardhawi ialah zakat yang dikelola sebagai suatu upaya dalam meningkatkan ekonomi para fakir miskin dengan memfokuskan pada pemberdayaan sumber daya manusia melalui pelatihan-pelatihan yang mengarah pada peningkatan skill,<sup>53</sup> yang dimana dana zakat itu menjadi modal untuk pengembangan usahanya sehingga mereka mempunyai penghasilan untuk memenuhi kebutuhan dan mandiri dalam mengembangkan ekonomi, lain sisi zakat produktif bertujuan untuk manggurangi kemiskinan,

<sup>53</sup> Yusuf Qardhawi, Spektrum Zakat dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan ( Jakarta: Zikrul Hakim,2005),hlm.8.

yang di harapkan agar orang-orang miskin menjadi berkecukupan secara ekonomi serta mengusahakan agar mereka mampu memperbaiki kehidupan.<sup>54</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bawasannya zakat produktif ialah zakat yang boleh bahkan sangat dianjurkan bila dikaitkan dengan situasi dengan kondisi negara Indonesia saat ini. Agar dari zakat produktif tersebut, masyarakat khususnya orang-orang yang kurang mampu bisa berorientasi dan berbudaya produktif, sehingga dapat memproduksi sesuatu yang dapat menambah perekonomian dan kebutuhan hidup mereka.<sup>55</sup>

#### 1. Dasar hukum zakat produktif

Untuk merujuk dasar hukum zakat produktif, lebih dulu perlu dikaji dasar hukum zakat dalam ajaran islam, yaitu Alquran dan Sunnah, Apabila merujuk kepada kedua sumber tersebut. Dalil-dalil yang membahas tentang zakat diantaranya Al-Qur'an surah Al- Baqarah ayat 43 :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: “Lakukanlah ibadah shalat dengan sungguh-sungguh, tunaikanlah kewajiban zakat, dan lakukanlah ruku' bersama-sama dengan orang-orang yang melakukan ruku”.

Menurut Quraish Shihab dua kewajiban pokok yang diperintahkan dalam ayat tersebut ( Shalat dan Zakat ) wajib dilakukan oleh setiap muslim. Shalat yang dilakukan oleh seorang muslim merupakan upaya untuk membangun hubungan baik dengan Allah swt. Adapula zakat yang dilakukan dalam rangka membangun kebaikan kepada sesama manusia. Zakat merupakan suatu kewajiban seluruh umat muslim.<sup>56</sup>

Dalam konteks zakat produktif memang tidak ditemukan satupun ayat atau hadist yang berbicara secara spesifik terkait hukum/perintah untuk melakukan zakat dalam model tersebut. Bahkan didalam Alquran pun tidak disebutkan secara tegas tentang model pemberian zakat, baik yang

<sup>54</sup> Yusuf Qardhawi, *Spektrum Zakat dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan* ( Jakarta: Zikrul Hakim,2005),hlm.89.

<sup>55</sup> Asnainu, *Zakat Produktif dalam Persepektif Hukum Islam*, Bengkulu: Pustaka Pelajar,2008,cetakan ke-1,hlm.93.

<sup>56</sup> M. Quraish Shihab , *Tafsir al-misbah : Pesan dan keserasian Alquran* ( Jakarta: Lentera Hati, 2002),hlm.215.

dilakukan secara konsumtif maupun produktif. Meskipun demikian zakat produktif yang berhak melakukan yaitu orang-orang yang memiliki harta lebih atau bukan golongan *fakir* dan miskin.

Zakat produktif dapat dikatakan sebagai zakat yang bersifat baru, selama ini zakat yang banyak dikenal oleh umat Islam hanya meliputi zakat fitrah, zakat mal, zakat profesi. Dengan demikian rujukan hakumannya dapat ditempuh melalui jalur *ijtihad*. *Ijtihad* juga berperan sebagai roh dari dinamika hukum Islam, termasuk dalam kajian tentang zakat produktif. Disisi lain *ijtihad* menjadi hal penting agar hukum Islam senantiasa menjawab perkembangan zaman. Artinya ketika tidak ada rujukan huku yang jelas di dalam Alqur'an dan Hadist, Maka *ijtihad* dapat diberlakukan<sup>57</sup>.

Dalam zakat produktif ketentuan hukumnya dapat dilihat dari tujuan yang ingin dicapainya. Ialah menciptakan kemaslahatan umat. Konsep kemaslahatan inilah yang dapat dijadikan alasan zakat produktif dapat dilakukan. Membangun kemaslahatan merupakan salah satu ajaran Islam. Dikarenakan umat Islam juga dituntut untuk mampu mewujudkannya. Tujuan menciptakan kemaslahatan umat ialah untuk membangun kehidupan manusia yang baik. Yang dimana meliputi kebaikan secara sosial dan ekonomi. Zakat yang dikembangkan dan diberikan secara produktif setidaknya dapat membantu masyarakat yang kurang mampu secara ekonomi.

Setidaknya, Hukum zakat produktif dapat dianalogikan dengan zakat mal. Yang membedakan antara keduanya ialah kegunaannya. Jika zakat mal diberikan pada mustahik dengan berupa harta, maka zakat produktif tidak hanya pemberian berupa harta zakat melainkan juga pembinaan kepada para mustahik untuk mengelola zakat tersebut. Pembinaan ini direalisasikan oleh para pengelola zakat dan lembaga zakat. Melihat analogi ini, pengembangan dan pengelolaan zakat produktif sesuai dengan

---

<sup>57</sup> Atho' Mudzhar , *Membaca Gelombang Ijtihad* ( Yogyakarta: Titan Ilahi Pres,1998),hlm.9.

ketentuan *syara'*, dan diartikan adanya zakat produktif dibolehkan dalam Islam. Karena tujuan kemaslahatan untuk mencapai atau menciptakan kebaikan.<sup>58</sup>

## 2. Hukum zakat

Kewajiban membayar zakat mengikat bagi orang Islam yang memiliki kemampuan untuk menunaikannya. Mereka yang memenuhinya akan diberi pahala, sementara yang mengabaikannya akan berdosa. Pengulangan petunjuk Al-Qur'an mengenai zakat menunjukkan bahwa zakat adalah bagian yang tidak dapat diabaikan dari kewajiban agama. Selain itu, zakat juga merupakan salah satu pilar agama Islam yang sama pentingnya dengan pilar Islam lainnya.

Hukum zakat juga diuraikan dalam UU No. 23/2011, pasal 1 dan 2 yang menyebutkan bahwa zakat adalah harta yang disalurkan oleh seorang muslim atau pedagang dan diberikan kepada individu yang memenuhi syarat untuk menerimanya. Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 103 menyebutkan sebagai berikut :

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

Artinya: “Pungutlah zakat dari sebagian harta mereka, karena dengan zakat tersebut mereka akan terbebas dari dosa dan disucikan, serta mohonlah doa untuk kebaikan mereka. Doa yang kamu panjatkan akan memberikan ketenangan dan kebahagiaan bagi mereka, dan Allah pasti mendengar serta mengetahui segala sesuatu.”

Zakat adalah sebuah kewajiban yang berdimensi vertikal dan horizontal. Hal ini berarti bahwa zakat tidak hanya merupakan suatu bentuk ibadah yang dilakukan untuk beribadah kepada Allah, tetapi juga sebagai suatu bentuk kewajiban yang harus dipenuhi terhadap sesama. Selain memberikan manfaat dalam segi ibadah, zakat juga memiliki peran penting dalam aspek sosial dan kemanusiaan. Dalam sektor sosial, zakat

---

<sup>58</sup> Elfadli “ Zakat Produktif Sebagai Salah Satu Solusi Pengentasan Kemiskinan dan Pengangguran di Indonesia”, Journal, Vol 14,NO.1, Juni 2015,hlm.104.

dapat membantu mengurangi permasalahan ekonomi yang terjadi di masyarakat. Selain itu, zakat juga berperan dalam mencegah terjadinya penumpukan kekayaan oleh sekelompok orang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa zakat memberikan manfaat yang signifikan bagi kedua belah pihak.<sup>59</sup>

### 3. Syarat wajib zakat

Adapun zakat memiliki persyaratan yang wajib dipenuhi, di antaranya yaitu: Syarat Orang yang Wajib Zakat

#### a. Muslim

Para Ahli Fiqh sepakat bahwa yang wajib membayar zakat adalah individu Muslim.

#### b. Merdeka

Seorang yang berkewajiban mengeluarkan zakat adalah orang yang merdeka. Yaitu orang yang tidak terikat oleh kekuasaan orang lain. Menurut para ahli hukum, orang yang tidak merdeka/ budak tidak berkewajiban membayar zakat karena mereka tidak memiliki hak sah atas harta, bahkan mereka dianggap sebagai harta itu sendiri.

#### c. Baligh dan Berakal

Seseorang yang belum baligh atau tidak berakal yang memiliki kekayaan yang mencapai batas minimal tidak berkewajiban untuk mengeluarkan zakat, karena mereka tidak mampu menjalankan ibadah seperti shalat dan puasa. Meskipun demikian, mayoritas ulama fikih tidak setuju dengan pandangan ini.

#### d. Ketentuan harta yang harus dikeluarkan zakatnya sebagai berikut:

##### 1. Kepemilikan penuh atau kepemilikan sempurna

Artinya, harta tersebut berada di dalam pengawasan dan perhatian pembayar zakat atau pemiliknya, tidak terikat dengan hak orang lain, dapat digunakan secara sah dan menghasilkan manfaat dari harta tersebut.

---

<sup>59</sup> Sintha Dwi Wulansari, Skripsi: “*Analisis Peranan Dana Zakat Produktif Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Mustahik*” (Semarang: Univ Diponegoro, 2013), Hal.15.

## 2. Berlalu satu tahun

Pemilik harta yang berkewajiban mengeluarkan zakat adalah mereka yang telah memiliki harta atau usaha selama satu tahun dalam hitungan komariah.<sup>60</sup>

## 3. Jenis harta zakat produktif

Dalam kajian sejarah, menemukan beberapa indikasi bahwa memang zakat sebaiknya tidak hanya dikelola secara konsumtif, tetapi dapat juga digunakan menjadi produktif.

Adapun indikator yang kami maksud tersebut adalah :

- a. Rasulullah SAW tidak memberikan gaji resmi kepada para pengumpul zakat.
- b. Kebijakan Abu Bakar As-Siddiq yang tidak menahan harta negara terlalu lama, termasuk harta zakat yang dikumpulkan.
- c. Pada pemerintahan Gubernur Syria diberlakukan zakat atas kuda dan budak.
- d. Khalifah Umar memerintahkan zakat atas kebun karet yang ditemukan di semenanjung Yaman, hasil-hasil laut serta madu.
- e. Khalifah Utsman ibnu Affan memerintah kewenangan menaksir harta yang dizakati kepada para pemiliknya masing-masing.
- f. Gubernur Kuffah atas izin Khalifah Ali bin Abi Thalib mengambil zakat atas sayuran seger yang akan digunakan sebagai bumbu masakan.<sup>61</sup>

## 4. Hikmah dan manfaat zakat

Kewajiban untuk melaksanakan zakat bersifat *definitif* dan mutlak karena terdapat banyak ajaran yang sangat baik dan mulia dalam agama Islam yang terkait dengan zakat kekayaan yang dikeluarkan untuk zakat, dan kesejahteraan sosial secara menyeluruh. Beberapa pelajaran dan keuntungan dari zakat antara lain :

<sup>60</sup><http://repo.iain-tulungagung.ac.id/Konsep-zakat-kajianteori>

<sup>61</sup> Azwar Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004, hlm.22.

- a. Berkeyakinan kepada Allah Swt, bersyukur atas karunia-nya, mengembangkan budi pekerti yang baik, menghilangkan keserakahan dan kedengkian, mengutamakan kehidupan yang harmonis serta memperluas dan menyucikan harta.
- b. Zakat merupakan kewajiban bagi setiap umat Islam, membantu terutama orang yang kurang mampu, membimbing dan membantu mereka agar dapat meraih kehidupan yang layak dan makmur sehingga dapat memenuhi keperluan mereka dengan baik, beribadah kepada Tuhan, dan menghindari risiko seperti kekafiran dan kecemburuan, yang dapat berdampak negatif. Zakat tidak hanya tentang memenuhi kebutuhan konsumsi, akan tetapi juga tentang memastikan kecukupan dan kesejahteraan dengan menghapus atau meminimalkan faktor-faktor yang menyebabkan kemiskinan. Hal ini dapat mencegah adanya kecemburuan antara yang miskin dan yang kaya secara finansial.
- c. Kelompok *Jama`i* yang terdiri dari orang-orang kaya dan Mujahid yang berdedikasi penuh untuk berjuang atas dasar agama, membagi waktu mereka antara tugas dan keluarga.
- d. Sebagai dana yang diperlukan untuk membangun fasilitas dan infrastruktur yang penting bagi umat Islam, seperti lembaga pendidikan, perawatan kesehatan, dan program sosial-ekonomi, serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia.
- e. Mengedepankan prinsip-prinsip bisnis yang jujur dan adil, sebab menurut hadis, zakat tidak bisa dibayarkan dengan menggunakan uang yang tidak sah. "Allah adalah Zat yang maha baik, dan hanya menerima hal baik" (HR. Muslim).
- f. Dalam konteks pengembangan kesejahteraan manusia, zakat dianggap sebagai sarana mensejahterakan seseorang yang kurang mampu secara finansial. Dengan manajemen zakat yang efektif, dimungkinkan akan terdorong pertumbuhan ekonomi dan distribusi pendapatan yang

adil atau konsep pertumbuhan ekonomi dengan dukungan modal saham.<sup>62</sup>

#### 5. Implementasi Zakat Produktif

Produksi menuju pada penambahan aset atau barang yang dapat menghasilkan dan dapat dimanfaatkan untuk keperluan manusia. Zakat produktif adalah zakat yang diserahkan oleh pemberi zakat sebagai sarana untuk melaksanakan kegiatan ekonomi yang berpotensi menghasilkan keuntungan. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa zakat yang menghasilkan manfaat merujuk pada penggunaan dana zakat yang tidak habis untuk dikelola dan dikembangkan guna mendukung kelangsungan usaha.

Penerapan zakat produktif dapat dilakukan dengan cara menanam modal usaha dan sarana usaha dalam rangka meningkatkan ketahanan ekonomi. Zakat produktif bertujuan meningkatkan akses pembiayaan ekonomi masyarakat kurang mampu tetapi disini zakat produktif dijadikan sebagai sarana untuk penyiaran agama Islam. Adapun cara pengaplikasian penyiaran agama Islam melalui zakat produktif dengan adanya kerja sama antara baznas dengan duta zakat yang terdiri para penyuluh agama Islam. Dengan cara begitu sistem penyiaran agama Islam akan terlaksana melalui pemberian zakat produktif.<sup>63</sup>

Dalam penyaluran zakat produktif terdapat dua macam yaitu zakat produktif tradisional dan produktif kreatif, guna untuk membantu fakir miskin mencapai hidup yang layak dan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Zakat produktif tradisional adalah zakat yang diberikan dalam bentuk barang-barang produktif. Misalnya kambing, sapi, mesin jahit, alat-alat pertukaran, dan sebagainya. Pemberian zakat ini juga dapat memberikan lapangan kerja fakir miskin.

---

<sup>62</sup> Garry Nugraha Winoto, Skripsi : *“Pengaruh Dana Zakat Produktif Terhadap Keuntungan Usaha Mustahik Penerima Zakat”*

<sup>63</sup> Wawancara dengan Hamidan kabag pendistribusian BAZNAS Cilacap tanggal 14 Agustus 2023.

Zakat produktif kreatif merupakan pendayagunaan zakat untuk mewujudkan dalam bentuk modal yang dapat digunakan, baik untuk membangun suatu proyek sosial maupun untuk membantu atau menambah modal seseorang pedagang atau pengusaha kecil. Misalnya kerajinan tangan, barang bekas menjadi hiasan ataupun sebagainya.

Berikut ini beberapa ulama modern dan ilmuan telah mencoba mengkategorikan pendayagunaan zakat dalam persefektif yang luas mencakup *edukatif*, produktif dan ekonomis. Dalam kehidupan sosial sekarang, pengelola dan penyaluran zakat untuk penduduk miskin harus mencakup:

- a. Pembangunan prasana dan sarana pertanian sebagai kesejahteraan ekonomi rakyat, dalam pengertian yang luas.
- b. Pembangunan sektor industri yang secara langsung memberikan kesejahteraan rakyat banyak.
- c. Penyelenggaraan pendidikan ketrampilan dan kejuruan untuk pengentasan pengangguran
- d. Pemberian modal usaha kepada *mustahik* sebagai langkah awal mendirikan usaha.
- e. Jaminan hidup orang-orang jompo, yatim, piatu dan orang-orang yang tidak mempunyai pekerjaan.
- f. Pengadaan sarana dan prasana kesehatan bagi setiap warga atau rakyat yang membutuhkan.
- g. Pengadaan sarana dan prasana yang erat hubungannya dengan maksud mensejahterakan rakyat lapisan bawah.

#### 6. *Mustahik*

*Mustahik* merupakan seorang atau badan yang berhak menerima zakat. Di dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 60 Allah berfirman.<sup>64</sup> Artinya: Zakat hanya ditujukan untuk delapan kelompok, yaitu: *fakir*, miskin, *amil*, para muallaf yang dibujuk hatinya, budak, orang yang memiliki hutang, *fi-*

---

<sup>64</sup> Garry Nugraha Winoto, Skripsi : "Pengaruh Dana Zakat Produktif Terhadap Keuntungan Usaha Mustahik Penerima Zakat"

*sabillah, Ibnu-sabil*. ini merupakan ketetapan Allah Swt.<sup>65</sup> Penjelasan dari ayat di atas sebagai berikut:

a. *Fakir*

Faqir ialah individu yang tidak memiliki kekayaan dan pendapatan yang stabil untuk mencukupi keperluan hidupnya, sementara tidak ada yang memberikan dukungan finansial.

b. *Miskin*

Miskin adalah individu yang kurang mampu sehingga mereka tidak sanggup memenuhi keperluan hidupnya, meskipun bekerja atau mengusahakan diri dengan konsisten, namun hasil usaha yang diperoleh tidak mencukupi kebutuhan hidupnya dan tak mampu membiayainya.

c. *Amil*

Amil adalah orang atau kelompok yang bertanggung jawab dalam melakukan segala kegiatan yang terkait dengan pengelolaan zakat, meliputi: menghimpun, mengatur penggunaan dan menyalurkannya. Mereka mendapatkan upah atau imbalan dari harta zakat yang mereka kelola, sebanding dengan pahala yang diperoleh, dan tidak diambil selain dari harta zakat itu sendiri.

d. *Muallaf*

Muallaf adalah seorang yang baru saja memeluk agama Islam, atau ada seseorang yang ingin memeluk agama Islam namun masih meragukan kepercayaan sebelumnya. Dengan bantuan penyiaran agama Islam dan pemahamannya, seseorang dapat meningkatkan keimanannya.

e. *Riqab/Hamba Sahaya*

*Riqab* secara istilah dapat diartikan sebagai hamba/umat Islam yang dijual-beli untuk kemudian dibebaskan. Oleh karena itu, *riqab*

---

<sup>65</sup> Gessy Evelin Miranda, Skripsi : Analisis Pengaruh Pemberdayaan Zakat Produktif Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Mustahik (Jakarta : UIN Syarif Hidayatulloh,2018),Hal.36.

ialah seorang budak yang harus diberikan bagian dari zakatnya agar terlepas dari ikatan perbudakan.

*f. Gharim*

Gharim adalah seorang yang memiliki utang dengan bunga dan tidak mampu membayarnya.

*g. Sabilillah*

Sabilillah merupakan seorang pemeluk agama Islam yang berjuang demi kepentingan agama tersebut, baik dalam menjaga keutuhan maupun memperkuatnya.

*h. Ibnu sabil*

Ibnu sabil adalah seseorang yang kekurangan dana saat melakukan perjalanan baik untuk mencari ilmu atau untuk merantau. Dengan kata lain, dia adalah seorang musafir yang memerlukan pertolongan.<sup>66</sup>

### **C. BAZNAS**

BAZNAS merupakan singkatan dari Badan Amil Zakat Nasional. Yaitu merupakan organisasi yang bertugas dalam mengelola zakat dan didirikan oleh pemerintah sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas zakat. BAZNAS terdiri dari pemerintah dan masyarakat. Misi BAZNAS adalah untuk menghimpun, menyalurkan, dan memanfaatkan zakat (termasuk juga infak, sedekah, dan sejenisnya) harus diberikan sesuai dengan aturan syariat Islam.<sup>67</sup>

Adanya UU NO 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan zakat semakin memperkuat peran BAZNAS sebagai Lembaga yang mempunyai wewenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam UU tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai Lembaga pemerintah nonstruktural yang memiliki sifat mandiri dan diberi tanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. Oleh karena itu, BAZNAS dan Pemerintah bertanggung jawab untuk

---

<sup>66</sup> Gessy Evelin Miranda, Skripsi : “Analisis Pengaruh Pemberdayaan Zakat Produktif Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Mustahik”

<sup>67</sup> Yusniar Yusuf, Skripsi: *Strategi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat* (Parepare: IAIN PAREPARE), Hal.39.

pengelolaan zakat berdasar pada syariat Islam, Amanah, Pemanfaatan, Adil, Dasar Hukum, terintegrasi dan akuntabilitas.

Sementara itu, Lembaga Amil Zakat (LAZ) merupakan badan yang bertanggung jawab atas pengelolaan zakat yang didirikan sepenuhnya oleh warga atau badan usaha yang bergerak dalam bidang penyebaran agama Islam, pendidikan, sosial, dan kesejahteraan Islam serta sudah memperoleh izin dari pemerintah. Beberapa contoh lembaga amil zakat yang sudah mendapatkan persetujuan pemerintah di antaranya: lembaga amil zakat Muhammadiyah, lembaga amil zakat Nahdlatul Ulama, dan lembaga amil zakat Darut Tauhid.<sup>68</sup>

Di Indonesia, amil zakat telah mendirikan perusahaan yaitu BAZ. Sementara itu, terdapat perkembangan menarik di Indonesia, pengelolaan zakat kini memasuki era baru yaitu diberlakukannya undang-undang tentang hal tersebut yaitu UU No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat dan Keputusan Menteri Agama (KMA). Hukum menunjukkan perlunya BAZ dan LAZ untuk meningkatkan kinerjanya agar menjadi agen zakat yang profesional, terpercaya dan mempunyai program kerja yang jelas dan teratur sehingga mampu mengelola zakat serta menghimpun dan menyalurkannya sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan hidup dan kehidupan para mustahik.

Zakat merupakan sebagian dari kekayaan yang harus dikeluarkan oleh setiap orang Islam dengan jumlah yang telah ditentukan agar dapat menjadi sumber daya manusia. Tujuan mengelola zakat adalah untuk mencapai keberhasilan dan kecakapan dalam penggunaannya, terutama dalam hal kegiatan keagamaan. Zakat adalah jenis kewajiban yang sangat penting dalam ajaran agama Islam, yang menjadi pondasi utama dalam memelihara keadilan di masyarakat dan dapat meningkatkan kemakmuran masyarakat.<sup>69</sup> Kegiatan penghimpunan Baznas dan Zakat Infaq Sadeqah (ZIS) terkendala oleh

---

<sup>68</sup> Yusniar Yusuf, Skripsi: "Strategi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat"

<sup>69</sup> Yusniar Yusuf, Skripsi: "Strategi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat"

beberapa faktor seperti kesadaran dan persepsi masyarakat yang masih kurang serta masih rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga BAZNAS.

Selain menerima zakat, BAZNAS juga dapat menerima infak, sedekah dan dana sosial keagamaan lainnya. Pendistribusi dan penggunaannya dilakukan sesuai syariat Islam dan dilakukan pencatatan dalam pembukuan tersendiri. Untuk melaksanakan tugasnya, BAZNAS disuplai biaya Anggaran Pendapatan dan Hak Amil. Sedangkan BAZNAS Provinsi dan BAZNAS Kabupaten/Kota dibiayai dengan Anggaran Pendapatan daerah dan Hak Amil, juga dapat mendapatkan biaya dengan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara.

Dengan demikian, kegiatan sosial BAZNAS membimbing dan mengarahkan masyarakat dengan pikiran terbuka diforum atau lembaga sosial, sehingga masyarakat mengetahui dan memahami pengoperasian sistem BAZNAS. Pengetahuan ini tentunya harus didukung oleh berbagai pihak baik di masyarakat maupun lembaga sosial. Terdapat banyak lembaga yang mengelola zakat tersebar di negara Indonesia dan salah satunya Baznas Cilacap. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kiprah BAZNAS Cilacap dalam penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Guna menyelesaikan penulisan proposal penelitian ini penulis menggunakan jenis dan pendekatan penelitian kualitatif. Yaitu merupakan jenis penelitian yang terstruktur dilakukan tanpa mengubah objek yang sedang diteliti. Hal mana yang diinginkan dari penelitian ini bukanlah kesimpulan umum yang berupa angka-angka melainkan makna dari objek tersebut yang bersifat kualitatif dari fenomena yang diamati.<sup>70</sup>

Penelitian ini berupa pengumpulan data secara langsung dari BAZNAS Cilacap. Dalam penelitian ini penulis mencoba memahami bagaimana strategi dan implementasi komunikasi penyiaran agama Islam melalui penyaluran zakat produktif dengan bantuan penelitian kualitatif deskriptif.<sup>71</sup>

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan pada tanggal 14 Agustus 2023 sampai dengan selesai di BAZNAS Kabupaten Cilacap.

#### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Seperti disebut dalam rumusan masalah bahwa penelitian ini memfokuskan pada tema strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif di Baznas Cilacap, maka sasaran penelitian ini ialah implementasi zakat produktif sebagai sarana penyiaran agama Islam di BAZNAS Cilacap.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Sebelum penulis melakukan penulisan proposal skripsi ini penulis melakukan pengumpulan data dengan metode sebagai berikut:

---

<sup>70</sup> Uslaini Rahma Nasution, Skripsi : *Analisis Strategi Peningkatan Kesejahteraan Mustahik Melalui Program Pendayagunaan UMKM Oleh Lazizmu Kota Medan* (Medan : UMSU,2021),Hal.25.

<sup>71</sup> Uslaini Rahma Nasution, Skripsi : *Analisis Strategi Peningkatan Kesejahteraan Mustahik Melalui Program Pendayagunaan UMKM Oleh Lazizmu Kota Medan*”

### 1. Observasi

Observasi merupakan aktifitas mengumpulkan data dengan cara mengamati dan mencatat data-data atau informasi penting untuk kemudian dipilih dan dijadikan sumber data. Dengan metode ini penulis terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data secara langsung dan mengumpulkan informasi di BAZNAS Cilacap.<sup>72</sup> Dengan demikian penulis memperoleh data yang diperlukan secara objektif tentang peran BAZNAS dalam pengaplikasian strategi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif yang dalam merealisasikannya bekerja sama antara BAZNAS Cilacap dengan duta zakat yang terdiri dari penyuluh agama Islam.<sup>73</sup>

### 2. Wawancara

Di samping menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi dan dokumentasi, penelitian ini juga menggunakan metode wawancara. Wawancara dilakukan dengan cara mendatangi lembaga BAZNAS atau anggota BAZNAS Cilacap. Hal tersebut dilakukan guna memperoleh data-data yang berkaitan dengan strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif di BAZNAS Cilacap.<sup>74</sup>

### 3. Dokumentasi

Seperti dikemukakan dalam sumber data bahwa penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif atau penulisan kepustakaan maka cara yang kedua penulis gunakan untuk memperoleh data ialah melalui metode dokumentasi. Metode ini dilakukan dengan cara bahan-bahan atau data-data berupa buku-buku atau rujukan yang terdapat pada artikel atau berada pada seseorang maupun media lain yang relevan dengan tema penelitian di atas dikumpulkan, dipilah, untuk kemudian dipilih dan didokumentasikan

---

<sup>72</sup> Ade Maman, Skripsi : *Peran Lembaga Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Baznas Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Mustahik* ( Jakarta :UMJ,2020),Hal.52.

<sup>73</sup> Ayu Nursinah, Skripsi : *“Analisis Pengelola Dan Pendistribusian Dana Zakat Produktif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik Dengan Menggunakan Qardhul Hasan”* ( Lampung :UIN Raden Intan Lampung,2022),Hal.16.

<sup>74</sup> Ayu Nursinah, Skripsi : *“Analisis Pengelola Dan Pendistribusian Dana Zakat Produktif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik Dengan Menggunakan Qardhul Hasan”*

sebagai sumber data. Sumber data tersebut kemudian dimasukkan ke dalam tema strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produkti di BAZNAS Cilacap yang komprehensif dan mudah dipahami.<sup>75</sup> Dokumentasi yang diperoleh oleh peneliti berupa pengabdian momen dan penyampaian secara tertulis.

#### **E. Teknik analisa data**

Penulis dalam menganalisa data untuk mencapai kesimpulan menggunakan teori analisa data yang di gagas oleh Miles dan Huberman. Analisis data Menurut Miles & Huberman analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi.<sup>76</sup> Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

##### **1. Reduksi data**

Penulis dalam hal ini melakukan reduksi data dengan cara seleksi data yaitu data-data yang masih mentah kemudian disederhanakan dan didefinisikan. Reduksi data tersebut berlanjut selama penulisan ini berlangsung.. Selama pengumpulan data berlangsung maka berlangsung proses reduksi lainnya seperti: pembuatan, rangkuman, pengkodean, perencanaan, pembuatan cluster, pembuatan partisi, pembuatan memo hingga data akhir didapatkan.

Dengan reduksi data, peneliti tidak perlu mengartikannya sebagai angka. Data yang diperoleh disederhanakan dan dimodifikasi dengan berbagai cara, yaitu: dengan seleksi yang ketat, dengan ringkasan atau deskripsi singkat, dengan mengklasifikasikan sebagai model yang luas dari sebelumnya.

---

<sup>75</sup>Ayu Nursinah, Skripsi : “Analisis Pengelola Dan Pendistribusian Dana Zakat Produktif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik Dengan Menggunakan Qardhul Hasan”

<sup>76</sup> Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992, hlm. 16.

## 2. Penyajian data

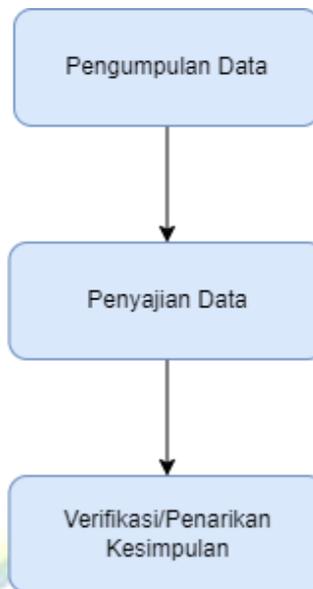
Setelah penulis mendapatkan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara maka data-data tersebut diolah untuk kemudian di sajikan kembali dalam bentuk narasi-narasi yang memudahkan pembaca memahami tulisan yang didapat. Penulis juga tetap masih memperhatikan kritik dan saran selama proses penulisan berlangsung. Teori di atas seperti halnya dikemukakan oleh Miles & Huberman yang mana membatasi penyajian menjadi satu set informasi terstruktur yang memungkinkan kesimpulan dapat dicapai. Mereka percaya pada pertunjukan itu lebih baik adalah metode utama analisis kualitatif yang baik yang meliputi: berbagai jenis matriks, grafik dan jaringan. Hal ini dirancang untuk menggabungkan informasi terstruktur dalam suatu format yang kuat dan mudah pahami. Oleh karena itu, peneliti dapat melihat apa yang terjadi dan memutuskan apakah akan mencapai suatu kesimpulan yang benar atau terus melakukan penelitian seperti saran-saran yang dapat membatu penulisan ini.

## 3. Menarik kesimpulan

Setelah penulis melakukan pengumpulan data dan penyajian data selanjutnya melakukan pembuatan kesimpulan. Menurut Miles & Huberman bahwa kesimpulan hanyalah sebagian proses dari keseluruhan perencanaan. Kesimpulan ini dikonfirmasi selama penyelidikan. Ulasan ini mungkin lebih memudahkan peneliti pada waktu penulisan berupa: jurnal linguistik, catatan lapangan atau mungkin *intersubjektif* dan memperluas upaya untuk menyalin ke dalam kumpulan data lain. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggung jawabkan. Selengkapnya proses analisis data, penyajian data hingga penarikan kesimpulan dengan menggunakan model analisis data Miles dan Huberman dapat dilihat pada skema berikut :<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Milles dan Huberman, “*Analisis Data Kualitatif*”



**Gambar 3. 1** Skema analisis data Miles dan Huberman



## **BAB IV**

### **HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum BAZNAS Kabupaten Cilacap**

##### **1. Sejarah Kelembagaan BAZNAS Kabupaten Cilacap**

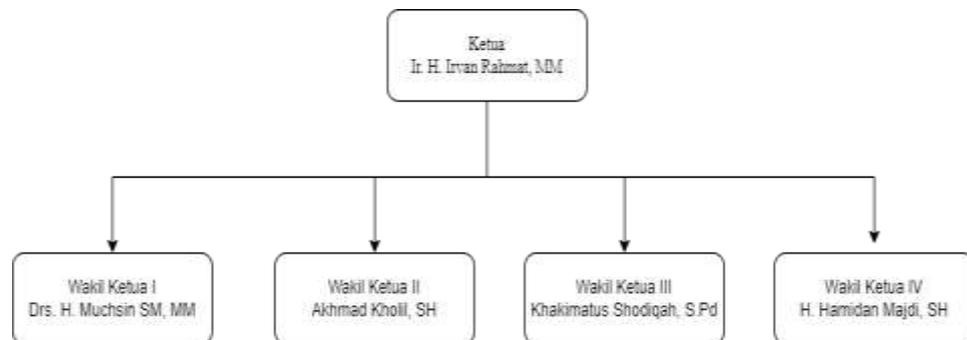
Satu Dekade Pengelolaan Zakat yang tercermin dalam UU No.38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat adalah sejarah tak terpisahkan dari Sejarah Badan Amil Zakat Nasional baik ditingkat Nasional dan BAZDA di tingkat Propinsi maupun Daerah. Berdasarkan kajian tokoh dan ahli zakat pada perjalanan selanjutnya, tercatat masih perlu ada optimalisasi pola dan sistem pengelolaan ZIS, sehingga membutuhkan revisi dan perbaikan regulasi, sehingga pada tahun 2011, terbitlah UU No. 23 Tahun 2011 sebagai bagian dari perbaikan sistem Pengelolaan ZIS di Indonesia secara Nasional. Bahkan dalam UU No. 23 tahun 2011 ini menegaskan tentang peran BAZNAS sebagai Lembaga Pengelola Zakat di Indonesia.

Berdasarkan Kepres RI No.8 Tahun 2001 Tentang BAZNAS, BAZNAS menjadi Lembaga Pemerintah Non Struktural yang ada dalam Pemerintah RI. Sebagaimana di disebutkan juga dalam Pasal 5 Ayat 3 UU No.23 Tahun 2011, bahwa BAZNAS adalah lembaga Pemerintah Non Struktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama dalam rangka melakukan pengelolaan ZIS. Di Kabupaten Cilacap Sejarah BAZNAS, tidak lepas dari perjalanan sebelumnya dengan nama Badan Amil Zakat Daerah ( BAZDA ) Kabupaten Cilacap dengan kepengurusan oleh beberapa pejabat daerah dan Kemenag kabupaten Cilacap. Sejak pertama kali dibentuk hingga saat ini, tercatat bahwa BAZNAS Kabupaten Cilacap telah mengalami pergantian pengurus sebanyak 6 (enam) kali dalam 5 (lima) periode.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> Dokumentasi pengurus Baznas Kabupaten Cilacap

## 2. Struktur organisasi BAZNAS Kabupaten Cilacap periode 2022-2027



**Gambar 4. 1** Struktur Organisasi Baznas Kabupaten Cilacap periode 2022-2027.

## 3. Visi dan misi

### a. Visi

Mewujudkan badan amil zakat Cilacap yang Amanah, transparan, dan profesional yang mampu mengangkat potensi ekonomi *mustahiq* di Cilacap

### b. Misi

- 1) Meningkatkan kesadaran (*awareness*) muslim untuk berzakat melalui Badan Amil Zakat Kabupaten Cilacap.
- 2) Meningkatkan pengumpulan dan pendayagunaan zakat sesuai dengan ketentuan syariah dan prinsip manajemen modern.
- 3) Meningkatkan kualitas pengelola/amil zakat yang amanah, transparan, dan profesional
- 4) Memaksimalkan pesan zakat dalam menanggulangi kemiskinan di Cilacap melalui sinergi, koordinasi dan integrasi dengan Lembaga terkait.
- 5) Meningkatkan status *mustahiq* menjadi *muzakki* melalui pemulihan peningkatan kualitas SDM dan pengembangan ekonomi masyarakat.<sup>79</sup>

<sup>79</sup> Dokumentasi pengurus Baznas Kabupaten Cilacap

#### 4. Program BAZNAS Kabupaten Cilacap

##### a. Penghimpunan

- Aparatur Sipil Negara
- Pengusaha
- Profesional
- BUMD/BUMN
- Zakat perhiasan
- Zakat perdagangan
- Zakat hewan ternak
- Zakat pertanian

##### b. Penyaluran

Secara implementasi strategi penyaluran ditujukan pada penanggulangan kemiskinan melalui ikhtiar pendistribusian dan pendayagunaan BAZNAS Kabupaten Cilacap yang tergambar dalam 5 Program Utama yaitu:

- 1) Cilacap Makmur adalah program ekonomi keumatan berupa pemberian bantuan modal usaha dan sarana usaha kepada *mustahiq* dalam rangka meningkatkan ketahanan ekonomi. Pelaksanaan program ini bertujuan meningkatkan martabat keluarga kurang mampu dengan model berkelompok maupun perorangan. Meningkatkan akses pembiayaan yang sebelumnya hanya terbatas pada usaha rumah tangga dan jenis usaha mikro lainnya sehingga dapat mempercepat pengembangan sektor ril. Misi jangka panjang program ini adalah mendorong tumbuhnya wirausahawan baru melalui pengembangan komunitas usaha supermikro dengan prinsip pengelolaan syariah.
- 2) Cilacap Sehat adalah program kesehatan yang bertujuan memberikan bantuan kesehatan yang menyeluruh bagi seluruh masyarakat miskin untuk dapat hidup sehat, produktif dan sejahtera. Misi program jangka panjangnya adalah memberikan

bantuan kesehatan untuk masyarakat tidak mampu dan mengupayakan berdirinya Rumah Sehat.

- 3) Cilacap Cerdas adalah program pendidikan berupa pemberian bantuan untuk penerima manfaat yang berasal dari keluarga miskin dan rentan (misal dari keluarga/rumah tangga pemegang Kartu Keluarga Sejahtera) atau anak yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Program ini merupakan bagian penyempurnaan dari program bantuan siswa miskin. Misi jangka panjang dari program ini adalah membantu menopang pendidikan dasar, menengah dan tinggi bagi masyarakat tidak mampu dan mengupayakan berdirinya sekolah kebangsaan
- 4) Cilacap Peduli adalah program sosial kemanusiaan yang berorientasi pada perbaikan pribadi dan lingkungan serta menyiapkan wilayah binaan menjadi subyek terhadap perbaikan yang lebih baik. Misi jangka panjang program ini adalah mewujudkan aksi peduli dalam program kemanusiaan dan pemberdayaan lingkungan melalui komunitas binaan berbasis potensi lokal.
- 5) Cilacap Taqwa adalah program dakwah berupa kegiatan syiar Islam dalam rangka menanggulangi keterbelakangan agama secara pengetahuan maupun infrastruktur. Misi jangka panjang program ini adalah mengokohkan peran zakat terhadap syiar Islam melalui revitalisasi dan pembangunan pusat layanan pemberdayaan umat.<sup>80</sup>

#### 5. Tinjauan performa zakat Kabupaten Cilacap

Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir *performence* Zakat di Kabupaten Cilacap cukup mengalami perkembangan dan Pertumbuhan yang baik. Sejak resminya BAZNAS Kabupaten menjadi Lembaga Pemerintah Non Struktural yang di tandai dengan diberikannya SK Bupati Cilacap pada tahun 2017, kepada 5 Pimpinan BAZNAS Kabupaten Cilacap pada periode 2017 - 2022. Untuk itulah Tahun 2017 menjadi tahun kelahiran

---

<sup>80</sup> Dokumentasi pengurus Baznas Kabupaten Cilacap

dan awal langkah BAZNAS Kabupaten Cilacap melanjutkan *Ghirrah* memaksimalkan manfaat Zakat di Kabupaten Cilacap.

Pada tahun 2018, menjadi Tahun Pondasi untuk penataan organisasi secara bertahap, termasuk melakukan sinergi dan kolaborasi program dengan berbagai program penghimpunan dan penyaluran, melakukan pelatihan untuk menggali wawasan individu, mengimplementasikan Aturan yang berlaku, dan memberdayakan potensi Amil yang ada. Tahun pondasi juga tahun konsolidasi Pengelola BAZNAS Kabupaten Cilacap dengan berbagai pihak secara maksimal, agar prinsip - prinsip pengelolaan bisa terlaksana secara maksimal. Termasuk azas Penyaluran seperti Asas Merata, Kewilayahan dan Keadilan bisa menjadi ruh dalam penyaluran, sehingga kepercayaan *Muzzaki* akan bisa berdampak pada peningkatan pertumbuhan ZIS dikemudian hari. Tahun 2019, Tahun Koordinasi, Tahun ini menjadi bagian penting dari BAZNAS Kabupaten Cilacap mengkoordinasikan dan mensinergikan gerakan Zakat pada semua *Stakeholder*.

Melalui koordinasi maksimal dalam pengelolaan ZIS utamanya dalam lingkup pemerintah dalam proses penghimpunan, selain sosialisasi dan upaya penguatan publikasi, BAZNAS Kab Cilacap didukung penuh oleh Pemerintah Kabupaten Cilacap dengan berbagai momentum kolaborasi baik penghimpunan atau Penyaluran seperti dilakukannya Rapat Evaluasi Penghimpunan ZIS di Pemda Kabupaten Cilacap yang mengundang OPD dan UPZ OPD untuk mengevaluasi penghimpunan di masing masing OPD. Sehingga dampak dari pola Rapat Evaluasi ini menjadi bagian penting dari meningkatnya pertumbuhan Zakat di Kabupaten Cilacap. Tahun 2020, tahun pertumbuhan ZIS, bagi BAZNAS Kabupaten Cilacap Tahun 2020 merupakan peluang strategi untuk pertumbuhan ZIS, karena setelah tahun sebelumnya dengan upaya maksimal, dengan Evaluasi penghimpunan dilingkungan yang berakibat tumbuhnya

Gerakan Zakat, secara maksimal, termasuk pola penyaluran ZIS yang memberikan bukti manfaat pada *mustahiq*, yang berefek pada kepercayaan

(*trust*) yang meningkat dalam pertumbuhan gerakan ZIS kemudian hari. Tahun 2021, Tahun tinggal Landas, kendati covid 19 cukup menghentak tahun sebelumnya, tetapi dengan upaya tanpa menyerah, akhir tahun 2020 BAZNAS Kabupaten Cilacap mengalami perkembangan yang cukup pesat. Pertumbuhan ZIS BAZNAS Kabupaten Cilacap dilihat oleh BAZNAS Propinsi Jateng, sehingga BAZNAS Kabupaten Cilacap diberi penghargaan oleh BAZNAS Propinsi sebagai BAZNAS terbaik yang mengalami pertumbuhan ZIS dalam kurung waktu 4 tahun terakhir.

#### 6. Sinergi dan kolaborasi program

UU No 23/2011 Secara lengkap menjelaskan tujuh asas yang menjadi dasar pengelolaan Zakat. Ketujuh asas tersebut adalah Syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi, dan *akuntabilitas*. Zakat sebagai kewajiban harta yang harus diambil (dipungut) memerlukan peran Negara. Sebagaimana Fatwa MUI Nomor 8 Tahun 2011 tentang AMIL ZAKAT bahwa Amil Zakat adalah (a) seseorang atau sekelompok orang yang diangkat oleh Pemerintah atau (b) seseorang atau sekelompok orang yang dibentuk oleh masyarakat dan disahkan oleh Pemerintah untuk mengelola pelaksanaan ibadah zakat.

Contoh tindakan tegas Abu Bakar sebagai khalifah terhadap para pembangkang kewajiban zakat. Inilah kemudian diperlukan sinergitas dan kolaborasi dalam pengelolaan zakat dengan berbagai pihak, sehingga manfaat zakat akan lebih maksimal. Sehingga penyaluran zakat harus memberikan sebesar-besarnya manfaat bagi *mustahik* dan dilakukan secara adil. Penyaluran zakat harus mencakup *mustahik* yang mau meminta maupun yang menahan diri dari meminta (perhatikan QS Al-Ma'arij: 24-25). Oleh karena itu, beberapa hal berikut sangat penting untuk para pengelola zakat dalam penyaluran zakat :

- a. Menjadi kebutuhan mendesak para pengelola zakat memiliki data base *mustahik* yang lengkap dan terintegrasi.
- b. Berbagai bentuk program yang digulirkan sebagai pelaksanaan penyaluran harus berbasiskan kebutuhan para *mustahik* dalam rangka

mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan. Mempertimbangkan kondisi *mustahik*, maka penyaluran dalam bentuk santunan (konsumtif) dan pemberdayaan (produktif) harus dilakukan secara proporsional dan berkesinambungan.

- c. Standar kriteria dan pelayanan *mustahik* yang berlaku di setiap pengelola zakat harus sama sehingga tidak terjadi *mustahik* merasa nyaman dengan satu pengelola zakat dan merasa tidak enak dengan pengelola zakat yang lain.<sup>81</sup>

#### 7. Zakat produktif

Zakat produktif ialah model pendistribusian zakat yang dapat membuat para *mustahik* menghasilkan sesuatu secara terus menerus, dengan menggunakan harta zakat yang telah diberikan. Zakat produktif adalah harta zakat yang diberikan kepada *mustahiq* tidak dihabiskan atau dikonsumsi tetapi dikembangkan dan digunakan untuk membantu usaha mereka, sehingga dengan usaha tersebut *mustahiq* dapat memenuhi kebutuhan hidup secara terus menerus.

Untuk mencapai produktif, maka perlu adanya pengelolaan. Pengelolaan berasal dari kata mengelola yang berarti mengendalikan atau menyelenggarakan. Sedangkan tren pengelolaan berarti proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, atau dapat juga diartikan proses pemberian pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. Jadi, pengelolaan menyangkut proses suatu aktifitas. Dalam kaitannya dengan zakat, proses tersebut meliputi sosialisasi zakat produktif, pengumpulan zakat, pendistribusian dan pendayagunaan serta pengawasan.

Dengan demikian pengelolaan zakat produktif adalah proses dan pengorganisasian sosialisasi, pengumpulan, pendistribusian, dan pengawasan dalam pelaksanaan zakat. Oleh sebab itu diperlukan empat fungsi manajemen yang meliputi perencanaan (*planning*),

---

<sup>81</sup> Dokumentasi pengurus Baznas Kabupaten Cilacap

pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).

Dalam penyaluran zakat produktif terdapat dua macam yaitu: zakat produktif tradisional dan produktif kreatif, guna untuk membantu fakir miskin mencapai hidup yang layak dan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Zakat produktif tradisional adalah zakat yang diberikan dalam bentuk barang-barang produktif. Misalnya kambing, sapi, mesin jahit, alat-alat pertukaran, dan sebagainya. Pemberian zakat ini juga dapat memberikan lapangan kerja fakir miskin.

Zakat produktif kreatif merupakan pendayagunaan zakat untuk mewujudkan dalam bentuk modal yang dapat digunakan, baik untuk membangun suatu proyek sosial maupun untuk membantu atau menambah modal seseorang pedagang atau pengusaha kecil. Misalnya kerajinan tangan, barang bekas menjadi hiasan ataupun sebagainya.<sup>82</sup>

Berikut ini beberapa ulama modern dan ilmuan telah mencoba mengkategorikan pendayagunaan zakat dalam persefektif yang luas mencakup edukatif, produktif dan ekonomis. Dalam kehidupan sosial sekarang, pengelola dan penyaluran zakat untuk penduduk miskin harus mencakup:

- a. Pembangunan prasana dan sarana pertanian sebagai kesejahteraan ekonomi rakyat, daam pengertian yang luas.
- b. Pembangunan sektor industri yang secara langsung memberikan kesejahteraan rakyat banyak.
- c. Penyelenggaraan pendidikan ketrampilan dan kejuruan untuk pengentasan pengangguran.
- d. Pemberian modal usaha kepada *mustahik* sebagai langkah awal mendirikan usaha.
- e. Jaminan hidup orang-orang jompo, yatim, piatu dan orang-orang yang tidak mempunyai pekerjaan.

---

<sup>82</sup> Ahmad thoharul anwar, "Jurnal Zakat Produktif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat". Vol. 5, No. 1, Juni 2015

- f. Pengadaan sarana dan prasana kesehatan bagi setiap warga atau rakyat yang membutuhkan.
- g. Pengadaan sarana dan prasana yang erat hubungannya dengan maksud mensejahterakan rakyat lapisan bawah.

Adapun kebijakan pemerintah tentang pengelolaan zakat sebagai berikut ini :

- a. Pokok-pokok pikiran undang-undang pengelolaan zakat
  - 1) Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk beribadat menurut agamanya masing-masing.
  - 2) Penunaian zakat merupakan kewajiban umat Islam dan merupakan sumber dana untuk kesejahteraan masyarakat.
  - 3) Zakat merupakan pranata keagamaan untuk mewujudkan keadilan sosial.
  - 4) Upaya sistem pengelolaan zakat perlu terus ditingkatkan agar berhasil dan berdaya, untuk itu diperlukan undang-undang pengelolaan zakat.
  - 5) Potensi zakat, infak dan sadaqah cukup besar dan sangat dibutuhkan oleh umat, sedangkan dasar hukum pengelolaannya belum cukup kuat.
  - 6) Zakat sudah menjadi agenda kerjasama negara-negara ASEAN.
- b. Asas pengelolaan zakat
 

Pengelolaan zakat berasaskan iman dan *taqwa*, keterbukaan, dan kepastian hukum sesuai dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
- c. Tujuan pengelolaan zakat
  - 1) Meningkatkan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan tuntunan agama.
  - 2) Meningkatkan fungsi dan peranan pranata keagamaan dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial.
  - 3) Meningkatkan hasil guna dan daya guna zakat.

d. Pengertian – pengertian

- 1) Pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat.
- 2) Zakat adalah harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau badan yang dimiliki oleh orang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya.
- 3) *Muzakki* adalah orang atau badan yang dimiliki oleh orang muslim yang berkewajiban menunaikan zakat.
- 4) *Mustahiq* adalah orang atau badan yang berhak menerima zakat.
- 5) Agama adalah agama Islam.
- 6) Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang agama.

e. Organisasi pengelolaan zakat

- 1) Pengelolaan zakat dilakukan oleh badan amil zakat yang dibentuk oleh pemerintah.
- 2) Pembentukan badan amil zakat :
  - Nasional oleh Presiden atas usul Menteri.
  - Daerah Propinsi oleh Gubernur atas usul Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi.
  - Daerah Kabupaten atau Daerah Kota oleh Bupati atau Wali Kota atas usul Kepala Kantor Departemen Agama Kabupaten atau Kota.
  - Kecamatan oleh Camat atas usul Kepala Kantor Urusan Agama Kecamatan.
- 3) Badan Amil Zakat (BAZ) adalah organisasi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah terdiri dari unsur masyarakat dan pemerintah dengan tugas mengumpulkan, mendistribusikan dan mendayagunakan zakat sesuai dengan ketentuan agama.

- 4) BAZ di semua tingkatan memiliki hubungan kerja yang bersifat koordinatif, konsultatif dan informatif.
- 5) Organisasi BAZ terdiri dari atas unsur/dewan pertimbangan, unsur/komisi pengawas dan unsur/badan pelaksana.
- 6) BAZ di semua tingkatan dapat membentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ).
- 7) UPZ adalah satuan organisasi yang dibentuk oleh BAZ di semua tingkatan dengan tugas mengumpulkan zakat untuk melayani *muzakki* yang berada pada desa/kelurahan, instansi-instansi pemerintah dan swasta baik dalam negeri maupun luar negeri.
- 8) Lembaga Amil Zakat (LAZ) dikukuhkan, dibina dan dilindungi oleh pemerintah.
- 9) LAZ adalah instansi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk atas prakarsa masyarakat yang bergerak di bidang dakwah, pendidikan, sosial dan kemaslahatan umat Islam.
- 10) Pengukuhan LAZ oleh pemerintah, di Pusat oleh Menteri Agama dan di Daerah Propinsi oleh Gubernur atas usul Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi.
- 11) Persyaratan untuk dapat dikukuhkan sebagai LAZ tingkat Propinsi adalah :
  - Berbadan hukum.
  - Memiliki data *muzakki* dan *mustahiq*.
  - Telah beroperasi minimal selama dua tahun.
  - Memiliki laporan keuangan yang telah diaudit oleh akuntan publik selama dua tahun terakhir.
  - Memiliki wilayah operasional minimal 40% dari jumlah Kabupaten/Kota di Propinsi tempat lembaga berada.
  - Mendapat rekomendasi dari Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi setempat.

- Telah mampu mengumpulkan dana Rp500.000.000,-(lima ratus juta rupiah) dalam satu tahun.
- Melampirkan surat pernyataan bersedia disurvei oleh Tim yang dibentuk oleh Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi dan diaudit oleh akuntan publik.
- Dalam melaksanakan kegiatan bersedia berkoordinasi dengan BAZ Daerah dan Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi wilayah operasional.

f. Pengumpulan zakat

- 1) Pengumpulan zakat dilakukan oleh BAZ/LAZ.
- 2) BAZ/LAZ dapat bekerja sama dengan bank dalam pengumpulan zakat.
- 3) Harta yang dikenai zakat adalah :
  - Emas, perak dan uang.
  - Perdagangan dan perusahaan.
  - Hasil pertanian, hasil perkebunan, dan hasil perikanan.
  - Hasil pertambangan.
  - Hasil peternakan.
  - Hasil pendapatan dan jasa.
  - *Rikāz*.
  - *Muzakki* melakukan perhitungan sendiri hartanya dan kewajiban zakatnya berdasarkan hukum agama.
- 4) Zakat yang dibayarkan kepada BAZ atau LAZ dapat mengurangi penghasilan kena pajak.
- 5) BAZ dapat menerima harta selain zakat, seperti infak, sadaqah, hibah, wasiat, waris, dan *kafarat*.
- 6) BAZ di semua tingkatannya dalam melaksanakan pengumpulan zakat mempunyai lingkup kewenangan masing-masing.
- 7) Lingkup kewenangan pengumpulan zakat :

- BAZ Nasional mengumpulkan zakat dari *muzakki* pada instansi/lembaga pemerintah tingkat pusat, swasta nasional dan luar negeri.
  - BAZDA Propinsi mengumpulkan zakat dari *muzakki* pada instansi/lembaga pemerintah dan swasta, perusahaan-perusahaan, dan dinas daerah propinsi.
  - BAZDA Kabupaten/Kota mengumpulkan zakat dari *muzakki* pada Instansi/lembaga pemerintah dan swasta, perusahaan-perusahaan, dan dinas daerah kabupaten / kota.
  - BAZDA Kecamatan mengumpulkan zakat dari *muzakki* pada Instansi/lembaga pemerintah dan swasta, perusahaan-perusahaan kecil dan pedagang serta pengusaha di pasar.
  - Unit Pengumpul Zakat (UPZ) di desa/kelurahan mengumpulkan zakat termasuk zakat fitrah dari *muzakki*.
- g. Pendayagunaan zakat
1. Pendayagunaan hasil pengumpulan zakat untuk *mustahiq* dilakukan berdasarkan persyaratan sebagai berikut:
    - Hasil pendataan dan penelitian kebenaran *mustahiq* delapan asnaf yaitu *fakir*, miskin, *amil*, *muallaf*, *riqab*, *gharim*, *sabillah* dan *ibnu sabil*.
    - Mendahulukan orang-orang yang paling tidak berdaya memenuhi kebutuhan dasar secara ekonomi dan sangat memerlukan bantuan.
    - Mendahulukan *mustahiq* dan wilayah masing-masing
  2. Prosedur pendayagunaan hasil pengumpulan zakat untuk usaha produktif ditetapkan sebagai berikut:
    - Melakukan studi kelayakan.
    - Menetapkan jenis usaha produktif.
    - Melakukan bimbingan dan penyuluhan.
    - Melakukan pemantauan, pengendalian dan pengawasan.

- Mengadakan evaluasi dan membuat laporan.
  - Pengawasan terhadap pengelolaan zakat.
- h. Pengawasan terhadap pengelolaan zakat
- 1) Pengawasan terhadap pelaksanaan tugas BAZ dilakukan oleh komisi pengawas.
  - 2) Pimpinan komisi pengawas dipilih langsung oleh anggota.
  - 3) Komisi pengawas berkedudukan di semua tingkatan BAZ.
  - 4) Dalam melakukan pemeriksaan keuangan BAZ, komisi pengawas dapat meminta bantuan akuntan publik.
  - 5) Masyarakat dapat berperan serta dalam pengawasan BAZ dan LAZ.
  - 6) Hasil pengawasan disampaikan kepada Badan Pelaksana dan Dewan Pertimbangan untuk dibahas tindak lanjutnya, sebagai bahan pertimbangan atau sebagai bahan penjatuhan sanksi apabila terjadi pelanggaran.
  - 7) Dalam hal ditemukan pelanggaran maka segera dilakukan tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- i. Laporan pengelolaan zakat
- 1) BAZ memberikan laporan tahunan pelaksanaan tugasnya kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia atau kepada Dewan Perwakilan Rakyat Daerah sesuai dengan tingkatannya.
  - 2) BAZ dan LAZ memberikan laporan tahunan kepada pemerintah sesuai dengan tingkatannya.
  - 3) Materi laporan meliputi semua kegiatan yang telah dilakukan seperti berbagai kebijakan yang telah diputuskan dan dilaksanakan serta laporan tentang pengumpulan dan pendayagunaan dana zakat.

j. Sanksi dalam pengelolaan zakat

- 1) Setiap pengelola zakat yang karena kelalaiannya tidak mencatat atau mencatat dengan tidak benar harta zakat, *infak*, *sadaqah*, *hibah*, wasiat, waris dan *kafarat* diancam dengan hukuman kurungan selama-lamanya tiga bulan dan / atau denda sebanyak-banyaknya Rp30.000.000,- (tiga puluh juta rupiah).
- 2) Setiap petugas BAZ dan LAZ yang melakukan tindak pidana kejahatan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

k. Lain-lain

- 1) *Muzakki* yang berada atau menetap di luar negeri, pengumpulan zakatnya dilakukan oleh UPZ pada perwakilan RI, yang selanjutnya diteruskan kepada BAZ Nasional.
- 2) Masa tugas kepengurusan BAZ selama tiga tahun.
- 3) Pemerintah wajib membantu biaya operasional BAZ.
- 4) Selambat-lambatnya dua tahun sejak diundangkannya undang-undang ini setiap organisasi pengelolaan zakat yang telah ada wajib menyesuaikan menurut ketentuan undang-undang ini.<sup>83</sup>

## B. Strategi Komunikasi Baznas Cilacap

Guna mempermudah penulis dalam meneliti strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif di Baznas Cilacap. Penulis memaparkan teori strateginya terlebih dulu. Strategi adalah suatu cara yang akan digunakan oleh seseorang atau suatu kelompok untuk melaksanakan suatu kegiatan atau pekerjaan, baik cara itu sudah direncanakan atau belum direncanakan. Mintzberg dkk ,menyebutkan strategi sebagai upaya terencana yang dilakukan suatu organisasi untuk mencapai apa yang diinginkannya. Dua hal penting dari pengertian tersebut adalah pertama sebagai upaya bahwa strategi dakwah yang diciptakan seorang da'i berbentuk suatu usaha dimana

---

<sup>83</sup> Drs. K.H. Mughni labib, M.SI, Zakat Teori Dan Aplikasinya, (Pustaka Senja ) 109.

usaha tersebut berbentuk metode, keputusan, program, kebijakan, peraturan, dll.<sup>84</sup>

Yang digunakan oleh para da'i untuk menyebarkan ajaran agama Islam. Kedua strategi tersebut harus direncanakan, strategi yang direncanakan dengan matang akan sangat bermanfaat bagi seorang da'i dalam memperkecil kesalahan dan resiko selama menjalankan strategi dakwah diciptakan dapat bekerja secara terarah, seorang da'i tidak akan mengurangi beberapa tindakan yang berkaitan dengan penerapan strategi dakwah yang dilakukan, serta memungkinkan khotib agar lebih mudah mengevaluasi strategi dakwah yang diterapkan.<sup>85</sup>

Strategi juga dapat diartikan sebagai suatu metode atau taktik, yang digunakan dalam kegiatan penyebaran agama, yang berperan penting dalam proses keberhasilan berdakwah, sejalan berkembangnya zaman ada banyak media serta taktik dalam melakukan penyebaran agama diantaranya dengan sosial media, live kajian, power point dan masih banyak yang lainnya. Globalisasi yang terjadi sekarang menuntut da'i untuk dapat menggunakan sarana media internet dan sejenisnya untuk berdakwah sebab di era sekarang masyarakat lebih tertarik menonton secara online dari pada harus datang ke tempat pengajian atau masjid oleh karena itu menggunakan media dakwah yang tetap salah satunya media massa merupakan keharusan dan tuntutan zaman.<sup>86</sup> Sesuai teori yang terdapat pada BAB II terkait strategi komunikasi dalam menyampaikan pesan dakwah, dan juga berdasarkan data yang telah diperoleh dengan metode yang dilakukan sesuai pada BAB III, maka pada BAB IV penulis mencoba merumuskan data yang telah diperoleh dengan menganalisa data tersebut. Melalui tiga tahapan, strategi komunikasi Baznas Cilacap dalam menyampaikan dakwahnya, pelaksanaan strategi berikut ini :

---

<sup>84</sup> Mintzberg (1991) dalam Solihin (2012); David (2012); Hunger & Wheelen (2009); Robert (2008); Suyanto (2009)

<sup>85</sup> Ach. Baidowi dan Moh. Salehodidin "Strategi Dakwah Di Era New Normal", Jurnal muttaqin: e- ISSN, Vol 2. No 1 ( januari 2021) 59.

<sup>86</sup> Murniati Sirajuddin, "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet" , jurnal. Hal 13.

Menurut Muhammad Ali Al Bayanuni berpendapat bahwa strategi dakwah dibagi dalam tiga bentuk diantaranya :<sup>87</sup>

### 1. Strategi sentimentil (*al-manhaj al-athifi*)

Strategi sentimentil (*al-manhaj al-athifi*) adalah dakwah yang menitikberatkan pada bagian hati dan merangsang emosi serta pikiran batin mitra dakwah. Menasehati sesama manusia, memanggil dengan lembut, atau memberikan pelayanan adalah beberapa cara yang keluar dari rencana ini. Cara ini cocok bagi para *mustahik* atau orang yang menerima zakat.

### 2. Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqli*)

Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqli*) adalah dakwah dengan banyak metode yang terfokus pada aspek rasional. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, berefleksi dan belajar. Menggunakan aturan logis, mendiskusikan atau menyajikan contoh dan bukti sejarah adalah beberapa metode perencanaan logis. Al-Qur'an menganjurkan penggunaan berbagai metode rasional antara lain: *tafakkur*; *tadzakkur*; *nazhar*; *taammul*; *i'tibar*; *tadabbur* dan *istibshar*.

*Tafakkur* menggunakan pemikiran untuk mencapai hal ini dan memikirkannya; *tadzakkur* memberikan ilmu yang wajib disimpan ketika terlupakan. *Nazhar* mengarahkan hati untuk berkonsentrasi pada apa yang menjadi perhatiannya; *taamul* artinya mengulangi suatu pemikiran sampai menemukan kebenaran di dalam hatinya; *i'tibar* artinya jalan dari suatu ilmu tertentu ke ilmu lainnya; *tadabbur* adalah upaya untuk merenungkan akibat dari suatu permasalahan; *itibshar* adalah mengungkapkan sesuatu atau mengungkapkannya dan memperlihatkannya ke mata hati. Cara ini cocok bagi para *mustahik* atau orang yang menerima zakat.

### 3. Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi indriawi juga bisa disebut strategi ilmiah. Yang dimaksud dengan sistem dakwah atau metode dakwah yang bertumpu pada panca indera dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan eksperimen. Metode

---

<sup>87</sup> Muhammad Ali Al Bayanuni, "Strategi Dakwah Al Bayanuni", jurnal, Vol.3.No.1 (2018).

rencana gabungan ini adalah amalan keagamaan, teladan dan pertunjukan spektakuler. Cara ini cocok bagi para *mustahik* atau orang yang menerima zakat.

Dahulu Nabi SAW mengamalkan Islam sebagai perwujudan strategi inderawi yang disaksikan oleh para sahabat. Sahabat bisa melihat langsung mukjizat Nabi SAW seperti terbelahnya bulan, bahkan melihat malaikat Jibril dalam wujud manusia. Saat ini, kita menggunakan Al-Quran untuk mendukung atau menolak hasil penelitian ilmiah. Para ahli tafsir menyebutnya “Tafsir Ilmiah”. Adnan Oktar, penulis besar Turki yang menggunakan nama samaran Harun Yahya, menggunakan strategi ini untuk menyebarkan pesannya.

Dari data yang penulis dapatkan di lapangan bahwasannya strategi yang di bawakan atau yang di terapkan oleh Lembaga Baznas Cilacap dalam menyampaikan dakwahnya yaitu ada tiga strategi yang pertama strategi sentimental kedua strategi rasional dan yang terakhir strategi indriawi.

### **C. Strategi Penyiaran Agama Islam Melalui Pemberian Zakat Produktif Di Baznas Kabupaten Cilacap**

Dari data yang penulis dapatkan di lapangan penulis menyimpulkan strategi penyiaran agama Islam melalui pemberian zakat produktif di baznas Kabupaten Cilacap berdasarkan teori R. Wayne Pace, Bren D. Peterson dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Effective Communication Techniques*, menyatakan bahwa tujuan utama dari sebuah strategi komunikasi mencakup tiga tujuan.

#### **1. Tujuan Sentral dari Strategi komunikasi**

R. Wayne Pace, Bren D. Peterson dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Effective Communication Techniques*, menyatakan bahwa tujuan utama dari sebuah strategi komunikasi mencakup tiga tujuan, yaitu: Pertama, memastikan bahwa lawan bicara memahami maksud dari strategi komunikasi tersebut. pesan yang dia terima (untuk memastikan

pemahaman). Kedua, setelah komunikator memahami pesan yang diterimanya, pesan tersebut harus dijabarkan (untuk membangun penerimaan). Ketiga, terakhir, komunikasi bersifat motivasi (untuk memotivasi tindakan).

a. Sosialisasi (*to secure understanding*)

Dalam berkomunikasi akan ada pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Untuk mengetahui pesan tersebut diterima oleh komunikan tentu perlu adanya strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunikator sebelum melakukan komunikasi.

Seperti strategi komunikasi yang dilakukan oleh BAZNAS Cilacap berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan memastikan bahwa komunikan mengerti dengan pesan yang disampaikan komunikator melalui sosialisasi untuk mengetahui nya peneliti telah melakukan wawancara dengan hamidan selaku wakil ketua Baznas Cilacap, beliau mengungkapkan bahwa :

Dalam strategi komunikasi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif untuk memberikan pemahaman kepada *mustahiq* yaitu dengan cara bersosialisasi langsung di masjid-masjid, instansi-instansi yang ada di kabupaten Cilacap sebagai himbauan yang dilakukan terus- menerus oleh BAZNAS Cilacap kepada masyarakat.<sup>88</sup>

Dari pernyataan wakil ketua BAZNAS Cilacap bahwa untuk memastikan komunikan mengerti dengan pesan yang disampaikan komunikator mereka melakukan pendekatan individu dalam strategi komunikasinya. Dalam kegiatan itu juga dilaksanakan nya jadwal pertemuan *mustahik*.

Kemudian ditambahkan pernyataan dari muslihun selaku Staf Baznas Cilacap, beliau mengungkapkan bahwa :

Sosialisasi yang kami lakukan berupa sosialisasi tatap muka langsung dengan tujuan mudah dipahami dengan menggunakan media ppt. sosialisasi ini kami lakukan di desa-desa, kantor pemerintahan

---

<sup>88</sup> Hamidan ( wakil ketua iv ), Wawancara, 14 Agustus 2023, jam 10.00

daerah ataupun balaidesa daerah tersebut yang ada di Kabupaten Cilacap . kami juga dibantu oleh penyuluh agama dalam penyebaran strategi penyebaran agama Islam melalui zakat produktif yang dimana dilakukan jadwal pertemuan setiap bulannya.<sup>89</sup>

Dari pernyataan diatas merupakan strategi komunikasi baznas cilacap untuk memudahkan komunikasi memahami pesan yang akan disampaikan pengurus baznas dan juga penyuluh agama. Melakukan sosialisasi secara langsung dan tatap muka yang bertempat di desa-desa dan perkantoran daerah setempat sosialisasi ini di sampaikan berupaya agar *muzzakki* mudah memahami materi yang disampaikan oleh komunikator ( pengurus baznas cilacap ) tentang dakwah melalui zakat produktif sehingga komunikasi dapat merealisasikan apa yang disampaikan oleh pengurus baznas dan penyuluh agama Cilacap.

b. Pembinaan (*to establish acceptance* )

Setelah pengurus baznas mengadakan sosialisasi yang di adakan mereka membina masyarakat dengan media pembagian zakat produktif, pembinaan ini berupa materi ataupun edukasi melalui media ppt secara tatap muka antara mustahik dan pengurus baznas dibantu juga oleh penyuluh agama Kabupaten Cilacap.

Pemberian materi ini dilakukan kepada para penerima zakat produktif sebagai strategi dakwah baznas cilacap, berupa tentang pengolahan zakat produktif, pengembangan dana zakat produktif ataupun lainnya. Peneliti telah melakukan wawancara dengan akhmad kholil selaku wakil ketua II BAZNAS Cilacap, beliau menyatakan bahwa :

Langkah- Langkah yang dilakukan pengurus BAZNAS Cilacap dalam melaksanakan pembinaan yaitu pertama kami bersosialisasi, memberikan arahan kepada *mustahik* tentang pengelolaan zakat produktif dan juga kajian Islami agar meningkatkan sisi spiritual para mustahik, pembinaan ini dilakukan oleh para pengurus baznas 1 kali

---

<sup>89</sup> Muslihun ( Staf ), Wawancara 20 Agustus 2023, jam 01.00

dalam 1 bulan. Adapula pembinaan melalui radio bercahaya yang di jadwalkan setiap hari jum'at.<sup>90</sup>

Dari pernyataan selaku wakil ketua II Baznas Cilacap bahwa Langkah-langkah yang dilakukan pengurus Baznas Cilacap itu pertama kami bersosialisasi, memberikan arahan kepada *mustahik* tentang pengaplikasian zakat produktif dan pengelolannya yang dimana disitu juga para *mustahik* mendapatkan asupan dakwah untuk meningkatkan sisi spiritualnya. Selanjutnya kami melanjutkan dengan pembinaan kepada para *mustahik*.

Pembinaan ini bertujuan agar para *mustahik* dapat mudah memahami apa yang disampaikan oleh komunikator ( pengurus baznas cilacap ) sehingga hal tersebut menimbulkan motivasi bagi komunikan yang bertujuan adanya perubahan perilaku menjadi lebih baik lagi dan terbinanya sisi keagamaannya para *mustahik*.

c. Motivasi ( *to motivatactio* )

Saat terjadinya komunikasi antar komunikan dan komunikator tentunya akan ada namanya respon atau *feedback*. Respon atau *feedback* inilah sebagai penentu keberhasilan dalam komunikasi apakah komunikan benar-benar memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Respon tersebut dapat dilihat dari perubahan perilaku atau tingkah laku setelah mendapatkan pesan dari komunikator.

Perubahan perilaku atau tingkah laku komunikan termotivasi dalam komunikasi yang telah dilakukan antara komunikan dan komunikator. Motivasi disini berupa Tindakan *mustahik* dalam merespon pesan yang disampaikan pengurus baznas cilacap tentang pembinaan sisi keagamaan para *mustahik* melalui pemberian zakat produktif. Untuk mengetahui bagaimana motivasi tersebut peneliti telah melakukan wawancara dengan muslihun selaku duta zakat atau penyuluh agama beliau menyatakan bahwa:

---

<sup>90</sup> Akhmad kholil ( wakil ketua II ), wawancara, 10 september 2023, jam 10.00

Motivasi yang dilakukan kepada para *mustahik* direalisasikan dengan menggunakan media ppt agar para *mustahik* dapat menerima dan memahami pesan dengan mudah. Adapun media lainnya ialah yes radio dan radio bercahaya yang dilakukan secara rutin pada hari jum'at harapan dari materi-materi yang disampaikan kepada para *mustahik* salah satu nya agar para *mustahiq* lebih giat beribadah nya dan dapat mengelola zakat produktif yang telah diberikan untuk mencukupi kebutuhan para *mustahiq*.<sup>91</sup>

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi penyiaran agama islam melalui zakat produktif memiliki respon dan *feedback* yang baik bagi para *mustahiq*, dari sisi spiritual keagamaannya baik juga sisi ekonominya. Adapun media-media yang dilakukan oleh pengurus baznas dan penyuluh agama Islam ialah melalui media power point, radio, youtube chanel baznas cilacap dan media massa lainnya.

## 2. Korelasi Komponen Dalam Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu ide atau pemikiran agar bisa mencapai tujuan yang telah ditentukan. Menjadi lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen sebagai berikut ini :

### a. Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum kita melakukan komunikasi baiknya kita perlu mengetahui siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita. Dalam hal ini sasaran Baznas Cilacap meliputi umur seseorang yang diantaranya 25 tahun sampai usia 50 tahun. Untuk mengetahui siapa saja yang menjadi sasaran BAZNAS Cilacap dalam menyiarkan strategi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif peneliti telah melakukan wawancara dengan Hamidan selaku wakil ketua Baznas Cilacap beliau mengungkapkan bahwa :

Yang menjadi sasaran dari strategi penyiaran komunikasi Islam melalui zakat produktif ialah masyarakat diantaranya yang berusia 25

---

<sup>91</sup> Muslihun ( Penyuluh agama Cilacap), wawancara, 20 september 2023, jam 01.00

tahun sampai usia 50 tahun. dan Pengurus Baznas Cilacap dibantu oleh duta zakat/ penyuluh agama dalam merealisasikan kegiatan pembinaan keagamaannya. Agar sasaran Baznas Cilacap bisa menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator ( pengurus baznas cilacap dan duta zakat ) maka komunikator harus memiliki strategi yang tepat untuk digunakan. Tetapi sebelum melaksanakan strategi tersebut komunikator terlebih dahulu harus mengenali sasarannya.<sup>92</sup>

Dari pernyataan di atas dapat kita ketahui bahwa yang menjadi sasaran Baznas Cilacap dalam menyebarkan strategi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif adalah seluruh masyarakat umum diantaranya yang berusia 25 tahun sampai dengan 50 tahun di daerah Kabupaten Cilacap dan khususnya kepada para *mustahik* yang ada di Kabupaten Cilacap.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Seperti yang kita ketahui bahwa media komunikasi itu sangatlah banyak jumlahnya mulai dari yang tradisional sampai yang modern. Dan untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, hal ini bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan kita sampaikan dan teknik/metode yang akan digunakan untuk mengetahui media yang digunakan pengurus Baznas Cilacap dan duta zakat peneliti telah melakukan wawancara dengan Hamidan Majdi selaku wakil ketua IV ia menyatakan bahwa :

Media yang digunakan pengurus Baznas cilacap ialah media sosial yakni radio fm Cilacap, Youtube dan Instagram dan juga Email, karena seperti yang kita tau sekarang bahwa media tersebut jangkauannya sangat luas dan merupakan sarana yang tepat untuk mencapai sasaran yang luas. Dengan menggunakan media tersebut mempermudah dalam penyampaian pesan dan menyiarkan sisi keagamaan kepada masyarakat yang luas. Adapun media yang digunakan oleh penyuluh

---

<sup>92</sup> Hamidan ( wakil ketua iv ), Wawancara, 14 Agustus 2023, jam 10.00

agama atau duta zakat menggunakan ppt dan sosialisasi kepada para *mustahik* sebagai metode dakwahnya, dan untuk rutinannya setiap bulannya ada program kajian islami setiap hari jum'at di radio yes fm yang sudah berjalan selama 2 tahun ini.<sup>93</sup>

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa media yang digunakan pengurus Baznas Cilacap dalam berdakwah melalui program zakat produktif yaitu dengan media Radio Fm Cilacap, Youtube dan Instagram serta sosialisasi dengan para *mustahik* ( orang yang menerima zakat ) dan media yang digunakan oleh duta zakat yakni menggunakan power point guna mempermudah para *mustahik* menerima pesan apa yang disampaikan oleh komunikator. Dari pernyataan di atas peneliti dapat melihat dengan media tersebut dapat memudahkan para *mustahik* menerima pesan-pesan yang disampaikan oleh duta zakat yang mana bertujuan meningkatkan sisi spiritualnya agar lebih semangat untuk melaksanakan ibadahnya. Sebagaimana dikutip oleh William L. Rivers, ET AL yang tercantum dalam buku media massa dan masyarakat modern bahwa media telah mempercepat, mempermudah, dan melekatkan peran komunikasi, sehingga menambah jarak antara manusia modern dengan dunia nyata serta dapat mempermudah masyarakat menerima pesan yang disampaikan.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Hal ini menentukan teknik yang harus diambil, harus menggunakan teknik yang seperti apa, apakah teknik informasi, teknik persuasi atau teknik instruksi. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dengan menggunakan apapun tekniknya pertama-tama komunikasi harus tau dengan pesan komunikasi itu. Untuk mengetahui tujuan strategi penyiaran agama islam melalui zakat produktif maka peneliti telah wawancara dengan Muslihun selaku penyuluh agama Cilacap beliau menyatakan bahwa:

---

<sup>93</sup> Hamidan ( wakil ketua iv ), Wawancara, 18 Agustus 2023, jam 11.00

Tujuan dari program zakat produktif yakni meningkatkan perekonomian para *mustahik* dan memberikan arahan kepada para *mustahik* dan bertujuan menanggulangi kemiskinan masyarakat Kabupaten Cilacap. Adapun zakat produktif itu menjadi salah satu sarana dakwah yang dilakukan oleh para penyuluh agama Cilacap.<sup>94</sup>

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa tujuan dari program zakat produktif bukan hanya untuk meningkatkan kesejahteraan umat melainkan juga dapat sebagai sarana berdakwah menambahkan sisi keagamaannya dan juga menambah wawasan para *mustahik* dan masyarakat Kabupaten Cilacap.

Kemudian untuk mengetahui berhasil atau tidaknya tujuan yang ingin dicapai Baznas Cilacap peneliti telah melakukan wawancara dengan muslihun selaku staf Baznas Cilacap ia menyatakan bahwa :

Masalah berhasil atau tidaknya itu bisa dikatakan sudah berhasil meskipun belum maksimal tapi setidaknya sudah bisa dikatakan berhasil sebab keberhasilan ini dapat dilihat dari perubahan tingkah laku para *mustahik* setelah menerima pesan-pesan dakwah. Dengan menggunakan zakat produktif sebagai sarana berdakwah memudahkan para duta zakat untuk menemukan masyarakat ataupun sasarannya.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Baznas Cilacap sudah berhasil mencapai tujuannya dalam menyiarkan strategi penyiaran agama Islam melalui zakat produktif di Kabupaten Cilacap.

#### d. Peranan Komunikator Dalam Komunikasi

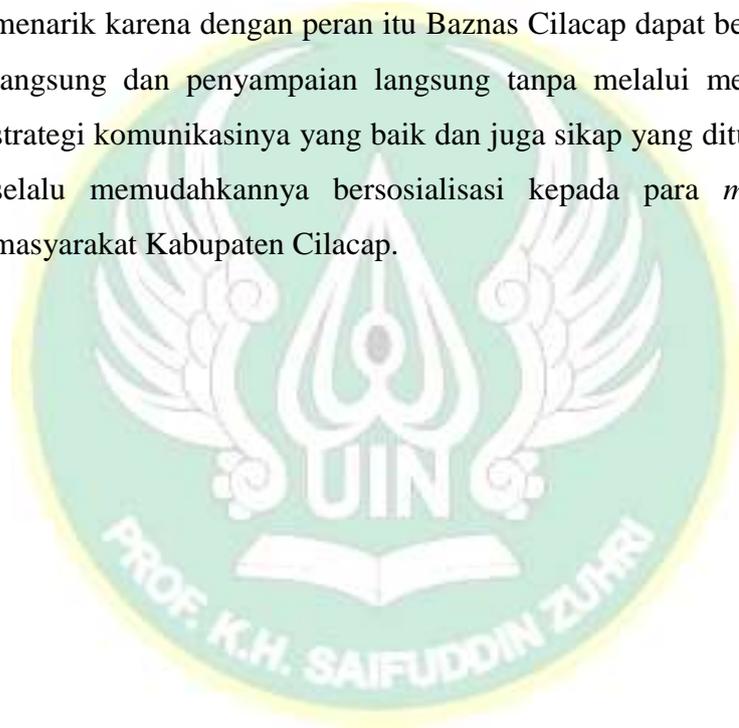
Dalam peranan komunikator dalam komunikasi ada factor yang penting pada diri komunikator apabila ia melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber. Untuk mengetahui peranan Baznas Cilacap dalam bersosialisasi peneliti telah mewawancarai hamidan selaku wakil ketua IV Baznas Cilacap beliau menyatakan bahwa:

---

<sup>94</sup> Muslihun ( Penyuluh agama Cilacap), wawancara, 20 september 2023, jam 01.00

Baznas Cilacap sangat berperan penting dalam bersosialisasi tentang zakat produktif sebagai sarana berdakwah. Karena dalam peran tersebut para pengurus Baznas Cilacap dan penyuluh agama melakukan komunikasi yang baik dan selalu bersikap empatik kepada para *mustahik* dan masyarakat Kabupaten Cilacap sehingga membuat Sebagian masyarakat tertarik dengan pesan dari strategi komunikasi Baznas Cilacap itu.<sup>95</sup>

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa peran Baznas Cilacap dalam berdakwah dengan sarana zakat produktif sangatlah menarik karena dengan peran itu Baznas Cilacap dapat bertemu secara langsung dan penyampaian langsung tanpa melalui media. Dengan strategi komunikasinya yang baik dan juga sikap yang ditunjukkan akan selalu memudahkannya bersosialisasi kepada para *mustahik* dan masyarakat Kabupaten Cilacap.



---

<sup>95</sup> Hamidan ( wakil ketua iv ), Wawancara, 18 desember 2023, jam 11.00

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisi dalam bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi penyiaran agama islam melalui zakat produktif BAZNAS Cilacap dilihat dari tujuan yang dilaksanakannya yaitu :

Menurut Muhammad Ali Al Bayanuni berpendapat bahwa strategi dakwah dibagi dalam tiga bentuk diantaranya :<sup>96</sup>

#### 1. Strategi sentimentil (*al manhaj al-athif*)

Strategi sentimentil (*al-manhaj al-athifi*) adalah dakwah yang menitikberatkan pada bagian hati dan merangsang emosi serta pikiran batin mitra dakwah. Menasehati sesama manusia, memanggil dengan lembut, atau memberikan pelayanan adalah beberapa cara yang keluar dari rencana ini. Cara ini cocok bagi para mustahik atau orang yang menerima zakat.

#### 2. Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqli*)

Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqli*) adalah dakwah dengan banyak metode yang terfokus pada aspek rasional. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, berefleksi dan belajar. Menggunakan aturan logis, mendiskusikan atau menyajikan contoh dan bukti sejarah adalah beberapa metode perencanaan logis. Al-Qur'an menganjurkan penggunaan berbagai metode rasional antara lain: *tafakkur*; *tadzakkur*, *nazhar*, *taammul*, *i'tibar*, *tadabbur* dan *istibshar*.

*Tafakkur* menggunakan pemikiran untuk mencapai hal ini dan memikirkannya; *tadzakkur* memberikan ilmu yang wajib disimpan ketika terlupakan. *Nazhar* mengarahkan hati untuk berkonsentrasi pada apa yang menjadi perhatiannya; *taamul* artinya mengulangi suatu pemikiran sampai menemukan kebenaran di dalam hatinya; *i'tibar* artinya jalan dari suatu ilmu tertentu ke ilmu lainnya; *tadabbur* adalah upaya untuk merenungkan akibat dari suatu permasalahan; *itibshar* adalah mengungkapkan sesuatu

---

<sup>96</sup> Muhammad Ali Al Bayanuni, "Strategi Dakwah Al Bayanuni", jurnal, Vol.3.No.1 (2018).

atau mengungkapkannya dan memperlihatkannya ke mata hati. Cara ini cocok bagi para *mustahik* atau orang yang menerima zakat.

### 3. Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi indriawi juga bisa disebut strategi ilmiah. Yang dimaksud dengan sistem dakwah atau metode dakwah yang bertumpu pada panca indera dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan eksperimen. Metode rencana gabungan ini adalah amalan keagamaan, teladan dan pertunjukan spektakuler. Cara ini cocok bagi para *mustahik* atau orang yang menerima zakat.

Dahulu Nabi SAW mengamalkan Islam sebagai perwujudan strategi inderawi yang disaksikan oleh para sahabat. Sahabat bisa melihat langsung mukjizat Nabi SAW seperti terbelahnya bulan, bahkan melihat malaikat Jibril dalam wujud manusia. Saat ini, kita menggunakan Al-Quran untuk mendukung atau menolak hasil penelitian ilmiah. Para ahli tafsir menyebutnya “Tafsir Ilmiah”. Adnan Oktar, penulis besar Turki yang menggunakan nama samaran Harun Yahya, menggunakan strategi ini untuk menyebarkan pesannya.

Dari data yang penulis dapatkan di lapangan bahwasannya strategi yang di bawaikan atau yang di terapkan oleh Lembaga Baznas Cilacap dalam menyampaikan dakwahnya yaitu ada tiga strategi yang pertama strategi sentimentil kedua strategi rasional dan yang terakhir strategi indriawi.

1. Kegiatan strategi penyiaran agama Islam di Baznas Cilacap berlaksana dengan baik melalui pemberian zakat produktif terhadap:
  - a. Pedagang kaki 5 melalui pemberian gerobag dan bantuan modal usaha.
  - b. Pelajar kurang mampu dengan pemberian beasiswa.
  - c. Masyarakat miskin kurang sehat dibantu dengan kartu sehat.
2. Strategi komunikasi sebagaimana diketahui bahwa pelaksanaan program-program baznas direalisasikan dan bekerja sama dengan penyuluh agama dengan menggunakan media power point, youtube, radio yes f.m, radio

bercahaya untuk memudahkan para mustahik menerima informasi dan edukasi terkait zakat produktif dan kajian keagamaannya.

## **B. Saran**

1. Diharapkan kepada seluruh pengurus BAZNAS Cilacap agar tetap menjalankan sekaligus mengembangkan strategi komunikasi melalui pemberian zakat produktif sebagaimana uraian di atas.
2. Skripsi ini tentu jauh dari kata sempurna oleh karenanya kritik dan saran demi sempurnanya skripsi ini sangat penulis harapkan.
3. Kajian mengenai strategi penyiaran agama islam melalui zakat produktif sangatlah dinamis oleh karena itu penulis mengajak kepada penulis selanjutnya untuk meneliti dan mengembangkan penyiaran agama melalui zakat produktif agar khazanah zakat produktif dan penyiaran senantiasa berkolaborasi untuk meningkatkan sisi spiritual keagamaan para *mustahik* dan masyarakat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ade, M. (2020). *Peran Lembaga Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Baznas Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Mustahik* (Doctoral Dissertation, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta).
- Aditya, R. A. (2019). *Strategi Komunikasi Baznas Dalam Menyosialisasikan Pembayaran Zakat Secara Online Di Perusahaan E-Commerce* (Bachelor's Thesis, Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Almaidah P, A. P. (2016). *Strategi Komunikasi Islam Dalam Meningkatkan Pemahaman (Islam) Para Mualaf Di Desa Seâ€™™ Pon Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu* (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Al-Qaradhawi, Y., Narulita, S., & Fauzan, F. (2005). *Spektrum Zakat Dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*. Zikrul Hakim.
- Angriyani, N. (2019). *Strategi Komunikasi Baznas Kepahiang Dalam Menghimpun Zakat* (Doctoral Dissertation, Iain Curup).
- Anwar, A. T. (2018). Zakat Produktif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 5(1), 41-62.
- Asnaini, & Zubaedi. (2008). *Zakat Produktif Dalam Perspektif Hukum Islam*.
- Baidowi, A., & Salehudin, M. (2021). Strategi Dakwah Di Era New Normal. *Muttaqien; Indonesian Journal Of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(1), 58-74.
- Bungo, S. (2014). Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(2), 209-219.
- Cangara, H. (2011). Pengantar Ilmu Komunikasi. Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2017). *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, Dan Regulasi: Edisi 2*. Prenada Media.
- Elfadhli, E. (2016). Zakat Produktif Sebagai Salah Satu Solusi Pengentasan Kemiskinan Dan Pengangguran Di Indonesia. *Juris (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 14(1), 99-112.

- Fachrudin, A. (2014). Strategi Program Tayangan Infotainment Di Rcti. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 154-168.
- Fitriana, F. *Strategi Komunikasi Prof. Quraish Shihab Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam (Studi Tentang Buku Islam Yang Saya Anut, Dasar-Dasar Ajaran Islam)* (Bachelor's Thesis, Fakultas Ilmu Dakwah
- Hidayatullah, S. Strategi Dakwah Di Lingkungan Perkantoran (Analisa Perencanaan Strategis Ikatan Da'i Indonesia (Ikadi) Dki Jakarta).
- Hidayatulloh, M. S. N. (2018). *Manajemen Strategis Baznas Kabupaten Klaten* (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Hsb, I. M. (2021). *Strategi Komunikasi Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Padang Lawas Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Ibawa, K. (2018). Dakwah Pada Masyarakat Muslim Minoritas. *Lisan Al-Hal: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 12(1), 37-58.
- Karim, A. A., Masrurroh, I., & Indonesia, T. I. (2002). Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam.
- Kholil, S. (2007). Komunikasi Islam. *Bandung: Citapustaka Media*, 26.
- Aziz, M. A. (2019). *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Kurniawan, S. (2019). Komunikasi Ritual Suroan Pada Masyarakat Suku Jawa Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 19(2), 138-150.
- Maesiri, S. (2019). Optimalisasi Pengelolaan Dana Zakat Produktif Dalam Meningkatkan Usaha Kecil Mustahik (Studi Analisis Badan Amil Zakat Nasional Kota Cirebon).
- Marfu'ah, U. (2017). Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural. *Islamic Communication Journal*, 2(2), 147-161.
- Milles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). Analisis Data Kualitatif. *Jakarta: Universitas Indonesia*.
- Mudzhar, M. A., & Alwustho, M. (1998). Membaca Gelombang Ijtihad: Antara Tradisi Dan Liberasi. (*No Title*).
- Muhammaddin, M. (2013). Kebutuhan Manusia Terhadap Agama. *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama*, 14(1), 99-114.

- Mukmin, A. M. R. U. L. (2019). *Zakat Produktif Dalam Pandangan Baznas Cilacap Dan Lazisnu Cilacap* (Doctoral Dissertation, Thesis. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. [Http://Repository. Iainpurwokerto. Ac. Id/Id/Eprint/5844](http://Repository.Iainpurwokerto.Ac.Id/Id/Eprint/5844)).
- Munir, M. (2021). *Manajemen Dakwah*. Prenada Media.
- Nasution, U. R. (2021). *Analisis Strategi Peningkatan Kesejahteraan Mustahik Melalui Program Pendayagunaan Umkm Oleh Lazismu Kota Medan* (Doctoral Dissertation).
- Nikah, P. P. P. Departemen Agama Ri Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Urusan Haji. *Proyek Pembinaan Sarana Keagamaan Islam*.
- Nizar, M. (2018). Strategi Dakwah Al Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni Dalam Kitab Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah). *Islamic Communication Journal*, 3(1), 74-87.
- Noor, S., & Nugraha, E. *Strategi Dakwah Sekolah Cendekia Baznas Terhadap Mualaf* (Master's Thesis, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Pradani, E. P. (2018). *Strategi Komunikasi Baznas Kabupaten Jepara Dalam Pelaksanaan Pengumpulan Zakat Tahun 2016* (Doctoral Dissertation, Unisnu Jepara).
- Prasetyo, W. Strategi Dakwah Almarhum Kh Zainul Arifin Di Kota Banjarnegara. Pustaka Pelajar.
- Quran.com*. (1995). Retrieved from <https://quran.com/id/2?startingVerse=151>
- Rosyidah, U., Ridlwan, A. A., & Rosyadi, M. S. U. (2021). Analisis Pengelolaan Dana Zakat Produktif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Umkm (Studi Kasus Lazisnu Jombang). *Journal Of Islamic Economics Studies*, 2(2), 92-103.
- Shihab, M. Q. (2002). Tafsir Al-Misbah. *Jakarta: Lentera Hati*, 2.
- Shihab, M. Q. (2007). " *Membumikan*" *Al-Quran: Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Mizan Pustaka.
- Siagian, S. P. (1991). Teori Dan Praktek Kepemimpinan.
- Sirajuddin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet. *Jurnal Al-Irsyad Al-Nafs, Bimbingan Penyuluhan Islam*, 1(1), 1-97.

- Siregar, S. K., Harahap, D., & Lubis, R. H. (2021). Peran Dana Zakat Produktif Dalam Meningkatkan Pendapatan Mustahik. *Journal Of Islamic Social Finance Management*, 2(2), 225-236.
- Wulansari, S. D., & Setiawan, A. H. (2013). *Analisis Peranan Dana Zakat Produktif Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Mustahik (Penerima Zakat)(Studi Kasus Rumah Zakat Kota Semarang)* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Yoshua, N. S., & Widiastuti, T. (2020). Analisis Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif (Studi Kasus Laz Nurul Hayat). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(4), 696-703.
- Yusuf, Y. (2019). *Strategi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang* (Doctoral Dissertation, Iain Parepare).
- Yusuf, Y. (2019). *Strategi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang* (Doctoral Dissertation, Iain Parepare).



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas diri

1. Nama Lengkap : Faza Zakial Fikri Mahardika
2. NIM : 1917102074
3. Tempat / Tanggal Lahir : Cilacap, 17 Agustus 2001
4. Jurusan/ Prodi : Manajemen Dan Komunikasi/ Komunikasi  
Penyiaran Islam
5. Angkatan Tahun : 2019
6. Alamat : JL. Kendal 01 Tritih Kulon Cilacap Utara
7. Orang Tua
  - a. Nama Ayah : Solikhun
  - b. Nama Ibu : Kasmi

### B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD N Gunung Simpang 01
2. MTS : MTS Minat Kesugihn
3. MA : MA Al Ikhasan Beji

### C. Pengalaman Organisasi

1. OSIS (Organisasi Intra Sekolah)

Demikian Daftar Riwayat Hidup Ini Saya Buat Dengan Sesungguhnya.

Hormat Saya



Faza Zakial Fikri Mahardika