

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengelolaan Dana ZIS

1. Pengertian Pengelolaan Dana ZIS

George R. Terry yang dikutip oleh Abd. Rohman mendefinisikan pengelolaan atau yang biasa disebut manajemen, merupakan sebuah proses khusus yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pemantauan serta digunakan untuk menetapkan dan mencapai tujuan organisasi melalui penggunaan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.¹ Oleh karena itu, harus memerlukan proses pengelolaan yang tepat untuk mencapai tujuan penggunaan zakat, infak, dan sedekah.

Zakat, jika dilihat dari segi etimologi, berasal dari bahasa Arab yaitu "*Zakaa*," yang mengandung makna tumbuh, bersih, dan baik. Namun, dari segi terminologi, zakat adalah tindakan memberikan sebagian harta tertentu kepada individu yang telah ditentukan oleh syariat, dengan niat karena Allah.² Dari pengertian zakat dalam aspek bahasa dan istilah, kita dapat menyimpulkan bahwa zakat bukan sekadar perbuatan sosial untuk memberikan bantuan kepada sesama atau sebagai bentuk kebajikan semata. Lebih dari itu, nilai zakat terletak pada kemampuannya untuk mengembangkan harta, membersihkan harta dari yang haram, dan diakui sebagai tindakan baik di mata Allah dan manusia.

¹ Abd Rohman, *Dasar-Dasar Manajemen* (Malang: Intelegensia Media, 2017), 9.

² Achmad dan Majelis IFTA Faisal, *Panduan Zakat Sesuai Sunnah* (Bandung: Persipers, 2021), 9.

Infak, dalam konteks etimologi, berasal dari kata "*Nafaqa*," yang memiliki arti lewat, berlalu, dan habis. Sedangkan menurut terminologi, infak adalah tindakan mengeluarkan sebagian harta untuk digunakan dalam kepentingan yang diperintahkan oleh Allah SWT.³ Selain zakat, secara sederhana, infak mencakup tindakan mengeluarkan dan menghabiskan harta untuk hal-hal yang telah diperintahkan oleh Allah, seperti memberikan nafkah kepada keluarga sebagai tanggung jawab seorang ayah, menyumbangkan harta untuk mendukung perjuangan dakwah, dan berbagai kegiatan lain yang bermanfaat sesuai dengan petunjuk agama.

Sedekah, secara etimologi, berasal dari kata "*Ash-Shidqu*", yang mengandung makna orang yang banyak benar perkataannya. Sedangkan secara terminologi, sedekah adalah tindakan melakukan kebaikan sesuai dengan ajaran Al-Quran dan as-Sunnah, baik dalam bentuk material maupun nonmaterial.⁴ Dari pengertian sedekah secara bahasa dan istilah, dapat disimpulkan bahwa sedekah adalah tindakan positif yang dapat dilakukan oleh siapa saja, baik dalam bentuk pemberian materi atau hal-hal yang tidak berwujud, sebagai bukti dari keimanan seseorang.

Pengertian pengelolaan Zakat, infak, dan sedekah sebagaimana dimaksud dalam UU No. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 mengatur dalam Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 Ayat 1 bahwa "Pengelolaan Zakat adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengkoordinasian kegiatan

³ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis Zakat, Infak Dan Sedekah*, Cet ke-2 (Jakarta: Gema Insani, 2022), 14.

⁴ Sahriansyah, *Ibadah Dan Akhlak* (Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2014), 59.

pengumpulan, pendistribusian, dan pemanfaatan Zakat.”⁵ Selain itu, ada pula pengertian manajemen zakat, yaitu proses bekerja sama atau melalui orang lain untuk mencapai tujuan lembaga zakat dengan cara merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengatur sumber daya organisasi secara efektif dan efisien.⁶ Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengelolaan/pengelolaan zakat merupakan pelaksanaan fungsi manajemen, khususnya perencanaan, pelaksanaan, dan pengkoordinasian kegiatan penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat lalu dilakukan pengawasan setiap progresnya dan agar tercapainya pemanfaatan zakat, infak, dan sedekah yang efektivitas dan efisiensi supaya dana zakat, infak, dan sedekah digunakan sesuai dengan sasaran yang telah ditentukan.

Pengelolaan zakat secara efektif dan efisien, perlu di *manage* dengan baik. Karena itu, dalam pengelolaan zakat memerlukan penerapan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisaian (*organizing*), pengarahannya (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Keempat hal tersebut perlu diterapkan dalam tahapan pengelolaan zakat.

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah tahap pertama dalam manajemen sebuah organisasi. Perencanaan berlaku untuk semua jenis kegiatan dalam organisasi. Perencanaan merupakan proses dasar di mana manajemen menetapkan tujuan dan strategi untuk mencapainya.⁷ Dalam konteks

⁵ Himpunan Peraturan Perundang-Undangan, *Undang-Undang Pengelolaan Zakat Dan Wakaf* (Bandung: Fokusmedia, 2012), 2.

⁶ Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat* (Semarang: BPI Ngaliyan, 2015), 10.

⁷ Lilis Sulastri, *Manajemen Sebuah Pengantar Sejarah, Tokoh, Teori, Dan Praktik* (Bandung: La Goods Publishing, 2014), 85.

pengelolaan zakat, perencanaan melibatkan perumusan rencana untuk pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat guna mencapai tujuan pengelolaan zakat.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah proses pengelompokan dan pengaturan sumber daya manusia agar dapat bekerja secara terkoordinasi sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁸ Dalam pengelolaan zakat, pengorganisasian mencakup koordinasi penggunaan sumber daya manusia dan materi yang dimiliki oleh Badan Amil Zakat. Tujuannya adalah memanfaatkan sumber daya ini secara efektif dan efisien. Pengorganisasian dalam pengelolaan zakat meliputi pengorganisasi pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan adalah tahap di mana rencana yang telah disusun secara matang diimplementasikan atau dijalankan. Ini melibatkan aksi nyata untuk mewujudkan rencana yang telah disusun.⁹ Dalam pengelolaan zakat, pelaksanaan mencakup tindakan nyata yang sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat oleh lembaga pengelola zakat. Aspek-aspek penting dalam pelaksanaan meliputi motivasi, komunikasi, dan gaya kepemimpinan.

⁸ *Ibid.*, 85.

⁹ *Ibid.*, 86.

d. Pengendalian atau Pengawasan (*Controlling*)

Pengendalian atau pengawasan adalah proses memantau perkembangan yang sebenarnya sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan awal. Ini melibatkan evaluasi terus-menerus terhadap pelaksanaan rencana dalam organisasi dan mengidentifikasi potensi kesalahan atau penyimpangan.¹⁰ Pengendalian atau pengawasan dilakukan untuk memastikan bahwa tujuan dan target kegiatan dicapai sesuai dengan yang telah ditetapkan. Jika terdapat penyimpangan, tindakan koreksi dapat diambil untuk memastikan pencapaian tujuan dan target kegiatan yang diinginkan.

2. Penghimpunan ZIS

Penghimpunan atau biasa yang disebut dengan istilah *fundraising* adalah suatu kegiatan aktivitas mengumpulkan dana dan sumber daya dari berbagai pihak dalam masyarakat seperti individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau pemerintah. Dana ini digunakan untuk mendukung program dan operasional lembaga dengan tujuan akhir mencapai misi dan tujuan yang telah ditetapkan. Namun, fundraising tidak hanya terbatas pada penggalangan dana saja, bisa juga melibatkan sumber daya lain seperti bantuan dalam bentuk fasilitas, perlengkapan kantor, kendaraan operasional, hewan qurban untuk perayaan Hari Raya Qurban, dan sebagainya. Selama semua ini mendukung visi dan misi organisasi tanpa menyimpang dari tujuan yang telah disepakati.¹¹

¹⁰ Badrudin, *Dasar-Dasar Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2015), 215.

¹¹ Rohman, *Dasar-Dasar Manajemen*, 34.

Pengumpulan zakat didasarkan pada firman Allah dalam surat At-Taubat [9] ayat 103 yang berbunyi:

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

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. At-Taubah [9]:103).¹²

Dalam firman Allah ini telah memerintahkan kepada makhluk-Nya untuk memungut atau mengambil zakat dari sebagian harta para muzaki untuk diberikan kepada mustahik zakat. Zakat ini dipergunakan selain untuk dimensi ibadah yaitu sebagai salah satu rukun Islam juga sebagai dimensi sosial yaitu untuk memperkecil jurang pemisah antara orang kaya dan orang miskin, mengembangkan solidaritas sosial, menghilangkan sikap materialisme dan individualisme.

Penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah diartikan sebagai proses kegiatan penghimpunan dana atau menggalang dana zakat, infaq, dan sedekah serta sumber daya lainnya dari anggota masyarakat baik secara individu, kelompok, organisasi maupun Perusahaan. Dana tersebut kemudian dialokasikan atau didistribusikan kepada mustahiq atau orang-orang yang berhak menerimanya.

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2020).

Dalam manajemen penghimpunan terdapat beberapa *Standard Operating Procedure* (SOP) yang harus dimiliki oleh lembaga zakat antara lain sebagai berikut:¹³

- a. Membuat media sosialisasi dan promosi sendiri yang lebih baik dan berkualitas.
- b. Melakukan sosialisasi dengan bekerja sama dengan media cetak dan elektronik (koran, radio, televisi).
- c. Mengoptimalkan dan meningkatkan kualitas layanan donatur dengan berbagai bentuk (silaturahmi, jemput zakat, konsultasi ZISWAF, layanan ceramah keagamaan, dan lain-lain).
- d. Memanfaatkan teknologi canggih untuk meraih donasi (SMS infak, infak via ATM, website dan lain-lain).
- e. Menambah jumlah kotak infak.

3. Pendistribusian ZIS

Pendistribusian melibatkan rangkaian tindakan untuk membagikan, menyalurkan, atau memberikan barang atau hal lain yang telah terkumpul, sesuai dengan ukuran dan target penerima yang telah ditentukan sesuai aturan yang berlaku.¹⁴

¹³ A.H. Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Watamwil* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 67.

¹⁴ Musa Armiadi, *Pendayagunaan Zakat Produktif* (Aceh: Lembaga Naskah Aceh, 2019), 96.

Distribusi zakat adalah proses penyaluran zakat yang telah terkumpul di sebuah lembaga pengelola zakat, yang kemudian diberikan kepada orang-orang yang berhak menerima zakat (mustahik), seperti yang dijelaskan dalam surat At-Taubah ayat 60.

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ
وَالْغُرَمِينَ 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 orang-orang yang sedang dalam perjalanan (QS At-Taubah: 60).¹⁵

Sehingga, pendistribusian dana zakat, infak dan sedekah adalah kegiatan menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah yang telah dikumpulkan dari para donatur atau muzakki yang kemudian diberikan kepada yang berhak menerimanya atau mustahik sesuai dengan syariat Islam dengan tujuan agar dapat mensejahterakan ekonomi umat. Dalam konteks ini, setelah dana zakat, infak, dan sedekah terhimpun, maka dana tersebut didistribusikan kepada yang berhak menerimanya, yaitu kepada 8 asnaf, sesuai dengan Firman Allah SWT. dalam QS. At-Taubah(9): 60 yaitu Fakir, Miskin, Amil, Muallaf, Riqab, Gharim, Sabilillah, dan Ibnu Sabil. Secara umum pendistribusian zakat dapat bersifat konsumtif, dalam rangka pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan bersifat produktif, digunakan untuk kegiatan usaha dalam hal ini penambahan modal usaha.¹⁶

¹⁵ RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah*.

¹⁶ *Ibid.*, 67.

B. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Mengenai kepercayaan atau *trust*, ini adalah nilai yang sangat dihargai dalam hubungan antarpribadi dan mungkin merupakan konsep yang kurang dipahami di tempat kerja dan pada tingkat kepercayaan yang dimiliki seseorang terhadap orang lain.¹⁷ Namun, banyak ahli yang mencoba mendefinisikan kepercayaan ini dari sudut pandang mereka masing-masing, seperti dikutip dalam buku Donny Johnny Brianca. Berikut ini beberapa definisi kepercayaan dari beberapa pakar:¹⁸

- a. Mowen dan Minor mendefinisikan kepercayaan sebagai segala pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.
- b. Rousseau. et al menggambarkan kepercayaan sebagai wilayah strategis yang merupakan perhatian untuk menerima orang lain sebagaimana adanya, berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang tersebut.
- c. Maharani mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam suatu hubungan, serta keyakinan bahwa tindakan pihak tersebut akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercayai.

¹⁷ Wibowo, *Manajemen Perubahan*, Edisi ketiga (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 376.

¹⁸ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dan Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 116.

- d. Pavlo menjelaskan bahwa kepercayaan adalah penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian.

Dari definisi para ahli di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa kepercayaan adalah harapan yang dimiliki oleh seseorang atau suatu kelompok terhadap kemampuan orang atau kelompok lain untuk benar-benar melaksanakan perkataan, janji, atau pernyataan lisan atau tertulisnya mereka menjadi kenyataan.

2. Jenis Kepercayaan

Para manajer harus menyadari bahwa kepercayaan terhadap objek, atribut dan manfaat menunjukkan persepsi konsumen, dan konsumen itu umumnya kepercayaan seorang konsumen berbeda dengan konsumen lainnya. Seseorang membentuk tiga jenis kepercayaan antara lain:¹⁹

- a. Kepercayaan Atribut-Objek (*object-attribute beliefs*)

Yaitu pengetahuan tentang sebuah objek memiliki atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut-objek. Kepercayaan atribut-objek menghubungkan atribut dengan objek, seperti seseorang, barang, atau jasa.

- b. Kepercayaan manfaat-attribut (*attribute-benefit beliefs*)

Yaitu seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah masalah mereka dan memenuhi kebutuhan mereka. Dengan kata

¹⁹ Somad Rismi and Priansa Donni Juni, *Manajemen Komunikasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), 104.

lain, memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal.

c. Kepercayaan manfaat-objek (*object-benefit beliefs*)

Yaitu jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan objek-manfaat merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang, atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.

3. Elemen dan Manfaat Kepercayaan

Ada beberapa elemen penting dari kepercayaan yaitu:²⁰

- a. Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan masa lalu.
- b. Watak yang diharapkan dari partner, seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
- c. Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
- d. Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri partner.

Adapun yang menjelaskan beberapa manfaat dari adanya kepercayaan diantaranya sebagai berikut:²¹

- a. Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk berusaha menjaga hubungan yang terjalin dengan bekerjasama dengan rekan perdagangan.

²⁰ *Ibid*, 155.

²¹ *Ibid*, 156.

- b. Kepercayaan menolak pilihan jangka pendek dan lebih memilih keuntungan jangka panjang yang diharapkan dengan mempertahankan rekan yang ada.
- c. Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk mendatangkan risiko besar dengan bijaksana karena percaya bahwa rekannya tidak akan mengambil kesempatan yang dapat merugikan pasar.

4. Indikator Kepercayaan

Berikut adalah indikator untuk mengukur tingkat kepercayaan menurut Doney dan Cannon yang dikutip dari Khamdan Rifa'i:²²

- a. Keandalan.

Keandalan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan, tepat pada waktunya. Keandalan merupakan suatu yang sangat penting dalam dinamika kerja suatu organisasi, bila layanan yang disediakan tidak sesuai dengan yang dijanjikan, hal ini akan mengakibatkan penurunan kepuasan konsumen.

- b. Kejujuran.

Kejujuran merupakan kesesuaian antara pernyataan atau tindakan dengan kenyataan sehingga dapat dipercaya, dan memiliki dampak yang signifikan pada kesuksesan individu, organisasi, atau perusahaan.

- c. Kepedulian.

Kepedulian merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan bagi pihak lembaga yang mampu memberikan solusi. Sebuah nilai

²² Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember: Hikam Pustaka, 2019), 64.

terhadap sikap keberpihakan kita untuk melibatkan diri dalam persoalan, keadaan atau kondisi yang terjadi disekitar kita.

d. Kredibilitas.

Kredibilitas merupakan alasan yang logis untuk dapat dipercaya. Suatu perusahaan atau organisasi yang memiliki kredibilitas diartikan memiliki karakter dan kemampuan yang dapat dipercaya.

