

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Donatur

Donatur adalah orang atau pihak yang memberi sumbangan secara tetap. Donatur pada dasarnya adalah orang atau pihak yang berkaitan pemberian sumbangan untuk kepentingan umum, oleh karena itu pada setiap sumbangan yang diberikan kepada suatu pihak, donatur mempunyai hak untuk mengetahui secara jelas informasi mengenai penggunaan donasi atau sumbangan yang diberikannya.

B. Infak

1. Pengertian Infak

Secara bahasa infak berasal dari kata “*anfaqa*” yang artinya mengeluarkan harta untuk suatu kepentingan. Sedangkan secara istilah infak adalah kegiatan mengeluarkan harta untuk suatu kepentingan di jalan Allah atau kepentingan yang disyari’atkan.¹⁰

Adapun perbedaan infak dengan zakat dapat dilihat dari waktu pengeluarannya, zakat dikeluarkan pada waktu (*haul*) yang telah ditentukan dalam syari’at, sedangkan infak dapat dikeluarkan kapan saja tidak terkait dengan waktu tertentu. Perbedaan lain juga dapat dilihat dari *nisab*, zakat memiliki *nisab* sedangkan infak tidak yang artinya baik seseorang berpenghasilan tinggi maupun rendah bisa mengeluarkan

¹⁰ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis tentang Zakat Infak Sedekah* (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), 14.

hartanya untuk tujuan tertentu yang disyari'atkan. Dalam penyalurannya, zakat diberikan untuk delapan *ashnaf*, sedangkan infak dapat diberikan kepada siapapun. Jadi, pada infak tidak ditentukan jenisnya, jumlah, dan kadarnya serta waktu penyerahannya.

Infak dalam penelitian ini adalah sejumlah harta yang dikeluarkan oleh donatur NU CARE LAZISNU–MWCNU Prambon yang diberikan kepada lembaga untuk kemudian dikelola dan disalurkan kepada yang membutuhkan. Harta tersebut berupa uang tunai yang tidak ada batasan nominalnya yang diberikan kepada lembaga secara rutin pada setiap bulannya.

Dari pengertian donatur dan infak diatas, jadi donatur infak yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pihak yang memberikan uang tunai (infak) kepada NU CARE LAZISNU-MWCNU Prambon secara rutin pada setiap bulannya dan secara terus menerus atau dengan konsistensi yang tinggi, dengan tidak ada batasan nominalnya.

2. Landasan Hukum Infak

Dasar hukum infak dalam Al-Qur'an yaitu:

a. QS. Al-Israa' (17) : 100

قُلْ لَوْ أَنَّهُمْ تَمْلِكُونَ خَزَائِنَ رَحْمَةِ رَبِّي إِذًا لَأَمْسَكْتُمْ خَشْيَةَ الْإِنْفَاقِ وَكَانَ الْإِنْسَانُ
فَقْتُورًا

Artinya: “Katakanlah (Muhammad), sekiranya kamu menguasai perbendaharaan rahmat Tuhanku, niscaya (perbendaharaan) itu kamu tahan, karena takut membelanjakannya. dan manusia itu memang sangat kikir.”¹¹

¹¹ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*., 292.

b. QS. Adz-Dzariyat (51) : 19

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya: “Dan pada harta benda mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta, dan orang miskin yang tidak meminta.”¹²

3. Manfaat Infak

a. Menyucikan Harta

Sejatinya harta yang kita miliki bukan mutlak milik kita, ada hak oranglain didalamnya. Oleh karena itu, harta yang kita miliki harus disucikan dengan memberikan sebagiannya kepada yang berhak.

b. Menyucikan Jiwa

Selain menyucikan harta infak mempunyai manfaat menyucikan jiwa, artinya dengan berinfaq dapat melatih diri dari perbuatan kikir dan tamak terhadap harta yang kita miliki.

c. Membantu yang Lemah

Dengan berinfaq dapat membantu masyarakat yang kesusahan dalam mencukupi kebutuhannya. Harta berlebih yang kita miliki sangat bermanfaat bagi mereka yang kekurangan, maka perlu disalurkan agar mencapai keseimbangan ekonomi. Pemberian infak akan membantu masyarakat kurang mampu menjadi lebih sejahtera.¹³

¹² Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 251.

¹³ M. Ali Hasan, *Zakat dan Infak: Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*, Ed. 1., cet. 1 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006).

C. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah sebuah sikap yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain karena pihak tersebut dapat dipercaya untuk melakukan sesuatu. Satu pihak dapat dipercaya karena integritasnya yang tinggi terhadap suatu kualitas yang diberikan seperti konsisten, jujur, adil, bertanggungjawab, dan lain-lain. Moorman mendefinisikan kepercayaan (*trust*) sebagai suatu kesediaan dari individu dalam menggantungkan dirinya terhadap pihak lain karena mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain dapat melakukan sesuatu sesuai dengan yang diinginkannya.¹⁴

Sebagai lembaga yang mengelola dana dari para donatur maka kepercayaan donatur terhadap lembaga sangat dibutuhkan untuk menunjukkan kepada para donatur bahwa dana yang disalurkan telah dikelola dengan benar dan penuh tanggungjawab. Kepercayaan dapat dibentuk yaitu melalui transparansi lembaga seperti laporan yang diberikan secara berkala dengan cara akses yang mudah dan cepat. Keterbukaan lembaga akan menciptakan dan menambah kepercayaan donatur kepada lembaga.

2. Faktor-faktor Kepercayaan

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah sebuah keyakinan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain bahwa untuk dapat melakukan sesuatu. Pada

¹⁴ Diyah Safitri dan Ahmad Nurkhin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzaki Melalui Kepuasan Muzaki dan Kepercayaan Muzaki* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2019).

dasarnya kepercayaan merupakan perwujudan dari seberapa besar dan tanggungjawab pihak yang diberikan kepercayaan dalam melakukan sesuatu.

b. Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati adalah sikap baik yang diharapkan satu pihak dari pihak lain. Kebaikan hati pada dasarnya adalah sikap yang memuaskan pihak lain atas sesuatu yang telah dilakukannya. Dengan demikian sikap ini akan membentuk kepercayaan.

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas adalah keyakinan terhadap apa yang telah dilakukan satu pihak setelah apa yang dilakukan. Keyakinan tersebut dapat berupa kejujuran yang dilakukan dan lainnya.¹⁵

3. Indikator Kepercayaan

Menurut Ifa Natania indikator yang digunakan dalam mengukur kepercayaan yaitu:

a. Dapat Dipercaya (*Credibility*)

Yaitu hal yang berhubungan dengan kepercayaan satu pihak kepada pihak lain, seperti percaya dengan reputasi, prestasi dan lain-lain. Contoh: tanggungjawab, informasi yang benar, dan jujur.

b. Kemampuan (*Competency*)

Yaitu keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pihak yang diberi kepercayaan untuk melakukan suatu hal. Contoh:

¹⁵ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 164.

penyaluran dana donatur yang tepat sasaran, dapat memberikan motivasi kepada donatur, dan lain-lain.

c. Sikap Moral (*Cortesy*)

Yaitu sikap baik yang diberikan pihak yang diberi kepercayaan seperti sikap ramah dan perhatian. Contoh: keramahan dan sopan dalam melayani para donatur.¹⁶

D. Loyalitas

1. Pengertian Loyalitas

Loyalitas adalah komitmen yang mendalam oleh suatu pihak untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa meskipun sudah dipengaruhi oleh perubahan situasi dan pemasaran yang dapat membuatnya beralih.¹⁷ Griffin menjelaskan bahwa pelanggan yang memiliki loyalitas berarti pelanggan yang sangat puas terhadap produk atau jasa yang diberikan sampai pada pelanggan tersebut berulang menggunakan dan merekomendasikan kepada pihak lain.¹⁸

2. Tahap-tahap Loyalitas

Menurut Hill tahapan dalam loyalitas yaitu:

a. *Suspect*

Yaitu pihak yang diyakini akan membeli dan membutuhkan barang/jasa tersebut, tetapi belum memiliki informasi tentang barang/jasa tersebut.

¹⁶ Ifa Natania, *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Donatur Infak Pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng Jombang* (Kediri: IAIN Kediri, 2018), 29–30.

¹⁷ Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Malang: Bayu Media Publishing, 2006), 387.

¹⁸ Jill Griffin, *Customer Loyalty, Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya Edisi Revisi dan Terbaru* (Jakarta: Erlangga, 2005), 81.

b. *Prospect*

Yaitu pihak yang memiliki kebutuhan akan barang/jasa tersebut, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya.

c. *Customer*

Yaitu pelanggan atau pihak yang sudah melakukan hubungan transaksi dengan penyedia barang/jasa, tetapi tidak mempunyai perasaan positif terhadap penyedia. Sehingga loyalitas pada tahap ini belum terlihat.

d. *Clients*

Yaitu pelanggan yang telah membeli barang/jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan penyedia secara berulang, dan hubungan ini berlangsung lama, dan pada tahap ini pelanggan telah memiliki sifat *retention*.

e. *Advocates*

Yaitu *clients* yang secara aktif mendukung penyedia barang/jasa dengan memberikan rekomendasi kepada pihak lain agar mau membeli di penyedia barang/jasa tersebut.

f. *Partners*

Yaitu hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara penyedia barang/jasa dengan pelanggan. Pada tahap ini pelanggan akan berani menolak barang/jasa dari pihak lain.¹⁹

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas

Berikut faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas, yaitu:

¹⁹ Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2010), 132.

a. Kepuasan (*Satisfaction*)

Yaitu perbedaan harapan sebelum melakukan pembelian atau penggunaan dan kinerja yang didapatkan setelah melakukan pembelian atau penguasaan barang atau jasa.

b. Ikatan Emosi (*Emotional Bonding*)

Yaitu terpengaruhnya konsumen karena suatu merek yang memiliki daya tarik tertentu. Karena pada dasarnya merek juga menggambarkan karakter dari konsumen. Sehingga dapat ditakan merek dan konsumen memiliki ikatan emosi.

c. Kepercayaan (*Trust*)

Yaitu suatu harapan dan kepercayaan yang diberikan konsumen kepada suatu pihak untuk melakukan suatu fungsi tertentu.

d. Kemudahan (*Choice Reduction and Habit*)

Yaitu rasa nyaman konsumen terhadap pihak atau merek tertentu karena kemudahan yang telah diberikan.

e. Pengalaman dengan Perusahaan (*History With Company*)

Yaitu sikap yang diulang oleh konsumen karena pengalaman baik yang dirasakan dalam pelayanan yang diberikan.

4. Indikator Loyalitas

Menurut Ifa Natia indikator yang digunakan dalam mengukur loyalitas yaitu:

1. Pembelian atau penggunaan secara berulang.
2. Merekomendasikan produk atau jasa kepada pihak lain.

3. Tidak memiliki niat untuk berpindah.
4. Selalu membicarakan hal positif tentang lembaga.²⁰
5. Loyalitas dalam Pandangan Islam

Dalam Islam, loyalitas disebut dengan kata *al-wala'* yaitu mashdar dari *fi'il* "waliya" yang artinya dekat. Yang dimaksud dengan *wala'* adalah dekat dengan kaum muslimin dan saling mencintai mereka, membantu, dan menolong.

Sedangkan *bara'* yaitu mashdar dari "bara'ah" yang artinya memutuskan atau memotong. Maksud dari hal tersebut adalah memutuskan hubungan atau ikatan dengan orang-orang kafir, sehingga tidak lagi mencintai, membantu dan menolong mereka serta tidak tinggal bersama mereka.²¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ وَالنَّصَارَىٰ أَوْلِيَاءَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ وَمَنْ يَتَوَلَّهُمْ
مِنْكُمْ فَإِنَّهُ مِنْهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴿٥١﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menjadikan orang Yahudi dan Nasrani menjadi teman setia(mu); mereka satu sama lain saling melindungi. Barang siapa di antara kamu yang menjadikan mereka teman setia, maka sesungguhnya orang itu termasuk golongan mereka. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang zalim"²² QS. Al-Maidah (5):51

Dari ayat-ayat diatas dapat dijelaskan bahwa loyalitas dalam pandangan Islam yaitu wajibnya mengasihi kepada orang-orang mukmin, dan memusuhi orang-orang kafir. Selain itu, ayat diatas

²⁰ Natania, *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Donatur Infak Pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng Jombang*, 27.

²¹ Muhammad Said Al-Qathani, *Al-Wala' Wal-Bara'; Konsep Loyalitas dan Permusuhan Dalam Islam* (Jakarta: Ummul Qura, 2013).

²² Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 117.

menjelaskan bahwa loyal kepada sesama umat Islam adalah kebajikan yang besar, dan loyal kepada orang kafir adalah bahaya besar.

E. Hubungan Antara Kepercayaan dan Loyalitas Donatur

Pengertian loyalitas adalah sebuah komitmen mendalam oleh suatu pihak untuk membeli dan menggunakan kembali produk atau jasa meskipun sudah dipengaruhi oleh perubahan situasi dan pemasaran yang dapat membuatnya beralih. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa loyalitas menunjukkan kesetiaan pihak terhadap suatu organisasi atau pihak lain yang telah dipilihnya.

Tentunya loyalitas pelanggan atau konsumen tidak terjadi begitu saja, ada beberapa hal yang dapat mempengaruhinya. Menurut Morgan dan Hunt jika ingin berhasil dalam menjalin hubungan baik harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat membentuk hubungan baik dengan pelanggan tersebut yaitu diantaranya dengan menciptakan kepercayaan dan komitmen. Kepercayaan atau komitmen yang ada akan menciptakan loyalitas pelanggan, ini sesuai dengan pendapat Fandy Tjiptono yang menyebutkan faktor kepercayaan (*trust*) terhadap sebuah merek atau pihak merupakan hal yang sangat penting untuk membentuk loyalitas.²³

Jadi dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memiliki hubungan dengan membentuk loyalitas. Kepercayaan yang diberikan oleh donatur akan membuat donatur loyal dengan lembaga dan bersedia untuk

²³ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010), 398.

terus melakukan donasinya melalui lembaga, sehingga lembaga akan terus beroperasi untuk mencapai tujuan yaitu mengatasi masalah sosial seperti kemiskinan.