

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengelolaan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan Pendaayagunaannya

1. Pengertian dan Urgensi Zakat, Infaq dan Shodaqoh dalam perekonomian.

Zakat adalah *isim masdar* dari kata *zaka-yazku-zakah*. Oleh karena kata dasar zakat adalah *zaka* yang berarti berkah, tumbuh, bersih, baik, dan bertambah. Dengan makna tersebut, orang yang telah mengeluarkan zakat diharapkan hati dan jiwanya akan menjadi bersih, sebagaimana firman Allah swt yakni:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ
صَلَوَاتَكَ سَكَنٌ لَّهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ^{١٠٣}

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.” (At-Taubah: 103).¹

Zakat adalah ibadah dalam bidang harta (ibadah mal) yang mengandung kemaslahatan yakni hikmah dan manfaat yang demikian besar dan mulia, baik yang berkaitan dengan orang yang berzakat (*muzakki*), penerimanya (*mustahiq*), harta yang dikeluarkan zakatnya, maupun bagi masyarakat keseluruhan. Harta yang dikeluarkan zakatnya

¹ Fakhruddin, *Fiqih & Manajemen Zakat Di Indonesia*, (Malang: UIN MALANG PRESS, 2008), 13-14

akan membawa dampak bagi keberkahan, kesucian, pertumbuhan dan perkembangan, kebaikan dan kedamaian pemberi dan penerima zakat.

Zakat adalah sebagian dari harta yang dikelola seseorang yang harus dikeluarkan jika persyaratan tertentu terpenuhi. Apabila persyaratan yang ditentukan telah terpenuhi, maka wajib bagi pemilik harta (*muzakki*) untuk mengeluarkan zakat dan menyerahkan kepada yang berhak (*mustahik*) menerimanaya.²

Syarat-syarat dalam menunaikan zakat:

- a. Islam
- b. Merdeka
- c. Harta yang dimiliki telah mencapai nisab dan mempunyai nilai lebih dari nisab tersebut jika dihitung, kecuali pada binatang ternak.
- d. Kepemilikan penuh.
- e. Telah melewati *haul* (satu tahun), kecuali zakat pada tanaman.

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang kelima, dan sekaligus sebagai bagian perintah yang mengikuti perintah shalat. Dari dimensi sosial kemasyarakatan, baik zakat, infaq dan shadaqah memberikan hikmah yang besar dalam merealisasikan nilai harta umat Islam.³

Zakat memperkuat keikhlasan jiwa dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada kelompok-kelompok. Dengan keikhlasan dan

² Muhammad dan Abubakar, *Manajemen Organisasi Zakat*, (Malang: Madani (kelompok penerbit intrans), 2011). Hal. 10

³ Amirudin Inoed Dkk, *Anatomi Fiqih Zakat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005). Hal. 20.

saling memahami akan terjadi kerja sama sosial yang penambahan penduduk tidak akan menjadi beban.⁴

Sedangkan infaq berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. Termasuk kedalam pengertian ini, infaq yang dikeluarkan orang-orang kafir untuk kepentingan agamanya. Sedangkan menurut terminologi syariat, infaq berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam. Jika zakat ada nisabnya, infaq tidak mengenal nisab, Infaq boleh diberikan kepada siapa saja, misal untuk kedua orang tua, anak yatim, dan sebagainya.⁵ Dan Shodaqoh adalah harta atau non harta yang dieluarkan oleh seseorang atau badan usaha diluar zakat untuk kemaslahatan umat.

Pemberdayagunaan dana zakat, Infaq dan shodaqoh adalah untuk para dhu`afa. Dhu`afa sendiri memiliki pengertian secara literatur berarti orang-orang yang lemah. Dalam hukum fiqih pendistribusian dana zakat terdapat dalam Al-Qur`an surat At-Taubah:60

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغُرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ ۖ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ۖ ﴾

⁴ Abdul Al-Hamid Mahmud Al-Ba`li, *Ekonomi Zakat: Sebuah Kajian Moneter dan Keuangan Syari`ah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006). Hal. 134.

⁵ Didin Hafiduddin, *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infaq, Dan Shadaqah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001). Hal. 14-15

“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.”

Ayat tersebut menjelaskan golongan orang-orang yang berhak menerima zakat (*mustahiq*). Golongan orang miskin mempunyai prioritas yang utama. Tidak boleh zakat diberikan pada *mustahiq* lain sementara *faqir miskin* tak diperhatikan.⁶

Zakat juga merupakan alat untuk memberikan energi pembangkit perekonomian dan kualitas hidup masyarakat Islam yang berada pada posisi 8 asnaf yakni yang telah dijelaskan dalam ayat diatas. Masalah ekonomi terutama kesenjangan pendapatan telah melanda negara indonesia sejak dulu. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat penduduk miskin pada maret 2006 sebanyak 39,05 juta atau 17,75 persen dari total 210 juta jiwa penduduk, hal tersebut sebagian besar adalah penduduk beragama Islam dan kemiskinan dinegeri yang kaya akan sumberdaya alam ini semakin lama semakin meningkat.

Zakat memiliki *multiplier effect* yakni dengan mekanisme zakat dalam bentuk bantuan konsumtif yang diberikan *mustahiq* akan meningkatkan pendapatan *mustahiq*, yang berarti daya beli *mustahiq* tersebut atas suatu produk yang menjadi kebutuhan akan meningkat pula lalu peningkatan produksi akan berimbas pada kapasitas produksi dan hal

⁶ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infaq, Shadaqah*, (Jakarta: Gama Insani Press, 2001). Hal. 135

ini perusahaan akan menyerap banyak tenaga kerja, sehingga tingkat pengangguran berkurang, peningkatan produksi tersebut akan meningkatkan jumlah pajak pada negara, jika penerimaan pajak negara bertambah negara akan mampu meningkatkan sarana prasarana dan fasilitas publik bagi masyarakat. apabila zakat mampu dikumpulkan secara signifikan, pendidikan dan kesehatan gratis dapat diberikan kepada masyarakat.⁷

Dalam buku “Panduan Zakat Praktis” (Institut Manajemen Zakat (IMZ)) menyebutkan hipotesis awal potensi zakat yang ada di Indonesia adalah dengan jumlah penduduk tahun 2014 yang dikemukakan oleh BKKBN yaitu 240 juta jiwa, dapat diperkirakan 87% (208,8 juta jiwa) penduduk muslim. Dengan asumsi penduduk yang berkewajiban zakat adalah mereka yang memiliki pengeluaran diatas Rp 1.500.000,-/bulan. Misal jumlah yang wajib zakat 20% maka 42 juta jiwa. Nisab aset wajib zakat pada umumnya setara dengan 85 gram emas. Jika harga emas Rp 500.000/gram, maka zakat yang dapat dihimpun dari sektor ini setiap tahunnya adalah $2.5\% \times 85 \times \text{Rp } 500.000.- \times 42 \text{ juta} = \text{Rp } 44.625.000.000.000.-$. dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa zakat memiliki potensi sangat besar untuk dapat diproses sebagai suatu bentuk sistem pengembangan perekonomian masyarakat.⁸

⁷ Abdul Mahmud, *Ekonomi Zakat*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2006). Hal. 33.

⁸ Arief Mufraeni, *Akutansi dan Manajemen Zakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 136.

2. Metode-metode Pengelolaan Zakat dan Macam-macam Zakat

Metode-metode pengelolaan dana zakat yakni telah tercantum dalam undang-undang RI No. 23 Tahun 2011 Tentang pengelolaan zakat, yang dikutip dalam ketentuan umum pasal 1 ayat 1 yang berisi, “pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan pelaksanaan, dan pendayagunaan zakat.” Sesuai dengan undang-undang tersebut maka Pengelolaan zakat berasaskan: syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi, dan akuntabilitas.⁹

Macam-macam Zakat

- a. Zakat mal adalah zakat yang berkaitan dengan harta yang meliputi:
 1. Zakat Binatang Ternak
 2. Zakat Emas dan Perak
 3. Zakat Tanaman
 4. Zakat Perdagangan
 5. Zakat Barang Tambang, Temuan, dan Hasil Laut
 6. Zakat Profesi
- b. Zakat fitrah

Definisi zakat fitrah ialah zakat yang wajib dibayarkan setiap muslim disebabkan berakhirnya puasa Ramadhan. Ukurannya satu *sha`* atau 2,5 kilgram makanan pokok, jenis makanan pokok yaitu gandum, kurma, kismis, keju, beras, jagung, dan lain-lain.¹⁰

⁹ Undang-Undang Republik Indonesia nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

¹⁰ Fahrul Mu`is, *Zakat A-Z Panduan Mudah, Lengkap, dan Praktis Tentang Zakat*, (Solo: Tinta Madina, 2011). Hal. 52-118

3. Eksistensi LAZ dan Program - Program Pendayagunaan Zakat

Terdapat dua bentuk kelembagaan pengelolaan zakat yang diakui pemerintah, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Kedua-duanya telah mendapat payung hukum dari pemerintah yaitu Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 1 yang berisi, “Pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengkoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.”¹¹

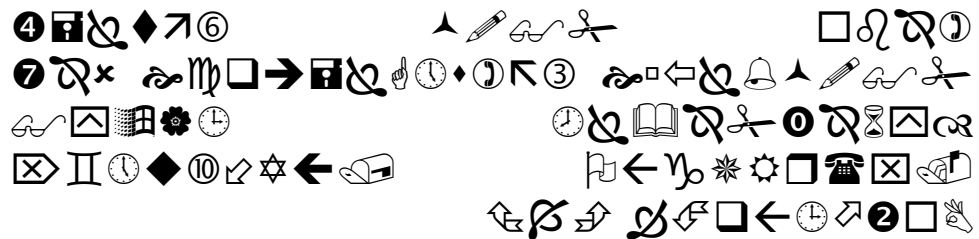
Zakat bukan hanya ekspresi ketundukan seseorang sebagai simbol ketaatannya dalam melaksanakan ajaran agama, tetapi juga mengandung potensi sosial dan ekonomi. Potensi zakat sebagai sumber dana aset dapat tumbuh dan berkembang secara baik dan tepat sasaran apabila dikelola secara baik dan optimal sesuai dengan kaidah-kaidah hukum dan konteks perkembangan sosial ekonomi yang dinamis.¹²

Zakat dan infaq akan jauh lebih optimal manfaatnya apabila dikelola oleh lembaga amil dari pada disalurkan sendiri oleh *muzakki*. Meskipun penyaluran ZISWAF boleh dilakukan sendiri tetapi para ulama menyarankan untuk melalui lembaga amil. Sebagai konsekuensinya lembaga amil harus amanah dan profesional. Untuk membangun lembaga amil yang amanah dan profesional salah satu aspeknya adalah pembentukan struktur organisasi. Struktur organisasi yang rapi dapat dilakukan pembagian tugas secara jelas, terdapat kejelasan wewenang dan

¹¹ Undang-undang Republik Indonesia nomor 23 Tahun 2011 pasal 1 ayat 1.

¹² Muhammad dan Abubakar, *Makajemen Organisasi Zakat*, (Malang: Madani, 2011). Hal. 41

tugas untuk masing-masing orang, terdapat kejelasan rantai tanggung jawab. Dalam Al-Qur`an Surat Ash Shaff Allah berfirman:



“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.”

Para amil dapat diibaratkan sebagai orang-orang yang sedang berjihad dijalan Allah, yakni memerangi kemiskinan dan keterbelakangan umat Islam. Oleh karena itu, agar mereka para amil tersebut memperoleh pertolongan Allah dan meraih kemenangan yang besar maka mereka perlu membuat barisan yang teratur dalam bentuk sistem organisasi yang rapi serta ukhuwah Islamiyah sehingga sistem tersebut seperti bangunan yang kokoh.¹³

Posisi amil dalam kelompok delapan asnaf memiliki peranan yang luar biasa walaupun cukup unik. Artinya bahwa sistem zakat akan banyak sekali mempunyai ketergantungan terhadap profesionalisme dari amil. Semakin tinggi tingkat keprofesionalan amil maka akan semakin tinggi tingkat kesejahteraan para mustahiq.¹⁴

Zakat harta benda dan zakat fitrah sebaiknya disalurkan kepada lembaga amil zakat yang resmi yang memiliki akta badan hukum.

¹³ Mahmudi, *Sistem Akuntansi Organisasi Pengelolaan Zakat*, (Yogyakarta: P3EI Press, 2009). Hal. 11.

¹⁴ Arif Mufraini, *Akutansi dan Manajemen Zakat*, (Jakarta: Kencana, 2006). 192.

Lembaga zakat yang resmi akan lebih terpercaya dan baik dalam pengelolaan dana Zakatnya dan pendaayagunaannya sesuai dengan hukum Islam yang telah ada dalam Al-Qur`an dan hadits.¹⁵

Dalam pemberdayaan zakat ada beberapa program yang di bentuk oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ). Kegiatan yang dapat dilakukan ada dua macam, yaitu: *pertama*, kegiata yang bersifat motifasi seperti memberikan pengetahuan tentang sistem manajemen kontemporer, dan *kedua*, kegiatan yang bersifat memberikan permodalan baik berupa uang untuk modal utama, modal tambahan maupun modal berupa barang.¹⁶

Zakat untuk pembangunan bidang ekonomi. Secara ekonomi, zakat merupakan alat pemindahan kekayaan (*transfer of income*) dari golongan kaya kepada golongan yang tidak mempunya. Pengalihan kekayaan berarti mengalihkan sumber-sumber ekonomi yang berdampak pada perubahan yang bersifat ekonomis bagi kelompok yang lemah. Beberapa studi empirik sudah membuktikan dampak *transfer of income* dana zakat dari kelompok kaya kepada kelompok miskin. Dengan hasil uji coba tersebut, Anas Zarka memastikan kekuatan zakat mampu melipatgandakan pendapatan kelompok miskin sampai 10% dalam setiap tahun, selama mobilitas dana dari kelompok kaya dilakukan secara rutin.

Zakat untuk membangun pendidikan. Pendidikan dalam perspektif Islam memiliki peran penting bagi pembentukan kepribadian seseorang.

Atas dasar itu pulalah sehingga dapat dikatakan bahwa pertama surat al

¹⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011). 206.

¹⁶ Amirudin Inoed dkk, *Anatomi Fiqih Zakat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005). Hal. 138

A`laq ayat 1-5 memiliki daya transformatif melalui perintah iqra` (membaca). Hal ini menunjukkan pentingnya nilai pendidikan dan sumberdaya insani dibangun melalui dana zakat.

Sumberdaya manusia yang dikehendaki melalui pendidikan memiliki signifikansi penting dengan posisi dan prospek masa depan seseorang. Artinya, dengan mendayagunakan dana zakat untuk kepentingan peningkatan sumberdaya manusia dan kualitas pendidikan, maka muzakki dan amil telah ikut memberikan kontribusi bagi masadepan pendidikan dan ketrampilan (kualitas) para asnaf.¹⁷

Zakat untuk kepentingan umum, menurut Imam Syafi`i, Imam an-Nasa`i, Abu Tsur, Abu Hanifah, dan Imam Malik, memprioritaskan pemberian kepada fakir miskin hingga tercukupikebutuhannya adalah jauh lebih baik daripada membagikannya dengan jumlah yang sangat sedikit kepada seluruh *asnaf*. Menurut sebagian ulama seperti dikemukakan dalam tafsir *al-Maraghi*, *al-Qaimy*, dan kitab *al-Fatawa* (Syekh Mahmud Syathuth), penggunaan zakat tidak hanya untuk kepentingan peperangan saja, tapi cakupannya lebih luas, seperti untuk mendirikan rumah sakit, lembaga pendidikan, mendirikan masjid atau mushola, yang manfaatnya kembali kepada umat secara menyeluruh.¹⁸

Zakat untuk pembangunan bidang kesehatan yakni salah satu aspek penting yang menjadi program penyaluran dana zakat. Program kesehatan ini bertujuan untuk membantu kaum du`afa yang secara sosial

¹⁷ Muhammad dan Abubakar, *Manajemen Organisasi Zakat*, (Malang: Madani, 2011). Hal. 18-25

¹⁸ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis tentang Zakat, Infaq, Sedekah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001). Hal. 133-136

ekonomi berada pada tingkat rendah. Dalam implementasi, sebagian dari dana zakat dialokasikan membantu pelayanan kesehatan, meringankan beban biaya operasi, dan khitan atau sunatan massal.¹⁹

Sakit adalah sebuah musibah yang hampir terjadi pada setiap orang seperti yang telah tercantum dalam surat al-Baqarah: 155

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ
وَالْأَنْفُسِ وَالْثَّمَرَاتِ ۗ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ ۝١٥٥

“Dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar”.

Karenanya, Islam memberi perhatian yang jelas, memerintah untuk mengobati orang sakit.

Dalam sebuah hadits, Rasulullah saw. menyatakan, *“Setiap penyakit itu ada obatnya, maka berobatlah kamu sekalian (jika sakit) dan jangan berobat dengan sesuatu yang diharamkan.”* Bagi orang sakit atau keluarga sakit yang tak mampu mengobatinya, kaum muslimin wajib membantunya dengan zakat, infaq, dan sedekah.²⁰

B. Konsep Umum Program Kesehatan dan Pengelolaannya

1. Definisi Kesehatan Secara Umum

¹⁹ Muhammad dan Abu Bakar, Manajemen Organisasi Zakat, (Malang: Madani (Kelompok Penerbit Intrans), 2011). Hal. 36-37

²⁰ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis tentang Zakat, Infaq, Sedekah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001). Hal. 149-150

Kesehatan sendiri merupakan salah satu dari lima pilar kesejahteraan sosial. Kelima pilar kesejahteraan sosial, yaitu suatu keadaan terpenuhinya segala bentuk kebutuhan hidup yang bersifat mendasar seperti makanan, pakaian, perumahan, pendidikan, dan kesehatan oleh sebab itu, kesehatan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap manusia.

Kesehatan merupakan persoalan universal dan kebutuhan mendasar khususnya bagi manusia. Kesehatan adalah hak asasi manusia dan menjadi salah satu unsur utama kesejahteraan.²¹ sebagaimana ungkapan bahwa kesehatan bukanlah segala-galanya, tetapi tanpa kesehatan segalanya bukanlah apa-apa. Kesehatan memiliki makna dan dimensi yang luas sesuai definisi menurut WHO maupun Undang-undang Kesehatan, yaitu keadaan sehat yang meliputi aspek fisik, mental, spiritual dan sosial serta dapat produktif secara sosial maupun ekonomis. Hal ini menunjukkan bahwa status kesehatan seseorang tidak hanya diukur dari aspek fisik dan mental semata, namun juga dinilai berdasarkan produktivitas sosial atau ekonomi. Kesehatan mental (jiwa) mencakup komponen pikiran, emosional dan spiritual. Secara spiritual, sehat tercermin dari praktek keagamaan, kepercayaan, dan perbuatan yang baik sesuai norma dalam masyarakat.²²

Pengertian kesehatan sendiri menurut WHO (World Health Organisation), kesehatan adalah *“Healthy is a state of complete physical,*

²¹ Undang-undang RI No. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan.

²² Soekidjo Notoatmodjo. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003). Hal. 3-4

mental, and social wellbeing and not merely an absence of disease of infirmity.” kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomi”.²³ Dengan demikian, kesehatan adalah totalitas yang menunjukkan tidak adanya penyakit dan bahwa organ-organ tubuh berfungsi secara normal.²⁴

Menurut Tomasevski, kondisi kesehatan ditentukan banyak faktor bahwa negara pemerintah, termasuk individu itu sendiri, tidak dapat menjamin kondisi kesehatan tertentu. Misalnya, faktor genetik. Faktor sosial seperti akses untuk bekerja dan mendapatkan penghasilan, akses atau perumahan, gizi yang mencukupi, air dan sanitasi juga sangat penting. Pengembangan kesehatan, antara lain melalui program sebagai berikut:

- a. Pengadaan air dan sanitasi
- b. Pemberian nutrisi
- c. Perumahan dan lingkungan yang sehat

Program tersebut lebih terbukti menguntungkan daripada tindakan penyembuhan atau tindakan kesehatan lainnya.²⁵

2. Definisi Kesehatan Menurut Islam

Dalam pandangan Islam sehat adalah nikmat dalam kehidupan ini, sehat merupakan salah satu anugrah terbesar dari Allah Swt terhadap

²³ Ahmad Syauqi Al Fanjari, *Nilai Kesehatan Dalam Syari`at Islam*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1999). Hal 68.

²⁴ Asep Usman Ismail, *Al-Qur`an dan Kesejahteraan Sosial*, (Tangerang: Lentera Hati, 2012). Hal. 284

²⁵ Titon Slamet Kurnia, *Hak atas Derajat Kesehatan Optimal Sebagai HAM*, (Bandung: PT. Alumni, 2008). Hal. 18.

hamba-Nya. Ia merupakan pokok nikmat dunia yang kemudian diikuti dengan nikmat iman. Karena dengan badan dan akal yang sehat seseorang akan dapat belajar, beramal, bekerja keras, serta berjuang untuk agamanya.²⁶

Menurut Al-Syatibi dalam konsep *maqasid syari`ah* terdapat lima unsur pokok kehidupan manusia untuk kemaslahatan yakni, menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. dalam hal ini al-Syatibi menunjukkan betapa pentingnya lima unsur pokok itu dalam kehidupan manusia, jadi semua unsur pokok harus dilengkapi agar tercapainya kemaslahatan manusia.

Pemeliharaan terhadap lima unsur pokok kehidupan manusia untuk kemaslahatan dapat dilakukan dengan cara memelihara *eksistensi* kelima unsur pokok tersebut dalam kehidupan manusia dan melindunginya dari berbagai hal yang dapat merusak.²⁷ Berkenaan dengan hal tersebut pemeliharaan lima unsur pokok kehidupan manusia dalam Islam dibagi menjadi dua yakni menjaga jasmani dan rohani. Menjaga jasmani seperti menjaga kesehatan badan dan akal, sedang kesehatan rohani yaitu menjaga agama, serta penunaian rukun Islam.

Kesehatan termasuk dalam pengertian *al-hasanah*, kebaikan hidup didunia, yang senantiasa menjadi do`a kaum beriman. Semua manusia mengharapkan kesehatan jasmani dan rohani bagi dirinya sepanjang hayat, meskipun hal itu tidak akan pernah terjadi, karena setiap

²⁶ Hamad Hasan Raqith, *Hidup Sehat Cara Islam*, (Bandung: Marja, 2006). Hal. 26.

²⁷ Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2010). Hal. 280-281

manusia akan mengalami gangguan kesehatan, bahkan suatu saat akan mengalami kematian.²⁸

Maka dari itu program kesehatan sangat penting untuk dikembangkan dan dimaksimalkan pada program-program pemberdayaan zakat dan infaq di LAZ. Pada prinsipnya pemberdayaan dana zakat untuk bantuan kesehatan yang dilakukan oleh LAZ bukan sesuatu yang terjadi secara *by accidental*, melainkan *by design* (tujuan) yang didasari oleh pemahaman tentang urgensi kesehatan dalam perspektif Islam, misalnya dalam hal khitan, Islam menaruh perhatian agar kelompok yang tidak mampu mendapat perawatan dan pembiayaan untuk tujuan khitan dan sunatan harus dibantu melalui dana zakat.²⁹

Dalam syari`at Islam tentang kesehatan sebagai berikut:

a. *Sanitation* (kesehatan lingkungan)

Menjaga kebersihan lingkungan dan memeliharanya dari berbagai penyakit, adapun menurut hadits Nabi Saw yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari yakni “*bersihkanlah halaman kalian dan jangan menyerupai orang yahudi*” menjaga kebersihan lingkungan seperti, membersihkan jalan, rumah, tata kota, saluran irigasi, serta tebing-tebingnya.

b. *Personal Hygiene* (kesehatan perorangan)

Yang meliputi kebersihan badan, tangan gigi, kuku dan rambut. Sesuai dengan sabda Nabi yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan

²⁸ Salamet Riyadi, *Peran Ajaran dan Pemikiran Islam dalam Bidang Kesehatan*, www. Pemikiran Islam. Com PDF (Diakses tanggal 28-11-2014). Hal. 284.

²⁹ Muhammad dan Abubakar, *Makajemen Organisasi Zakat*, (Malang: Madani, 2011). Hal. 39

Muslim: *“sesungguhnya tubuhmu mempunyai hak dan kedua matamu juga mempunyai hak yang harus kamu penuhi”*

c. *Epidemiologi* (penyebab penyakit menular)

Perhatian Islam supaya menjaga kesehatan dan menjauhi berbagai macam penyakit menular, seperti sabda Nabi Saw yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari: *“Larilah dari orang-orang yang terkena penyakit lepra, seperti kamu lari dari harimau”* Untuk mencegah penularan dapat dilakukan dengan melalui karantina.

d. Makanan yang Bersih dan Higienis

Makanan yang bersih dan higienis memiliki banyak manfaat yang sangat besar bagi tubuh. Seperti perkataan Aisyah Ra yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari: *“Sesuatu yang dilihat oleh Rasullulah adalah makanan yang bersih (murni) semenjak Allah Swt mengutusny sampai Allah mewafatkannya.*

e. *Nutrition* (kesehatan makanan)

Allah Swt berfirman: *“Dihalalkan bagi mereka segala yang baik dan diharamkan atas mereka yang buruk”*. (Qs al-A`raf:157)

Menu makanan yang bermanfaat terhadap kesehatan jasmani, seperti tumbuh-tumbuhan, daging binatang darat, daging binatang laut, segala sesuatu yang dihasilkan dari daging, madu, kurma, susu dan semua yang bergizi.³⁰

³⁰ Ahmad Syauqi Al Fanjari, *Nilai Kesehatan Dalam Syari`at Islam*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1999). Hal. 4-5

“Kesehatan merupakan salah satu hak bagi tubuh manusia” demikian sabda Nabi Muhammad SAW. Karena kesehatan merupakan hak asasi manusia, sesuatu yang sesuai dengan fitrah manusia, maka Islam menegaskan perlunya istiqomah memantapkan dirinya dengan menegakkan agama Islam. Satu-satunya jalan adalah dengan melaksanakan perintah-perintah -Nya dan meninggalkan larangan-Nya.³¹

Perhatian pemerintah dan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) begitu terpusat untuk membentuk manusia sehat jasmani dan rohani pada masing-masing individu dalam masyarakat. Dalam agama Islam perhatian terhadap kesehatan manusia lebih unggul dan istimewa dibandingkan dengan perhatian pemerintah terhadap kesehatan masyarakat. Karena menjaga kesehatan jasman dan rohani dari berbagai macam penyakit merupakan bagian dari misi (risalah) ajaran Islam, dan merupakan bagian pelaksanaan syariat Islam.³²

3. Pengelolaan Kesehatan Menurut Islam

Islam menganjurkan kepada umatnya untuk menjaga hak atas tubuhnya, misalnya dengan cara mengkonsumsi makanan halal, menjaga kebersihan, dan berobat dikala sakit. Sabda Nabi Saw:

“sesungguhnya tubuhmu mempunyai hak, yang wajib kamu penuhi haknya.” (HR. Al-Bukhari, Muslim, An-Nasa`i).

³¹ Slamet Riyadi, “ *Peran Ajaran dan Pemikiran Islam dalam Bidang Kesehatan* ”, www. Pemikiran Islam.com PDF. (Diakses tanggal 29 november 2014).

³² Ibid.

Berikut ini terdapat beberapa prinsip dasar menjaga kesehatan dalam pandangan Islam, diantaranya:

- a) Menjaga kesehatan sebelum sakit, misalnya dengan mempersiapkan makanan yang higienis, baik, dan halal, menjauhi makanan dan minuman secara berlebihan, menjauhi sesuatu yang menyebabkan penyakit pada alat pencernaan.
- b) Anjuran untuk segera mengobati penyakit hati (jiwa atau mental) seperti stres, sedih, dan suka marah.
- c) Dianjurkan untuk membersihkan mulut dan gigi dengan sikat gigi atau siwak;
- d) Menjaga kesehatan lingkungan dan memelihara dari berbagai macam penyakit;
- e) Menjaga kesehatan individu;
- f) Menjauhi dari berbagai macam penyakit;
- g) Perintah untuk berobat;
- h) Menjaga kesehatan dengan olahraga. Hal ini tercermin pula dalam kegiatan ibadah ritual seperti sholat, puasa, dan haji.³³

Sebagai umat Islam kita diajarkan untuk hidup bersih karena hidup bersih itu merupakan hal yang memberikan timbal balik yakni kesehatan badan dan kesehatan lingkungan, maka Islam sangat mementingkan kebersihan dan kesehatan, karena apabila badan sehat maka kita dapat melakukan ibadah dengan maksimal dan lingkungan yang bersih agar kita

³³ Hamid Hasan Raqith, *Hidup Sehat Cara Islam: Seluk Beluk Kesehatan dan Penjagaannya*, (Bandung: Marja, 2006). 19-21.

terjauh dari kotoran yang najis yang dapat merusak ibadah sholat dan mengotori badan.

C. Konsep Umum Pengelolaan Kepercayaan Konsumen

1. Pengertian Kepercayaan Konsumen Secara Umum

Menurut kamus bahasa Indonesia, kepercayaan dengan kata dasar percaya yaitu, sesuatu yang diharapkan dan keyakinan akan kejujuran, kebaikan dari pihak lain.³⁴ Bagi Griffin, kepercayaan adalah keyakinan terhadap perilaku seseorang dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan namun tidak pasti dalam situasi yang memiliki resiko. Menurut Rousseau, kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.³⁵

Kepercayaan adalah suatu pengetahuan yang dimiliki seseorang dan semua kesimpulan yang dibuat tentang suatu obyek, atribut dan manfaatnya. Pengukuran kepercayaan yaitu kinerja lembaga secara keseluruhan memenuhi harapan, pelayanan yang diberikan lembaga atau

³⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://ebsoft.web.id> , (diakses tanggal 07-05-2015 pukul 11.31 wib)

³⁵ <https://satyaariyono.wordpress.com/2012/06/24/kepercayaan/>. (Akses 5-25-2015, jam 10.09 wib)

perusahaan secara konsisten terjaga kualitasnya, percaya bahwa lembaga tersebut akan bertahan lama.³⁶ Menurut teori *Trust Commitment* yang dikemukakan oleh Morgan dan Hunt, kepercayaan merupakan kunci untuk menjaga dan memelihara hubungan jangka panjang, hubungan jangka panjang akan mengkaitkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap harapan yang akan diterima dari perusahaan atau lembaga jasa. Dengan kata lain pelanggan dipengaruhi dengan apa yang telah diterima dan dialami konsumen.

Dalam konsep *relationship marketing*, kepercayaan akan berpengaruh terhadap loyalitas, dikarenakan kepercayaan menciptakan suatu hubungan timbal balik yang bernilai tinggi. Dengan kata lain, loyalitas merupakan proses yang berkelanjutan sebagai akibat terbentuknya kepercayaan.

Pengertian loyalitas menurut Oliver adalah keadaan dimana terdapat komitmen yang kuat dalam penggunaan layanan jasa secara berulang-ulang.³⁷

2. Strategi Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dan Karakteristiknya.

Kepercayaan konsumen merupakan hal yang penting terutama pada jasa yang memiliki interaksi yang tinggi dengan konsumen. Tanpa rasa percaya konsumen akan kinerja jasa perusahaan maka sulit bagi

³⁶ Muhammad, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2005). Hal. 130

³⁷ <https://teori-teoripemasaran.wordpress.com>, (diakses tanggal 11 juni 2015 pukul 19:15 wib).

perusahaan untuk memiliki konsumen yang memiliki komitmen mendalam dengan konsumen. Ketika perusahaan memiliki konsumen dengan komitmen yang tinggi maka boleh dikatakan perusahaan jasa tersebut memiliki kemampuan yang signifikan untuk bertahan dalam pasar yang terus berubah ini.

Dalam meningkatkan kepercayaan strategi yang harus diterapkan yaitu:

- a. Menurut Anderson dan Weit yakni *Menerima saran dan kritik*, dengan begitu perusahaan akan dapat mempertahankan atau bahkan memperbaiki kualitas jasa yang ditawarkan.
- b. Menurut Crosby and Stevens strateginya yaitu *Memberi pelayanan prima*, pelayanan prima merupakan hal yang wajib dimiliki oleh perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.
- c. Menurut penelitian yang dilakukan Ruben Chumpitaz Caceres and Nicholas G. Papparoidami memperlihatkan hasil strategi yakni *Menepati janji pada pelanggan*, hal ini sangat penting dilaksanakan karena apabila perusahaan melanggar janji maka pelanggan merasa kecewa dan itu jelas akan menurunkan kepercayaan pelanggan.³⁸

Dari strategi-strategi yang telah dijelaskan diatas dapat memberikan hasil atau timbal balik yakni kepercayaan konsumen kepada perusahaan, dan karakteristik konsumen yang memiliki kepercayaan terhadap suatu

³⁸ Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001). Hal. 66

perusahaan yakni yang sesuai dengan pendapat Griffin karakteristik dari kepercayaan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian atau menggunakan jasa berulang secara teratur.
2. Membeli antar lini produk atau jasa (*purchase across product and servicelines*) Konsumen tidak hanya membeli jasa dan produk utama tetapi Konsumen juga membeli lini produk dan jasa dari perusahaan yang sama.
3. Mereferensikan kepada orang lain (*Refers other*) dimana konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) berkenaan dengan produk atau jasa tersebut.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (*demonstrates animmunity to the full of the competition*) konsumen menolak untuk menggunakan produk atau jasa alternatif yang ditawarkan oleh pesaing.

Oleh karena itu, loyalitas konsumen merupakan suatu ukuran yang bisa diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang bagi suatu perusahaan

Menurut Zeithaml yang sesuai dengan pendapat Kotler, karakteristik kepercayaan konsumen yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain;
- 2) Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran;
- 3) Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama dalam melakukan penggunaan jasa atau pembelian jasa;

- 4) Melakukan lebih banyak kerjasama dengan perusahaan beberapa tahun mendatang.³⁹

Dari penjelasan diatas bahwasanya menurut Griffin dan Kotler sama-sama memiliki titik ukur yang kuat untuk mengukur kepercayaan konsumen, karena dalam suatu perusahaan barang atau jasa memang memiliki beragam bentuk strategi dalam mengelola konsumen sehingga hasil yang diperolehpun juga beragam. Dan peneltian ini penulis memilih teori yang dikemukakan oleh Zaithaml yang sesuai dengan pendapat Philip Kotler karena lebih representatif untuk penelitian ini, sebab penelitian ini menggunakan lembaga jasa sebagai obyek penelitiannya.

3. Unsur-unsur Kepercayaan Konsumen

Menurut Kotler, unsur-unsur kepercayaan konsumen yaitu antara lain:

- a. *Reliability* (Keandalan), kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- b. *Assurance* (Jaminan), pegetahuan, sikap dan kemampuan karyawan untuk meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen.
- c. *Empathy* (Empati), kemampuan untuk peduli dan memberikan perhatian lebih bagi konsumen.
- d. *Responsiveness* (Ketanggapan), kemampuan membantu permasalahan konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap.

³⁹ Zeithaml, V.A, Berry, L.L, Parasuraman, "*The Behavioral Consequences Of Service Quality*", *Journal of Marketing*, (1996), 60:31

- e. Berwujud, yakni tentang bentuk kantor atau perusahaannya terhadap kebersihan dan kerapian ruangan.⁴⁰

Dari unsur - unsur diatas adalah faktor yang dapat mempengaruhi seorang konsumen menjadi percaya atau loyal terhadap suatu perusahaan, karena suatu kepercayaan terhadap perusahaan adalah hal yang sangat beresiko, sehingga konsumen yang percaya terhadap sesuatu yang beresiko maka konsumen tersebut benar-benar konsumen yang dapat memberikan masa depan yang baik bagi perusahaan.

Sedangkan unsur-unsur kepercayaan konsumen menurut Gary Amstrong adalah sebagai berikut:

- a) Pengetahuan, pengetahuan konsumen terhadap produk yang ditawarkan
- b) Opini, pandangan konsumen terhadap produk yang disesuaikan dengan pemikiran konsumen.
- c) Keyakinan, yaitu keyakinan terhadap agama yang dianutnya sehingga memberikan dampak pada pemilihan produk barang atau jasa yang akan digunakan oleh konsumen.⁴¹

Kepercayaan dapat atau tidak dapat membawa beban emosional sehingga orang-orang cenderung bertindak sesuai dengan kepercayaannya.

⁴⁰ Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001). Hal. 56

⁴¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong , *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1997). 172

4. Kepercayaan Donatur Dalam Islam

Kepercayaan konsumen secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan *relationship*. Tanpa adanya kepercayaan maka *relationship* tidak akan bertahan dalam waktu yang lama, maka dari itu dalam lembaga zakat juga sangat diperlukan kepercayaan donatur, karena zakat baru bisa diberikan setelah adanya keyakinan dan juga kepercayaan bahwa sipenerima adalah orang yang berhak menerima zakat.⁴²

Muzakki adalah orang yang mengeluarkan atau membayar zakat, maka dalam Lembaga Amil Zakat (LAZ) perlu adanya perhatian dan pembinaan yang memadai guna memupuk nilai kepercayaannya.⁴³ Rasa percaya muzakki terhadap organisasi zakat perlu dibangun dan ditanamkan sedemikian rupa sehingga organisasi zakat memiliki citra yang baik, memperoleh amanah yang betul-betul dipercaya *muzakki* bahwa zakat mereka dikelola secara baik sesuai dengan ketentuan syari`ah dan sampai kepada *mustahiq*.⁴⁴

Adapun pengertian donatur dalam kamus ilmiah berarti penderma, donor berarti menyokong atau penyambung sedangkan donasi adalah derma, hadiah, sokongan tetap.⁴⁵ Donatur Lembaga Amil Zakat adalah pihak-pihak atau orang yang mempercayakan dan memberikan donasinya yaitu zakat, infaq, shadaqah dan wakaf kepada Lembaga Amil Zakat.

⁴² Yusus Qaradhawi, *Spektrum Zakat Dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*, (Jakarta: Zahrul Hakim, 2005). Hal. 152

⁴³ Muhammad dan Abubakar, *Manajemen Organisasi Zakat*, (Malang: Madani, 2011), 48.

⁴⁴ Ibid. 57-58.

⁴⁵ Susilo Riyadi dan Suci Nur Anisyah, *Kamus Populer Ilmiah Lengkap*, (Surabaya: Sinar Terang, 2006). Hal. 84

Beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan donatur adalah suatu keyakinan bagi donatur untuk membayarkan donasinya berupa zakat, infaq, shadagah dan wakaf agar dibayarkan oleh Lembaga Amil Zakat kepada orang-orang yang berhak menerimanya, dari dasar kepercayaan ini merupakan alasan utama para donatur membayarkan kewajiban mereka.

5. Strategi Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Menurut Islam

Dalam membangun kepercayaan donatur (muzakki), LAZ harus memiliki strategi yang baik dan sesuai dengan hukum-hukum Islam agar memiliki hasil yang baik pula, strategi dalam meningkatkan konsumen atau donatur dalam Islam juga memiliki cara tersendiri yakni yang disesuaikan dengan pendapat Al-Qur`an yaitu seperti berikut:

1. Melaksanakan keadilan, Allah mengajarkan untuk berbuat adil hal ini tercantul dalam surat Al A`raaf ayat 29: yang artinya *“Katakanlah: "Tuhanku menyuruh menjalankan keadilan". dan (katakanlah): "Luruskanlah muka (diri)mu di Setiap sembahyang dan sembahlah Allah dengan mengikhlaskan ketaatan-mu kepada-Nya. sebagaimana Dia telah menciptakan kamu pada permulaan (demikian pulalah kamu akan kembali kepadaNya)“*.
2. Melakukan kejujuran, dari Abu Sa`id Al Khudri, RA, Rasullulah SAW bersabda: *“pedagang yang jujur dan dapat dipercaya termasuk golongan para nabi, dan orang yang benar-benar tulus dan para syuhada ”*.

3. Menepati janji, disebut dalam Al-Ma'idah ayat 1: "*hai orang-orang yang beriman penuhilah aqad-aqad itu*", dari ayat tersebut dapat dilihat bahwa kita dianjurkan untuk selalu menepati janji dalam segala aktifitas apapun. Karena janji adalah hutang dan hutang tidak akan pernah hilang walaupun sudah meninggal.⁴⁶

Maka sesuai dengan al-Qur'an diatas kita wajib menaatinya karena kita adalah umat muslim yang baik, dan kita juga harus senantiasa berperilaku sesuai dengan ajaran Islam karena dalam agama Islam telah mengajarkan bahwa sesuatu yang baik maka akan menimbulkan yang baik pula. Rasulullah telah memberikan teladan yang baik (*uswatun hasanah*) yang harus diteladani oleh setiap pribadi muslim, terutama yang disertai tanggung jawab termasuk pengelola organisasi zakat untuk bersikap:

- a. *Shiddiq*, yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam menjalankan tugas, peran dan fungsinya.
- b. *Fathonah*, yaitu cerdas dalam mengelola dana ZISWAF, maka dari itu amil zakat harus cakap dalam hukum-hukum zakat.
- c. *Tablig*, yaitu mampu berkomunikasi dengan baik.
- d. *Amanah*, yaitu selalu mengemban tanggung jawab sebagai amil zakat.⁴⁷

Dalam Islam menjaga kepercayaan dalam suatu usaha atau transaksi adalah diharuskan agar tidak merugikan salah satu dari pihak yang

⁴⁶ M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy dan Ethics*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008). 189-190

⁴⁷ Muhammad dan Abubakar, *Manajemen Organisasi Zakat*, (Malang: Madani, 2011), 84-84.

bersangkutan, maka dari itu dalam mengajarkan untuk bersikap amanah seperti yang telah dijelaskan dalam Al-qur`an sebagai berikut:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا
وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ۝١١

“dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.” (An-Nahl:91).⁴⁸

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa suatu lembaga atau perusahaan itu sangat dibutuhkan sikap kejujuran, menepati janji, dan pelayanan yang baik, karena hal tersebut dapat menciptakan tingkat kepercayaan konsumen atau donatur.

6. Unsur-unsur Kepercayaan Konsumen Menurut Islam

Dalam pendapat syari`ah yang diungkapkan oleh Syakir Sula dalam buku *Marketing syari`ahnya*, bahwa unsur-unsur kepercayaan yang dijelaskan memiliki pengertian yang sama dengan pendapat Armstrong tetapi dilihat dari pandangan syari`ah, yaitu sebagai berikut:

- a. Keyakinan, yaitu keyakinan manusia terhadap ajaran dan hukum-hukum Islam, konsumen muslim memiliki kepercayaan yang kuat terhadap Islam dimana sesuai dengan firman Allah SWT: al-An`am :162. yaitu: *“Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam”*.

⁴⁸ DEPAG RI, *Al-Qur`an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Penerbit J-ART, 2004).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa umat Islam memiliki tuhan dan ajaran yang wajib ditaati, sehingga konsumen muslim akan memilih suatu tindakan yang sesuai dengan ajaran Syari`ah. Karena suatu keyakinan adalah hal yang sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap sesuatu.

- b. Opini, yaitu pendapat konsumen terhadap suatu barang atau jasa. dalam Syari`ah marketing harus didasari dengan sikap kejujuran dan tanggungjawab untuk mendapatkan konsumen, agar konsumen senantiasa berfikiran baik terhadap suatu produk atau perusahaan. Dimana sesuai dengan firman Allah SWT: *“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”*. (QS. At-Taubah: 119). Ayat tersebut memberikan petunjuk kepada manusia agar kita bersama orang-orang yang benar karena orang yang benar tidak akan memberikan kita kerugian.
- c. Pengetahuan, yaitu pengetahuan terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen dan pengetahuan terhadap perusahaan yang akan diajak kerjasama. Jangan sampai menimbulkan *kemudharatan* dalam waktu yang akan datang terhadap kita. ⁴⁹

Dari pemaparan diatas bahwasanya kepercayaan konsumen akan muncul dengan sendirinya apabila ketiga unsur diatas telah tertanam

⁴⁹ Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari`ah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006). Hal. 7, 53.

dalam hati dan pikiran konsumen, konsumen yang pintar pasti akan lebih selektif dalam memilih lembaga jasa yang lebih sesuai dengan harapannya.