

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Zakat

1. Pengertian zakat

Secara bahasa (*etimologi*) zakat berasal dari kata zaka yang berarti berkembang, berkah, tumbuh, suci, dan baik.¹ Dengan demikian, zakat yaitu membersihkan (menyucikan) diri dan hartanya sehingga pahalanya bertambah, hartanya tumbuh (berkembang) dan membawa berkah.²

Secara istilah syari'ah (*syara'*) zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah untuk diserahkan kepada orang-orang tertentu dan dengan syarat-syarat yang ditentukan pula.³

Menurut terminologi para *fuqaha*, zakat dimaksudkan sebagai penunaian, yakni penunaian hak yang wajib yang terdapat dalam harta. Zakat juga dimaksudkan sebagai bagian harta tertentu dan yang diwajibkan oleh Allah untuk diberikan kepada orang-orang fakir.⁴

Sedangkan empat Madzhab memberikan defenisi yang secara redaksional berbeda-beda mengenai makna zakat, berikut pengertian zakat menurut keempat madzhab:

¹Asnaini, *Zakat Produktif Dalam Perspektif hukum Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008, 23

²M. Ali Hasan, *Zakat dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*, Kencana Prenada Media Group, 2008, 15

³Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, 67

⁴Wahbah Al-Zuhayly, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, Bandung: PT. Rosdakarya, 2008, 85

1) Mazhab Syafi'I

Zakat ialah sebuah ungkapan untuk mengeluarkan harta atau tubuh sesuai dengan cara yang khusus.

2) Mazhab Maliki

Zakat ialah mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus pula yang telah mencapai *nishab* kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Manakala kepemilikan itu penuh dan sudah mencapai haul (setahun) selain barang tambang dan pertanian.

3) Mazhab Hanafi

Zakat ialah menjadikan sebagian harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus sesuai ketentuan syari'at.

4) Mazhab Hambali

Zakat ialah hak yang wajib dikeluarkan dari harta yang khusus untuk kelompok yang khusus pula.

Meskipun para ulama mengemukakannya dengan redaksi yang agak berbeda antara satu dan lainnya, akan tetapi pada prinsipnya sama, yaitu bahwa zakat itu adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya, untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula.⁵

2. Dasar hukum dan hikmah zakat

Dalam ajaran Islam disebutkan bahwa zakat merupakan salah satu rukun Islam dan juga menjadi kewajiban bagi umat Islam dalam rangka pelaksanaan dua kalimat syahadat. Dalam Qur'an disebutkan, kata zakat dan shalat selalu

⁵Iqbal M. Ambara, *Problematika Zakat dan Pajak Indonesia*, Jakarta: Sketsa, 2009, hlm.20

digandengkan disebut sebanyak 82 kali. Ini menunjukkan hukum dasar zakat yang sangat kuat.⁶

Adapun beberapa firman Allah SWT dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an dalam surat At-Taubah: 103:

Artinya: *“Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”*. (QS. At-Taubah: 103).⁷

Zakat dan shalat dalam al-Qur'an dan hadits merupakan lambang keseluruhan dari semua ajaran Islam. Hal tersebut menunjukkan bahwa betapa eratnya hubungan antara keduanya. Keislaman seseorang tidak akan sempurna kecuali dengan kedua hal tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa orang yang dekat dengan Tuhan berimplikasi pula pada kedekatannya dengan manusia, begitu pula sebaliknya.⁸

Melaksanakan shalat merupakan lambang baiknya hubungan seseorang dengan Tuhannya, sedang zakat adalah lambang harmonisnya hubungan antara sesama manusia. Sehingga tidak mengherankan jika shalat dan zakat yang disyari'atkan Allah merupakan pilar-pilar berdirinya bangunan Islam. Jika keduanya hancur maka Islam pun sulit untuk tetap bertahan.⁹

Agama Islam memiliki berbagai kelebihan yang membuktikan bahwa ia benar-benar berasal dari sisi Allah dan merupakan risalah *rabbaniyah* terakhir yang abadi. Untuk itu pembahasan tentang zakat jelas merupakan ayat-ayat yang

⁶M. Ali Hasan, *op. cit.*, hlm. 11

⁷A. Hassan, *Tarjamah Bulughul Maram Ibnu Hajar Al- Asq alani*, Bandung: CV.Diponegoro, 2006, hlm. 265

⁸Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 57.

⁹Iqbal M. Ambara, *op. cit.*, hlm. 12

berkaitan dengan hukum.¹⁰ Sehingga tidak perlu ditopang lagi dengan berbagai dalil karena sudah jelas dan ditegaskan oleh berbagai ayat al-Qur'an.¹¹

Dengan demikian, zakat mempunyai dimensi pemerataan karunia Allah SWT sebagai fungsi sosial ekonomi sebagai perwujudan solidaritas sosial, pernyataan rasa kemanusiaan dan keadilan, pembuktian persaudaraan Islam, pengikat persatuan umat, sebagai pengikat batin antara golongan kaya dengan miskin, sarana membangun kedekatan yang kuat dengan yang lemah, mewujudkan tatanan masyarakat yang sejahtera, rukun, damai, dan harmonis yang akhirnya dapat menciptakan situasi yang tentram, aman lahir batin.¹²

3. Mustahik zakat.

Sebagaimana pendapat para ulama' dan ahli hukum Islam yang merujuk dalam Al- Qur'an mengenai orang-orang yang berhak menerima zakat adalah sebagai berikut:¹³

- 1) Fakir
- 2) Miskin
- 3) *Amil*
- 4) *Muallaf*
- 5) *Riqab* (para budak)
- 6) *Gharimin*
- 7) *Fi Sabilillah* (orang yang berjuang di jalan Allah)
- 8) *Ibnu Sabil* (orang yang dalam perjalanan)

¹⁰Muhammad, *Zakat Profesi: Wacana Pemikiran dalam Fikih Kontemporer*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002. hlm. 12

¹¹Yusuf Qordhowi, *Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan*, Jakarta: Gema Insani Pers, 1995, hlm. 98.

¹²Asnaini, *op. cit.* hlm. 133

¹³Saefudin Zuhri, *Zakat Kontekstual*, Semarang: Bima Sejati, 2000, hlm 61

4. Jenis harta yang wajib dizakati

Dalam fiqih Islam harta kekayaan yang wajib dizakati digolongkan dalam beberapa kategori dan masing-masing kelompok berbeda *nishab*, *haul* dan kadar zakatnya, yakni sebagai berikut:

a) Emas dan perak

Emas dan perak termasuk logam mulia yakni merupakan tambang elok yang dijadikan perhiasan dan dijadikan mata uang yang berlaku dari waktu ke waktu.

b) Hasil pertanian

Hasil pertanian adalah hasil tumbuh-tumbuhan atau tanaman yang bernilai ekonomis seperti biji-bijian, umbi-umbian, sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias, rumput-rumputan, daun-daunan, dan sebagainya.

c) Hasil peternakan

Yakni hewan ternak yang dipelihara selama setahun dan tidak dipekerjakan sebagai tenaga pengangkutan. Meliputi hewan besar (unta, sapi, kerbau), hewan kecil (kambing, domba) dan unggas (ayam, itik, burung).

d) Harta perniagaan

Harta perniagaan adalah semua yang dapat diperjualbelikan untuk meraih keuntungan dari berbagai jenisnya, baik berupa barang seperti alat-alat, pakaian, makanan, perhiasan, dll.

e) Hasil tambang dan barang temuan

Ma'din (hasil tambang) adalah benda-benda yang terdapat di dalam perut bumi dan memiliki nilai ekonomis seperti emas, perak, timah, tembaga, marmer, giok, minyak bumi, batu-bara dan sebagainya.

Rikaz (barang temuan) adalah harta yang terpendam di dalam tanah dari zaman dahulu atau biasa disebut dengan harta karun. Termasuk didalamnya harta atau barang yang ditemukan dan tidak ada yang mengaku sebagai pemiliknya.

- f) Kekayaan yang bersifat umum.

Termasuk zakat profesi, saham, obligasi, rezeki tak terduga, undian, dan sebagainya.¹⁴

5. Syarat wajib zakat

Zakat mempunyai beberapa syarat wajib dan syarat sah. Menurut kesepakatan para ulama, bahwa syarat wajib zakat adalah sebagai berikut:

- 1) Merdeka

Yaitu zakat dikenakan kepada orang-orang yang bebas dan dapat bertindak bebas, menurut kesepakatan para ulama zakat tidak wajib atas hamba sahaya yang tidak mempunyai hak milik.

- 2) Muslim

Menurut *Ijma'* zakat tidak wajib atas orang kafir karena zakat ini merupakan ibadah *mahdah* yang suci sedangkan orang kafir bukan orang suci maka tidak wajib mengeluarkan zakat.

- 3) Baligh dan berakal

Zakat tidak wajib diambil atas harta anak kecil dan orang-orang gila sebab keduanya tidak termasuk ke dalam ketentuan orang yang wajib mengerjakan ibadah seperti sholat dan puasa.

- 4) Kepemilikan harta yang penuh

¹⁴Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, Jakarta; PT. Grasindo, 2006, hlm. 25-36

Harta yang akan dikeluarkan zakatnya haruslah murni harta pribadi dan tidak bercampur dengan harta milik orang lain. Jika dalam harta kita bercampur dengan harta milik orang lain sedangkan kita akan mengeluarkan zakat, maka harus dikeluarkan terlebih dahulu harta milik orang lain tersebut.

5) Mencapai *nishab*

Nishab adalah batasan antara apakah kekayaan itu wajib zakat atau tidak sesuai ketentuan syara' sebagai pertanda kayanya seseorang dan kadar-kadar yang mewajibkannya berzakat. Jika harta yang dimiliki seseorang telah mencapai *nishab*, maka kekayaan tersebut wajib zakat, jika belum mencapai *nishab*, maka tidak wajib zakat.

6) Mencapai *haul*

Haul, yaitu kekayaan yang dimiliki seseorang apabila sudah mencapai satu tahun hijriyah atau telah mencapai jangka waktu yang mewajibkan seseorang mengeluarkan zakat. Sedangkan syarat sahnya adalah niat yang menyertai pelaksanaan zakat.¹⁵

¹⁵Wahbah Al Zuhayly, *Op. Cit*, hlm. 98-106

6. Zakat Profesi

Yaitu zakat yang dikeluarkan oleh orang-orang yang memiliki usaha yang halal, melalui suatu keahlian khusus yang bisa memperoleh hasil (uang) untuk memenuhi kebutuhan dan cara memperolehnya gampang berdasarkan kemampuan seseorang. Ada beberapa hal yang berhubungan dengan profesi seperti pada penjelasan sebelumnya yaitu :¹⁶

- 1) Usaha yang dijalankan Halal
- 2) Memperoleh uang yang relative banyak
- 3) Didapatkan melalui cara yang gampang
- 4) Memperoleh hasil dengan kemampuan yang dimiliki

Yusuf al-Qaradhawi mengemukakan pendapatnya tentang hal-hal yang begitu penting agar memperoleh perhatian masyarakat muslim sekarang ini yaitu pendapatan dari hasil kerja berdasarkan keahliannya, baik keahlian pribadi, maupun kemampuan yang bisa dikerjakan secara berkelompok. Profesi individu contohnya profesi dokter, polisi, pilot, pe jahit, pelukis, guru dan sebagainya. Yang dilaksanakan dengan berkelompok contohnya pegawai (pemerintah maupun swasta) serta karyawan dengan menerapkan sistem upah atau gaji.¹⁷

7. Persyaratan Zakat Profesi

Syarat zakat profesi dan Ketentuannya ialah sebagai berikut :

- 1) Milik-Penuh, Artinya tidak ada milik orang lain di dalamnya, milik sendiri dan dalam penguasaan sendiri.
- 2) Nishab Ukuran serta Haul zakat. Takaran nishab serta haul untuk Zakat profesi dan zakat pertanian, zakat perdagangan serta rikaz sama. Maka zakat emas dan perak waktu pengeluarannya, nishab dan kadarnya tetap sama,

¹⁶ Muhammad, *zakat profesi: Wacana Pemikiran dalam Fiqih Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 58

¹⁷ Yusuf al-Qardhawi, *Fiqh Zakat*, (Beirut: Muassasah Risalah, 1991), 487

waktu untuk meneluarkan zakatnya adalah 1tahun sekali, nishabnya yaitu dengan emas 5gram, serta kadar zakatnya yaitu 2,5 %.

- 3) Halal, terbebas dari perkara hutang serta telah dikeluarkan kebutuhan pokoknya. Harta yang ingin d ikeluarkan zakatnya yaitu harta yang cara didapatkannya halal tidak melalui cara yang haram seperti riba,ataupun hasil mencuri dan harta tersebut terbebas dari utang dan mengeluarkan zakatnya setelah dikurangi dengan kebutuhan pokok muzakki.

8. Perhitungan Zakat Profesi

Menurut Yusuf Qardawi gaji yang telah diterima harus segera di keluarkan zakatnya, zakat mesti segera di hitung dari penghasilan kotornya setelah penghasilan diterima dikeluarkan zakatnya senilai 2,5%. Cara ini diberlakukan untuk seseorang yang tidak memiliki tanggungan atau tanggungannya kecil karena lebih tepat dan adil. contohnya: Seseorang yang belum berkeluarga dengan gaji Rp 4.000.000 setiap bulan, maka diwajibkan mengeluarkan zakat sebesar : 2,5% kemudian dikali Rp.4.000.000 = Rp 100.000 tiap bulan atau Rp 1.200.000 pertahun.¹⁸

Untuk mereka yang memiliki pengeluaran lebih besar seperti seseorang yang memiliki tanggungan keluarga, jadi zakatnya bisa dibayar selepas mengeluarkan semua kebutuhan pokoknya. Cara ini biasanya lebih efektif serta adil digunakan untuk mereka yang memiliki pengeluaran berupa tanggungan hidup yang banyak.

Contohnya: mereka yang memilki keluarga serta mempunyai anak dengan pendapatan perbulan Rp 4.000.000,- pengeluaran kebutuhan pokok Rp 3.000.000 tiap bulan , maka diwajibkan membayarkan zakatnya senilai : $2,5\% \times (4.000.000)$

¹⁸ DidinHafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, Cet 1,(Jakarta : Gema Insani,2002), 96

– 3.000.000) = Rp 25.000 per bulan atau pertahun = 12 x Rp 25.000 = Rp 300.000.

Jadi untuk seorang yang telah memiliki tanggungan, zakat profesi akan diambil 2,5% dari total penghasilan yang telah dikurangi kebutuhan pokoknya. Sedangkan untuk seseorang yang belum memiliki tanggungan, zakat profesinya akan diambil 2,5% dari total pendapatan setiap bulannya, ketentuan tersebut telah menjadi aturan umum untuk para direktur baik negeri maupun swasta dalam penghitungan zakat profesi untuk diterapkan dikantornya masing-masing.¹⁹

¹⁹ Ibid, 97

9. Organisasi pengelola zakat (OPZ)

Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) adalah organisasi yang diberi kewenangan atau ditunjuk oleh pemerintah untuk mengelola dana masyarakat. Terdapat beberapa regulasi yang mendasari pengelolaan zakat oleh OPZ diantaranya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat di Indonesia.²⁰ Ada dua organisasi yang memiliki tugas untuk mengelola, mendistribusikan, dan mendayagunakan zakat yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ).

Organisasi pengelola zakat (OPZ) merupakan lembaga publik dan juga lembaga nirlaba. Hal ini karena OPZ melakukan penghimpunan dan pendayagunaan dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ziswaf), yang merupakan dana publik (masyarakat) dan merupakan lembaga nirlaba yang pembentukannya didasarkan pada prinsip-prinsip Syariah Islam. Sebagai lembaga nirlaba, OPZ memiliki karakteristik yang sama dengan lembaga nirlaba lainnya. Karakteristik tersebut antara lain memiliki sumber daya seperti dana, barang dan lainnya yang berasal dari para donatur. OPZ juga menghasilkan berbagai jasa dalam bentuk pelayanan masyarakat meskipun tidak bertujuan untuk mencari laba. Namun, OPZ secara khusus memiliki perbedaan dengan lembaga nirlaba lainnya, perbedaannya antara lain terkait dengan ketentuan muzakki (donatur), ketentuan dan jenis barang yang harus dizakati, ukuran dan nilai zakat yang harus dibayarkan, dan siapa saja yang berhak menerima zakat (mustahik).²¹

²⁰Sri Fadillah, et. all, "Organisasi Pengelola Zakat (OPZ): Deskripsi Pengelolaan Zakat dari Aspek Lembaga Zakat", Jurnal Kajian Akuntansi, Vol. 18, No. 1, 2017, hal. 63, dalam https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/kajian_akuntansi/article/view/3085, diakses tanggal 10 Oktober 2020

²¹Abdulloh Mubarak dan Baihaqi Fanani, "Penghimpunan Dana Zakat Nasional: Potensi, Realisasi dan Peran Penting Organisasi Pengelola Zakat", Permana, Vol. V, No. 2, Februari 2014, hal. 11, dalam <http://e-journal.upstegal.ac.id/index.php/per/article/view/363/0>, diakses tanggal 13

Mengurus dana zakat memerlukan manajemen dan pengelolaan secara profesional agar potensi yang besar dapat member manfaat bagi kaum *dhuafa*. Maka bagian terpenting dalam proses manajemen pengelolaan zakat adalah tahap alokasi dan pendistribusian dana zakat. Karena proses inilah yang langsung bersentuhan dengan sasaran penerima zakat.

Manajemen suatu organisasi pengelola zakat yang baik dapat diukur dan dirumuskan dengan tiga kata kunci yang dinamakan *Good Organization Governance*, yaitu:

1) Amanah

Sifat amanah merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki oleh setiap amil zakat. Tanpa adanya sifat tersebut maka system akan hancur, sebagaimana sistem perekonomian Indonesia hancur disebabkan rendahnya moral dan tidak amanahnya pelaku ekonomi. Terlebih dana yang dikelola adalah dana umat yang secara esensi milik *mustahiq*.

2) Profesional

Hanya dengan profesionalitas yang tinggilah maka dana yang dikelola akan menjadi efektif dan efisien.

3) Transparan

Dengan transparansi pengelolaan zakat, maka akan menciptakan suatu sistem kontrol yang baik, karena melibatkan pihak intern organisasi dan pihak *muzakki* maupun masyarakat luas. Dengan transparansi maka rasa curiga dan ketidakpercayaan masyarakat akan dapat diminimalisir.²²

²²Sholahuddin, *Ekonomi Islam*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006, hlm. 236

Secara umum prinsip akuntansi sebuah lembaga amil harus memenuhi standar akuntansi pada umumnya, yakni:

1) *Accountability*

Yaitu pembukuan harus dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, dengan bukti yang sah.

2) *Auditable*

Yaitu pembukuan dapat dengan mudah dipahami oleh pihak pemakai laporan, mudah ditelusuri dan dapat dicocokkan.

3) *Simplicity*

Yaitu pembukuan disesuaikan dengan kepraktisan, sederhana dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan lembaga tanpa harus mengubah prinsip penyusunan laporan keuangan.

Laporan Keuangan sebuah lembaga pengelola zakat harus diterbitkan secara berkala, hal tersebut untuk meningkatkan kepercayaan *muzakki* maupun calon *muzakki*. Sehingga keyakinan dan kepercayaan *muzakki* terhadap citra lembaga tetap terjaga.²³

B. Kepercayaan Muzaki

Kepercayaan adalah “ekspektasi yang dipegang oleh individu bahwa ucapan seseorang dapat diandalkan.” Kelompok terpercaya perlu memiliki integritas tinggi dan dapat dipercaya, yang diasosiasikan, dengan kualitas yaitu: konsisten, kompeten, jujur, adil, bertanggungjawab, suka membantu dan baik.²⁴

²³Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Watamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2004, hlm. 225

²⁴Panca Winahyuningsih, “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Griptha Kudus”, *Jurnal Sosial dan Budaya*, 2010, 3

Kepercayaan (trust atau belief) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman.²⁵

Melalui tindakan dan proses belajar, orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli. Kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu.²⁶

Untuk membangun sebuah kepercayaan diperlukan tujuh core values, yaitu sebagai berikut:²⁷

1) Keterbukaan

Kerahasiaan dan kurangnya transparansi dalam menjalankan sesuatu akan mengganggu trust building. Oleh karena itu diperlukan keterbukaan antara kedua belah pihak agar keduanya dapat saling percaya antara satu sama lain.

2) Kompeten

Adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas atau peran dalam membangun pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada pengalaman dan pembelajaran. Yakni sebagai syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas di bidang pekerjaan tertentu.

3) Kejujuran

Kejujuran merupakan elemen terpenting dalam mendapatkan sebuah kepercayaan, hal ini dimaksudkan untuk menghindari kecurangan yang

²⁵M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 62-63

²⁶Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 13

²⁷Mukhlis Muhammad Nur dan Zulfahmi, "Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Lhoukseumawe", *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, Vol. 01, No. 3, Desember 2018, 23, dalam https://ojs.unimal.ac.id/index.php/ekonomi_regional/article/view/592

bersifat merugikan yang lain. Jujur bermakna keselarasan antara berita dengan kenyataan yang ada. Dengan kata lain jujur adalah berkata atau memberikan suatu informasi yang sesuai kenyataan dan kebenaran. Dalam penerapannya, secara hukum tingkat kejujuran seseorang biasanya dinilai dari ketepatan pengakuan atau apa yang dibicarakan dengan kebenaran dan kenyataan yang terjadi.

4) Integritas

Integritas adalah keselarasan antara niat, pikiran, perkataan dan perbuatan. Dalam prosesnya, berjanji akan melaksanakan tugas secara bersih, transparan, dan profesional dalam arti akan mengerahkan segala kemampuan dan sumber daya secara optimal untuk memberikan hasil kerja terbaik. Orang yang berintegritas tinggi mempunyai sikap yang tulus, jujur, berperilaku konsisten serta berpegang teguh pada prinsip kebenaran untuk menjalankan apa yang dikatakan secara bertanggung jawab.

5) Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan dorongan psikologi sosial yang dimiliki seseorang untuk mempertanggungjawabkan sesuatu yang telah dikerjakan kepada lingkungannya atau orang lain. Akuntabilitas sekiranya dapat diukur dengan pertanyaan-pertanyaan tentang seberapa besar motivasi menyelesaikan pekerjaan dan seberapa besar usaha (daya pikir) untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan tersebut.

6) Sharing

Sharing adalah sebuah pengakuan atau pengungkapan diri terhadap orang lain yang berfungsi untuk berbagi sesuatu untuk meringankan sebuah masalah. Sharing merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan karena

mempunyai manfaat nilai psikologis yakni membantu membangun hubungan yang lebih baik antara satu sama lain. Termasuk didalamnya sharing informasi, ketrampilan, pengalaman dan keahlian.

7) Penghargaan

Untuk mendorong sebuah kepercayaan maka harus terdapat respek saling menghargai antara satu sama lain.

Sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*trust*) dan perilaku (*behavior*). Mowen dan Minor menyebutkan bahwa istilah pembentukan sikap konsumen (*consumer attitude formation*) seringkali menggambarkan hubungan antara kepercayaan, sikap dan perilaku.²⁸ Kepercayaan, sikap dan perilaku memiliki hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Ketiganya saling mempengaruhi, yang mana kepercayaan akan mempengaruhi seseorang dalam bersikap. Sikap seseorang akan membentuk perilaku seseorang.

Dalam penelitian ini, kepercayaan terhadap lembaga zakat dimaksudkan agar rasa percaya muzaki terhadap lembaga pengelola zakat agar menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut karena dapat dipercaya, amanah, jujur, transparan, dan profesional. Sehingga muzaki tidak akan ragu menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut sebagai pilihan utama dan mendapatkan rekomendasi sebagai lembaga kepercayaan. Dengan demikian diharapkan dana zakat akan terkumpul lebih banyak dan optimal dalam pendistribusian apabila rasa kepercayaan terhadap lembaga tersebut semakin tinggi.

²⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 135-136

Apabila informasi yang didapatkan akurat, lengkap dan relevan maka dapat meningkatkan kepercayaan. Faktor seperti Pengaruh, informasi, dan pengendalian akan menjadi penentu seseorang akan rasa percaya atau tidaknya dalam perilakunya.

Berikut indikator kepercayaan :²⁹

- a) Dalam berinteraksi Harus jujur
- b) Tanggung jawab terhadap konsumen
- c) Kepercayaan terhadap perusahaan bahwa ia mempunyai reputasi atau citra yang baik dimata konsumen

Menurut Flavian dan Giunaliu (2007) kepercayaan terbentuk dari tiga hal yaitu:³⁰

- a) Kejujuran (honesty)

Kejujuran yaitu percaya kepada kata-kata orang lain, percaya bahwa mereka akan menepati janjinya dan bersikap tulus kepada kita

- b) Kebajikan (Benevolence)

Kebijakan yaitu tindakan yang mendahulukan kepentingan umum dari pada kepentingan pribadi.

- c) Kompetensi (Competence)

Kompetensi yaitu persepsi atas pengetahuan, kemampuan untuk menyelesaikan masalah, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pihak lain yang dimiliki suatu pihak.

Selain kepercayaan yang telah dijelaskan secara umum, Allah SWT juga telah menjelaskan kepercayaan dalam Islam yang disebut dengan *amanah* (dapat dipercaya). Sebagaimana yang terkandung dalam surat An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:

²⁹ Monica Purnamasari, *kajian Indikator Kepercayaan Konsumen Akan Online Review Pada Proses Keputusan Booking Hotel Secara Online*, dalam jurnal akademika, Vol. 13 No. 1, 2015, 25

³⁰ Flavian dan Giunaliu, *Measure on Web usability Website*". *Journal of Computer Information Systems*, 48 (No.1), 2007, 17-23

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat*”.³¹

Dari terjemahan ayat di atas diketahui bahwasannya Allah SWT menjelaskan amanah sebagai sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain untuk dipelihara dan dikembalikan bila saatnya atau diminta oleh pemiliknya. Amanah adalah lawan kata dari khianat. Al-Qur'an sangat sarat dengan ajaran tentang kepercayaan (*the spirit of trust*), yaitu semangat yang menumbuhkan dan mengembangkan kepercayaan yang transenden (pemikiran yang jauh/luar biasa). Ajaran tentang kepercayaan meliputi tuntutan untuk beraksi, yang dimulai dari pergeseran memandang, berbicara, berperilaku, dan bekerja.³²

C. Keputusan

Suatu organisasi harus mampu untuk memahami perilaku konsumen untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Perilaku konsumen adalah kegiatan seseorang dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa. Pemasar yang memahami konsumen, pemasar harus mengetahui bagaimana konsumen melakukan keputusan pembelian.

a. Pengambilan Keputusan Konsumen

³¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2010).

³²Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, 25.

Keputusan membeli atau mengonsumsi suatu produk dengan merek tertentu akan diawali oleh langkah-langkah sebagai berikut:³³

1) Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengaktifan kebutuhan, yaitu waktu, perubahan situasi, pemilikan produk, konsumsi produk, perbedaan individu dan pengaruh pemasaran.

2) Pencarian Informasi

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal). Ada tiga faktor yang menentukan proses pencarian informasi yang ekstensif, faktor risiko produk, karakteristik konsumen, dan faktor situasi.

3) Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Pada proses evaluasi alternatif, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapinya. Setelah konsumen menentukan kriteria atau atribut dari produk atau merek yang dievaluasi, maka langkah berikutnya konsumen menentukan alternatif pilihan. Setelah

³³Nina Maharani, “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Produk Iphone di Bandung”, *Performa: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. XII, No. 1, 2015, 67, dalam <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3043>, diakses tanggal 18

melakukan alternatif yang dipilih, selanjutnya konsumen akan menentukan produk atau merek yang akan dipilihnya.

4) Pembelian

Jika konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlukan, maka ia akan melakukan pembelian. Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya.

5) Perilaku Setelah Pembelian

Setelah mengkonsumsi produk atau jasa, konsumen akan memiliki rasa puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya, perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut.

b. Indikator-Indikator Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Adapun Indikator-indikator keputusan dalam membayar zakat kepada lembaga yaitu sebagai berikut:³⁴

- a) Kemantapan terhadap suatu produk, muzakki akan memilih suatu lembaga yang bisa memberikan apa yang sesuai dengan kebutuhannya seperti pelayanan yang baik, program-program zakat yang dimiliki lembaga, transparansi lembaga zakat terhadap muzakki, dan sebagainya.

³⁴ Vivin Subantoro, “Keputusan Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Cabang Solo”, skripsi (Surakarta : IAIN Surakarta), 20

- b) Kebiasaan terhadap penentuan produk yang dipilih , jika telah mencapai nishab yang ditentukan muzakki harus selalu rutin dalam penyaluran dana zakat kepada lembaga zakat mana yang jadi pilihannya.
- c) Selalu merekomendasikan untuk para calon muzakki lainnya, mengajak saudara, serta orang-orang yang ada dilingkungannya agar menyalurkan zakatnya di lembaga zakat yang dipilihnya.
- d) Mendistribusikan zakatnya secara berulang, muzakki yang telah mengeluarkan dana zakat, infaq dan sedekahnya pada lembaga zakat yg dipilihnya sebaiknya melakukan hal tersebut dengan rutin.

D. Hubungan antara keputusan dengan kepercayaan

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ialah kepercayaan. Menurut Ryan, dalam skripsi Danu, kepercayaan terbentuk karena adanya harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketika seseorang telah mempercayai pihak lain, maka mereka yakin bahwa harapan akan terpenuhi dan tak akan ada lagi kekecewaan³⁵. Kepercayaan terhadap merek adalah kemauan konsumen mempercayai merek dengan segala resikonya karena adanya harapan yang dijanjikan oleh merek dalam memberikan hasil yang positif bagi konsumen.

Kepercayaan bersumber dari harapan konsumen akan terpenuhinya janji merek. Ketika harapan mereka tidak terpenuhi maka kepercayaan akan berkurang bahkan hilang. Ketika kepercayaan konsumen hilang maka akan sulit bagi perusahaan untuk menumbuhkan kembali. Kepercayaan konsumen terhadap merek

³⁵ Danu Iswara, “*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian*” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), 90

jelas-jelas mempe garuhi minat pembelian, karena konsumen memiliki sikap yang lebih waspada terhadap merk yang belum dikenal.³⁶

³⁶ Ibid, hlm. 91