



Strategi Dakwah Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Akan Urgensi Pembayaran Zakat

Siti Arbiah Nasution

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidiimpuan

Email: sitarbiahnasution@gmail.com

Keywords	Abstract
Zakat, Da'wah, Da'wah Strategy, Urgency	<p>Public awareness plays a crucial role in helping zakat managers effectively distribute zakat to those in need. To maximize the goals of da'wah, it is essential to have a well-planned strategy that outlines specific actions and efforts tailored to the unique context or environment. This study employs a descriptive and qualitative approach, using methods such as observation, interviews, and documentation to gather data. The da'wah strategy implemented by Baznas Kota Sungai Penuh focuses on engaging the community through family-oriented approaches, face-to-face interactions, and the use of social media. Consistent and comprehensive zakat outreach is vital to enhance understanding among the public, facilitating the smooth collection of zakat funds and fostering stronger relationships. The effective collection of zakat is key to improving the economic well-being of mustahik. Additionally, the process of zakat collection helps purify the minds of the muzakki, encouraging a deeper appreciation for sincerity in giving. Overall, raising awareness about zakat is essential in strengthening ukhuwah among individuals.</p> <p>Kesadaran masyarakat terhadap pengumpulan zakat memiliki peran penting dalam mempermudah pengelola zakat untuk menyalurkannya kepada mustahik. Untuk dakwah akan tercapai secara maksimal, diperlukan strategi dakwah yang terstruktur, mencakup cara dan langkah-langkah yang disesuaikan dengan kondisi dan lingkungan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Baznas Kota Sungai Penuh menerapkan strategi dakwah berupa pendekatan keluarga, interaksi langsung, serta pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan sosialisasi zakat. Penyuluhan yang berkelanjutan mengenai zakat sangat diperlukan agar masyarakat dapat lebih memahami zakat, sehingga proses pengumpulan dana zakat berjalan dengan baik dan hubungan sosial semakin erat. Pengumpulan zakat juga berperan penting dalam mendukung ekonomi para mustahik. Selain itu, zakat yang terkumpul dapat membantu menyucikan hati dan pikiran, serta mengajarkan pentingnya keikhlasan kepada para muzakki. Pemahaman tentang zakat yang mendalam turut mempererat ukhuwah antar sesama.</p>
Article Info	
Submit: 15/12/2024	Accepted: 05/01/2025
	Publish: 07/01/2025

Introduction

Proses redistribusi pendapatan dan kekayaan dalam Islam diwujudkan melalui kewajiban zakat, yang ditujukan kepada orang kaya (muzakki) untuk disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (mustahik). Zakat memiliki dua fungsi utama dalam mendukung pemerataan pendapatan. Pertama, zakat bertujuan untuk mengurangi pendapatan bebas (disposable income) yang dapat dibelanjakan oleh muzakki. Dengan demikian, zakat diharapkan dapat menekan tingkat konsumsi di kalangan orang kaya, yang secara tidak langsung membantu mengurangi tekanan inflasi pada harga bahan baku. Kedua, zakat berperan sebagai mekanisme transfer pendapatan yang mampu meningkatkan daya beli masyarakat kurang mampu. Dalam konteks ini, pendapatan dari zakat diharapkan dapat memperkuat daya beli masyarakat miskin, sekaligus mendorong interaksi ekonomi dengan kelompok masyarakat yang lebih mampu (MEI, 2015).

Ada dua jenis zakt yakni zakt fitrah dan zakat mal. Zakat fitrah adalah kewajiban diberikan sebelum pelaksanaan Salat Idulfitri. Sementara itu, zakat mal mencakup berbagai jenis, di antaranya zakat penghasilan, yang dihitung berdasarkan pendapatan seseorang selama satu tahun dengan nishab setara 85 gram emas, serta zakat emas dan perak yang juga memiliki nishab 85 gram emas dengan kadar zakat sebesar 2,5%.

Zakat hasil usaha dihitung berdasarkan keuntungan tahunan dengan nishab yang setara 85 gram emas atau perak, dan zakat pertanian bergantung pada metode irigasi: 5% untuk hasil panen dengan irigasi buatan dan 10% untuk irigasi alami. Selain itu, zakat tabungan dikenakan sebesar 2,5% jika mencapai nishab yang setara dengan 85 gram emas atau perak selama satu tahun. Zakat saham, yang jatuh tempo setiap tahun, juga dihitung dengan kadar 2,5% dari nilai saham jika mencapai nishab setara 85 gram emas atau perak (Setiawan), 2011).

Pengelolaan zakat, khususnya dalam hal pengumpulan dan penyaluran dana, memerlukan perhatian yang serius. Walaupun konsep pengumpulan zakat telah dikenal luas di kalangan masyarakat, upaya untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya membayar zakat masih menjadi tantangan. Banyak individu yang mengetahui kewajiban zakat, tetapi kesadaran untuk menghimpunnya belum merata. Salah satu penyebabnya adalah rendahnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya zakat sebagai kewajiban agama, sehingga mereka cenderung lebih fokus pada kebutuhan hidup sehari-hari. Berdasarkan pengamatan di Kota Sungai Penuh, masih banyak muzakki (pembayar zakat) yang belum membayar zakat karena memprioritaskan kebutuhan harian atau kurang memahami urgensi menghimpun dana zakat (Dimyati, 2017).

Pentingnya strategi dakwah dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pembayaran zakat tidak dapat diabaikan. Dakwah, sebagai aktivitas penyampaian ajaran Islam, berfungsi untuk memberikan pemahaman dan mengajak masyarakat hidup sesuai nilai-nilai Islam. Kata dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a*, yang berarti menyeru, memanggil, atau mengajak. Dakwah Islamiyah bertujuan untuk mengajak manusia menganut, memahami, dan mengamalkan ajaran Islam, termasuk kewajiban membayar zakat. Strategi dakwah adalah proses penentuan cara dan upaya agar tujuan dakwah dapat tercapai dengan optimal, sesuai dengan kondisi tertentu (Zulkarnain, 2015).

Strategi dakwah dapat dibagi menjadi dua pendekatan utama. Pertama, strategi yang direncanakan, yaitu strategi yang dirumuskan berdasarkan analisis dan perencanaan yang matang untuk mengatasi permasalahan besar. Kedua, strategi yang tidak direncanakan, yaitu pendekatan yang dilakukan secara spontan tanpa proses analisis mendalam. Rendahnya pemahaman masyarakat tentang zakat menjadi alasan perlunya pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif dibandingkan pendekatan sebelumnya (Zulkarnain, 2015).

Berbagai penelitian telah membahas strategi dakwah dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat. Misalnya, pendekatan dakwah untuk meningkatkan

kesadaran pembayaran zakat mal di Baznas (Amaliah et al., 2023), peran dakwah dalam membangun kesadaran masyarakat untuk membayar zakat (Sesady, 2019), serta strategi komunikasi untuk meningkatkan kesadaran membayar zakat mal (Sudarman, 2019). Studi lain membahas kontribusi dakwah dalam pengumpulan zakat mal (Johar et al., 2022), dan peran filantropi Islam dalam menarik minat masyarakat menjadi muzakki (Ishak et al., 2021). Upaya ini mencerminkan pentingnya pengelolaan zakat sebagai bagian dari dakwah untuk pemberdayaan ekonomi umat (Zulhendra & Aripudin, 2021).

Berdasarkan kajian tersebut, penulis bermaksud mendalami strategi dakwah dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang urgensi membayar zakat di Kota Sungai Penuh. Fokus penelitian ini adalah menganalisis pendekatan yang digunakan oleh para da'i dalam menyampaikan pesan dakwah tentang zakat dengan cara yang tidak menyinggung perasaan audiens (mad'u). Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi dakwah yang efektif dalam mengedukasi masyarakat tentang zakat, meningkatkan pemahaman mereka, dan mendorong partisipasi aktif muzakki dalam membayar zakat.

Method

Penelitian ini merupakan studi lapangan mendalam yang membahas secara khusus topik tertentu dan berbagai dokumen terkait. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif menggunakan Data Badan BAZNAS Kota Sungai Penuh. Jenis penelitian digunakan adalah deskriptif. Lokasi penelitian di Jalan Desa Dusun Baru Kec. Sungai Bungkal, Kota Sungai Penuh. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada ketertarikan peneliti terhadap kajian mengenai Badan Amil Zakat Nasional Kota Sungai Penuh, mengingat masih minimnya penelitian terkait. Penelitian ini dimulai pada bulan September 2023 dan berlanjut hingga selesai.

Sumber data yang digunakan meliputi data primer yang diperoleh melalui survei, observasi, dan wawancara mendalam, serta data sekunder dari berbagai referensi seperti buku dan jurnal. Teknik data terdiri dari observasi interview dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan kerangka analisis strategis berdasarkan teori dari Henry Mintzberg, James Brian Quinn, dan John Voyer, sebagaimana diadaptasi oleh Fadli Rijal pada tahun 2021.

Result and Analysis

Secara etimologis, kata "zakat" mengandung arti penyucian, pengembangan, dan perbaikan. Zakat juga dapat diartikan sebagai proses pertumbuhan dan perkembangan suatu tanaman. Jika tanaman tersebut tumbuh dengan sempurna tanpa cacat, maka istilah zakat merujuk pada kesucian. Menurut M. Quraisy Shihab, zakat mengandung makna kesucian, karena harta yang diperoleh dengan niat ikhlas sesuai ajaran agama akan menyucikan harta dan jiwa pemiliknya (Bastiar, 2019).

Dalam pengertian istilah, zakat berarti penyerahan sebagian harta kepada mustahik (penerima) tertentu sesuai syariat, terutama dalam situasi khusus. Imam Taqy al-Din al-Syafian mendefinisikan zakat sebagai bagian kekayaan yang wajib diberikan kepada kelompok tertentu dengan ketentuan dan syarat yang telah ditetapkan (Bastiar, 2019).

Al-Qur'an dan Hadis membagi zakat menjadi dua jenis utama, yakni zakat mal (harta) dan zakat nafs (jiwa), yang lebih dikenal sebagai zakat fitrah. Kedua jenis zakat ini memiliki perbedaan dalam penerapannya. Misalnya, zakat fitrah dikeluarkan setiap Ramadan menjelang Idul Fitri, sedangkan zakat mal dapat diberikan kapan saja selama memenuhi syarat. Keduanya merupakan rukun Islam yang wajib dilaksanakan. Namun, banyak orang yang hanya mengenal zakat fitrah sebagai zakat yang dikeluarkan setiap Ramadan. Sebagai contoh, praktik zakat di Mali lebih terfokus pada zakat fitrah dibandingkan zakat mal (Ardianis, 2018).

Zakat mal adalah zakat atas harta pribadi yang diberikan kepada kelompok tertentu setelah memeliki batas kekayaan juga jangka waktu satu tahun. Sementara itu, zakat fitrah berupa kontribusi dari setiap Muslim untuk kebutuhan pokok keluarga dan masyarakat menjelang Idul Fitri (Baznas, 2023). Kata "maal" berasal dari bahasa Arab yang berarti harta atau kekayaan dan mencakup segala sesuatu yang dapat dimiliki sesuai kebutuhan. Oleh karena itu, zakat mal adalah kewajiban terhadap harta yang diperoleh secara halal dan sesuai aturan agama (Khairina, 2019). Zakat mal meliputi simpanan uang, emas, aset usaha, pendapatan profesi, hasil tambang, properti sewaan, dan lain sebagainya, selama memenuhi syarat (Baznas, 2023).

Dalam buku *Fiqh Lima Mazhab*, Muhammad Jawad Mughniyah menjelaskan bahwa ulama empat mazhab sepakat bahwa semua Muslim, baik anak-anak maupun orang dewasa, wajib membayar zakat fitrah. Oleh karena itu, orang tua yang memiliki anak atau lansia yang tidak mampu tetap diwajibkan mengelola zakat dari harta mereka. Zakat mal sendiri dapat dikeluarkan setelah harta mencapai nisab dan haul sesuai ketentuan syariat. Di Indonesia, peraturan ini diatur dalam Peraturan Menteri Agama No. 52 Tahun 2014 tentang Syarat dan Tata Cara Penghitungan Zakat Mal dan Zakat Fitrah (Baznas, 2023).

Zakat fitrah biasanya diberikan dalam bentuk uang, beras, atau kurma untuk memastikan kebutuhan pokok terpenuhi pada hari raya Idul Fitri. Perbedaan tujuan antara zakat fitrah dan zakat mal terletak pada manfaatnya; zakat fitrah membantu mencegah perilaku berlebihan selama Ramadan, sedangkan zakat mal berfungsi untuk menyucikan harta dari hak orang lain (Baznas, 2023).

Dalam upaya menggalang dana zakat, strategi dakwah dapat dilakukan dengan dua pendekatan. Pertama, strategi yang direncanakan melalui analisis mendalam terhadap isu-isu penting (Baidowi & Salehuddin, 2021). Kedua, strategi yang tidak direncanakan, yang biasanya dilakukan dengan meniru atau memodifikasi strategi yang sudah ada. Modifikasi strategi mencakup pengubahan elemen-elemen tertentu agar sesuai dengan kebutuhan (Baidowi & Salehuddin, 2021).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pimpinan Baznas Kota Sungai Penuh yaitu Bapak Drs. H. Suhatri Ahmad beliau mengatakan bahwa:

Strategi dakwah dalam pengumpulan dana zakat terbagi kepada tiga yaitu strategi pendekatan dengan keluarga, strategi tatap muka dan strategi pemanfaatan media sosial. Strategi yang dilakukan oleh pihak baznas disesuaikan dengan perkembangan zaman karena seiring berkembangnya zaman banyak perubahan yang ditemui dalam melakukan strategi dakwah ini karena perkembangan yang dialami juga membawa dampak yang positif untuk lebih baik lagi dalam mengimplementasikan strategi dakwah terhadap pengumpulan dana zakat sehingga besar atau kecilnya dana zakat yang di dapat tetap di distribusikan kepada mustahik zakat sesuai dengan syarat dan ketentuan yang sudah ditentukan dalam ajaran Islam.

Dakwah adalah aktivitas yang bertujuan mengajak umat manusia untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam, yang disampaikan melalui prinsip *amar ma'ruf nahi munkar*. Dakwah Islamiyah mengacu pada penyampaian ajakan Islam untuk mengajak manusia menerima dan mengimani keyakinan Islam sebagai panduan hidup. Strategi dakwah adalah langkah dan pendekatan yang dirancang sesuai situasi dan kondisi guna mencapai tujuan dakwah secara efektif. Di Baznas Kota Sungai Penuh, strategi yang diterapkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait zakat meliputi:

Strategi Dakwah Pendekatan Keluarga

Strategi ini berfokus pada penyebaran nilai-nilai Islam di kalangan keluarga dan kerabat dekat. Melalui pendekatan ini, seorang dai dapat memberikan nasihat, bimbingan, atau pengaruh positif untuk meningkatkan pemahaman dan pengamalan agama. Metode ini bertujuan memperkuat keimanan, meningkatkan ketaqwaan, serta membangun keteladanan di lingkungan keluarga (Wahyuni, 2023). Pendekatan kekeluargaan juga dirancang untuk menciptakan komunikasi yang harmonis antaranggota keluarga tanpa batasan usia atau status. Strategi Dakwah Tatap Muka

Pendekatan ini dilakukan melalui interaksi langsung antara dai dan mad'u. Strategi ini biasanya diterapkan dalam dua skala: a) Tatap Muka Skala Kecil: Dilakukan dalam lingkungan terbatas, misalnya dengan mengunjungi individu atau kelompok kecil secara langsung, seperti kerabat atau pengurus masjid. b) Tatap Muka Skala Besar: Dilaksanakan dalam forum atau acara besar, seperti ceramah di Tabligh Akbar yang memperingati hari-hari penting dalam Islam (Wahyuni, 2023).

Strategi Dakwah Pemanfaatan Media Sosial

Di era digital, media sosial menjadi alat utama dalam menyebarkan pesan dakwah. Platform seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Zoom digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dengan cara yang kreatif dan menarik. Hal ini memungkinkan dakwah menjangkau masyarakat luas tanpa batasan geografis. Para dai dapat memanfaatkan media sosial untuk membuat konten edukatif yang menginspirasi masyarakat memahami pentingnya zakat, baik zakat fitrah maupun zakat mal (Syintia, 2022).

Conclusion

Strategi dakwah adalah upaya yang disusun untuk menyampaikan pesan Islam secara efektif, dengan mempertimbangkan situasi dan kebutuhan masyarakat. Baznas Kota Sungai Penuh menerapkan tiga strategi utama: pendekatan keluarga, interaksi langsung, dan pemanfaatan media sosial. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya zakat, sehingga proses pengumpulan dana zakat dapat berjalan optimal dan penyalurannya kepada mustahik menjadi lebih efisien.

References

- Al-Kahfi, & Fadilah, N. (2024). The Role of the Islamic Broadcasting Management Program in Strengthening Zakat Management Professions: A Case Study at a Zakat Management Organization. *Journal of Islamic Management Studies*, 6(2), 144–160. <https://ejurnal.uin-susa.ac.id/index.php/idarotna/article/download/>
- Amaliah, R., Anwar, N., & Khatman Nasri, M. (2023). Strategies to Raise Public Awareness on Paying Zakat Maal at Baznas Barru District. *Journal of Economics and Business*, 9(1), 1–12. <https://ejurnal.iain-gawi.ac.id/index.php/investama/article/download/>
- Ardianis. (2018). The Role of Zakat in Islam. *AL-INTAJ Journal*, 4(1), 125–140. <https://ejurnal.iainbengkulu.ac.id/index.php/Al-Intaj/article/download/1205/1019>
- Baidowi, A., & Salehuddin, M. (2021). Da'wah Strategies in the New Normal Era. *Muttaqien Journal*, 2(1), 58–74. <https://ejurnal.staimuttaqien.ac.id/index.php/mtq/article/download/114/20/313>
- Bastiar, Y. (2019). Performance Measurement Models for Zakat Organizations in Indonesia. *Journal of Zakat and Waqf*, 6(1), 43–64. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Ziswaf/article/download/5609/pdf>

- Baznas, K. Y. (2023). Comparison Between Zakat Fitrah and Zakat Mal. 9 April. <https://baznas.jogjakota.go.id/detail/index/26848>
- Dimyati. (2017). The Importance of Productive Zakat in Indonesia. *Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 189–204. https://journal.uinsi.ac.id/index.php/altijary/article/view/693/pdf_18
- Fadli Rijal, M. (2021). Understanding the Design of Qualitative Research Methods. *Humanika Journal*, 21(1), 33–54. https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/view/38075/pdf_1
- Ishak, K., Hakim, L., Putri Audina, R., Mahfud, & Fatila Nur, D. (2021). Strategies to Increase Public Interest in Becoming Muzakki through Islamic Philanthropy. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(2), 551–561. <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/download>
- Johar, S., Mustafa, M., & Hamiruddin. (2022). The Role of Da'wah in Collecting Zakat Maal at Baznas. *Mercusuar Journal*, 3(3), 368–378. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/mercusuar/article/download>
- Khairina, N. (2019). Analyzing the Management of Zakat, Infaq, and Sadaqah (ZIS). *Journal of Islamic Economics*, 4(1), 160–184. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/4091/pdf>
- Kurniasih, S., Arsa, A., & Tanjung Saputra, F. (2023). Strategies of Village Zakat Management Bodies to Raise Public Awareness on Paying Zakat Maal. *Journal of Business and Public Administration*, 1(2), 152–172. <https://e-jurnal.poltek-kampar.ac.id/index.php/MASIP/article/download/>
- MEI, W. A. (2015). Distribution of Zakat in the Form of Revolving Capital as an Accelerator of Economic Equality. *Journal of Management Sciences*, 12(2), 28–43.
- Nasution, I., Priadi, E., & Cahya, N. (2020). The Contribution of Da'wah Bil Hal to Increasing Public Interest in Paying Zakat. *Journal of Education and Social Analysis*, 1(1), 143–156. <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jesa/article/download>
- Saechu, M. (2024). Increasing Public Awareness in Paying Zakat Through Counseling in Sukorejo Village. STAI Al-Bahjah Cirebon.
- Sesady, M. (2019). Building Public Awareness on Paying Zakat. *LAIN Pare Journal*, 1(1), 1–20. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/>
- Setiawan, D. (2011). Professional Zakat in Islam. *Journal of Social Economics and Development*, 1(2), 195–208. <https://jsep.ejournal.unri.ac.id/index.php/JSEP/article/viewFile/534/527>
- Solihan, M. (2022). Zakat Management in Efforts to Develop Da'wah in Indonesia. *Journal of Da'wah Management*, 8(1), 128–150. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view>
- Sudarman, A. (2019). Communication Strategies to Raise Public Awareness in Paying Zakat Maal. *Communicatus: Journal of Communication Science*, 2(1), 35–54. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>
- Syintia N, et al. (2022). The Urgency of Social Media as a Means of Worship Through Media Da'wah in the Modern Era. 46(1), 99.

Wahyuni, S. (2023). Baznas Sungai Penuh Aims for Zakat Collection of 1.5 Billion. 16 May.
<https://www.rri.co.id/jambi/daerah/237745/baznas-sungai-penuh-targetkan-pengumpulan-zakat-rp1-5-milyar>

Zulhendra, & Aripudin, A. (2021). The Role of Zakat as a Da'wah Strategy in Economic Empowerment. *Journal of Faith and Spirituality*, 1(4), 515–522.
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jfs/article/download/>

Zulkarnain. (2015). Islamic Da'wah in the Modern Era. *RISALAH Journal*, 26(3), 151–158