

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk mengembangkan teori penelitian, penulis menggunakan beberapa jurnal dan penelitian terdahulu sebagai tambahan referensi. Studi yang dijadikan sebagai pendukung dalam penelitian ini antara lain studi mengenai potensi filantropi di Indonesia, tingkat kepatuhan membayar zakat, infaq, dan sedekah di Indonesia melalui OPZ, studi mengenai faktor-faktor motivasi membayar zakat, infaq, dan sedekah melalui OPZ, dan studi mengenai preferensi atau kecendrungan masyarakat dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah di OPZ, serta beberapa indikator preferensi :

1. Penelitian mengenai perilaku warga Muhammadiyah yang pernah dikaji dalam penelitian **“Perilaku dan Potensi Filantropi Warga Muhammadiyah (Survei di 11 Kota Besar di Indonesia)”** yang dilakukan oleh LAZISMU yang bekerjasama dengan program studi muamalah Ekonomi dan Perbankan Islam (EPI) yang sekarang menjadi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam (FAI) UMY dan Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengembangan Pendidikan (LP3M) UMY pada tahun 2015. Penelitian ini membuktikan bahwa kedermawanan di kalangan warga Muhammadiyah masih didominasi oleh pandangan keagamaan dan akan lebih banyak meningkatkan donasi mereka untuk kepentingan agama. Sedikit dari responden yang menginggung aspek kepedulian sosial dan

solidaritas atau tentang kepentingan publik non-keagamaan. Selain itu kurang dari 40 persen warga Muhammadiyah mengenal dengan baik LAZISMU. Tingkat pengenalan terhadap lembaga amil ini penting, pasalnya keputusan warga untuk mengalokasikan dan meningkatkan donasi mereka lebih banyak ditentukan oleh tingkat pengenalan mereka dengan lembaga amil zakat. Selain itu faktor yang mempengaruhi peningkatan donasi antara lain lembaga amil memberikan program yang bermanfaat untuk masyarakat, memiliki program-program baru dan amil cukup inovatif dalam menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi masyarakat.

2. Ahmad Mifdlol Muthohar, dalam hasil penelitiannya yang berjudul **“Preferensi Masyarakat Terhadap Lembaga Zakat dan Bentuk-Bentuk Pemberdayaan Dana Zakat”** yang dimuat dalam jurnal *inferensi* pada Vol. 10, No .2, Desember 2016 menjelaskan bahwa pengetahuan *muzakkī* dalam pengelolaan zakat, infaq, dan sedekah oleh pemerintah sudah cukup besar, dan dapat menjadikan acuan sebagai dasar perkembangan potensi zakat di Indonesia. Dalam kajiannya Ia juga membahas bahwa masyarakat cenderung memilih untuk menyalurkan zakat, infaq, dan sedekahnya melalui dua cara yaitu melalui lembaga pengelola zakat dan secara langsung kepada mustahiknya. Namun, pada pilihan kecendrungan lembaga dipilih *muzakkī* dalam menyalurkan zakat, infaq, dan sedekahnya antar lembaga pemerintah ataupun lembaga swasta,

sebanyak 57% responden memilih untuk menyalurkan zakat, infaq, dan sedekahnya di lembaga pengella zakat swasta.

3. Selanjutnya hasil penelitian N. Kurniawati¹, A. Sukma dalam karyanya yang berjudul **“Preferensi Masyarakat Kabupaten Sukabumi dalam Pengambilan Keputusan Membayar Zakat”**. Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa dari hasil analisis data yang dilakukan dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui lembaga zakat adalah faktor pertama adalah faktor psikologi dan faktor sosial, terdiri dari keyakinan, komunikasi, keluarga, pengetahuan, kelompok acuan motivasi. Faktor kedua adalah Faktor sosial meliputi interaksi, pekerjaan dan prestasi. Faktor ketiga adalah faktor sosial yaitu gaya hidup, faktor keempat adalah faktor budaya yaitu budaya ditanamkan, faktor kelima adalah budaya yaitu budaya menyesuaikan. Faktor yang mempengaruhi keputusan membayar zakat melalui non lembaga zakat adalah faktor pertama adalah faktor pribadi dan faktor sosial terdiri dari komunikasi, keyakinan, keluarga, pengetahuan Faktor kedua adalah Faktor sosial dan faktor psikologi meliputi interaksi dan motivasi. Faktor ketiga adalah faktor sosial yaitu pekerjaan, faktor keempat adalah faktor budaya yaitu budaya memngajarkan, faktor kelima adalah budaya yaitu budaya menyesuaikan.
4. Selanjutnya, penelitian terkait OPZ di Indonesia, yang dilakukan oleh Sri Fadilah, Rini Lesatari dan Yuni Rosdiana dengan judul **“Organisasi Pengelola Zakat (OPZ): Deskripsi Pengelolaan Zakat dari Aspek**

Lembaga Zakat”, yang diterbitkan oleh kajian akuntansi PP 60 – 74. Penelitian tersebut menyatakan bahwa OPZ diatur dalam undang-undang nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat dan peraturan pemerintah nomor 14 tentang pelaksanaan Undang-Undang (UU) nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) terdiri dari BAZNAS dan LAZ. OPZ melaksanakan peran intermediasi zakat yaitu penghimpunan dan penyaluran dan pendayagunaan zakat. Bidang program penyaluran terdiri dari Bidang kesehatan, ekonomi, dakwah, Pendidikan, kepedulian kemanusiaan. LAZ dapat digolongkan berdasarkan sejarah dan basisnya yaitu (1) LAZ berbasis masjid, (2) LAZ berbasis ormas, (3) LAZ berbasis perusahaan dan (4) LAZ berbasis lembaga zakat

5. Selanjutnya kajian terkait pengaruh persepsi terhadap preferensi masyarakat dalam keputusan membayar zakat, infaq, dan sedekah di lembaga pengelola zakat yang dikaji oleh Satria Darma dkk pada tahun 2017 dengan judul **“Analisis Persepsi Muzaki Terhadap Preferensi dan Keputusan Memilih Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus Di Kota Medan dan Sekitarnya)”**, yang diterbitkan J-Ebis volume 2 nomor 1 halaman 1-24. Isi dari penelitian tersebut fokus terhadap persepsi apa yang mendasari *muzakkī* lebih memilih LAZ yang satu daripada LAZ yang lain. Penelitian tersebut membuktikan bahwa persepsi pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap preferensi *muzakkī* dalam memilih lembaga Amil Zakat. Dan yang paling berpengaruh terhadap preferensi adalah

persepsi pelayanan dan lokasi dalam penelitian ini sangat signifikan, dan untuk promosi sangat sedikit pengaruhnya. Persepsi pelayanan, promosi, dan lokasi mempengaruhi variable preferensi sebesar 35 % secara keseluruhan, sedangkan sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

6. Selanjutnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan dan preferensi pengusaha untuk berzakat di lembaga pengelola zakat. Penelitian ini ditulis oleh Agus Suprayogi dalam Tesisnya dengan judul ” **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keinginan dan Preferensi Pengusaha Mikro untuk Berzakat**”. Dalam hasil penelitiannya tersebut ditemukan tiga faktor kecenderungan yang mempengaruhi pengusaha mikro membayar zakat di lembaga pengelola zakat yaitu, pengetahuan zakat, keyakinan, dan tingkat ibadah. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat baik memiliki peluang lebih kecil dibanding pengusaha mikro yang berpengetahuan zakat kurang baik untuk membayar zakat di lembaga pengelola zakat. Keyakinan pengusaha mikro memiliki peluang besar terhadap penyaluran zakat di lembaga pengelola zakat, infaq, dan sedekah.
7. Selanjutnya, penelitian Hanna Siska (2012) dalam karya skripsinya yang berjudul “**Analisis Preferensi Muslim Jakarta dalam Membayar Zakat penghasilan (Uji Model *Partial Least Square*) dan Potensi Adanya Perhitungan Dobel Zakat**”. Dalam penelitian dijelaskan bahwa terdapat empat variable yang mempengaruhi preferensi masyarakat Jakarta dalam

membayar zakat yaitu keimanan, altruisme, kepuasan dan keuntungan. Keimanan merupakan faktor yang paling berpengaruh karena tigginya nilai *mean* pada indikator keimanan. Namun secara korelasi bersamaan dengan variable eksogem lainnya, keimanan tidak berpengaruh sebagai pemberi motivasi dibandingkan dengan variable altruism, keuntungan dan kepuasan. Sehingga disimpulkan bahwa *muzakkī* di Jakarta cenderung individualis. Motivasi bagi *muzakkī* dipengaruhi faktor-faktor yang bersifat individualis.

8. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Irfan Syauqi Beik dan Izzatul Mabniyyah Alhasanah terkait faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan tempat berzakat dan berinfaq dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Partisipasi dan Pilihan Tempat Berzakat dan Berinfaq**” yang diterbitkan oleh Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam Volume 2 no 1 2012. Dalam hasil kajiannya disimpulkan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi partisipasi individu berzakat adalah keimanan, penghargaan, altruism, organisasi, dan pendapatan. Kedua, faktor yang mempengaruhi partisipasi individu dalam berinfaq secara rutin adalah faktor keimanan, altruism, kepuasan, pendidikan, dan frekuensi infaq. Ketiga, faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan tempat membayar zakat di organisasi pengelola zakat adalah faktor ketersediaan organisasi pengelola zakat di daerah sekitar tempat tinggal, dan tingkat pendidikan.

9. Selanjutnya penelitian Lisna Nety Herawati dalam skripsinya yang berjudul **“Preferensi Dan Keputusan Masyarakat Kecamatan Karawaci”**. Dalam penelitian ini ditemukan banyak faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam menyalurkan zakat seperti lokasi, informasi perihal zakat disampaikan dengan baik, peyanaan di tempat zakat cepat, transparansi terhadap pelaporan zakatnya, profesi masyarakat, dan akuntabilitas lembaga pengelola zakat.
10. Penelitian akademisi Malaysia, yang mengkaji terkait faktor yang mempegaruhi kepatuhan seseorang membayar zakat, infaq, dan sedekah dengan judul **“Factors Influencing Individual Participation In Zakat Contribution: Exploratory”**, karya ini ditulis oleh Muhammad Muda, dkk pada tahun 2009. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa Altruisme diidentifikasi sebagai faktor utama yang mempengaruhi individu untuk membayar zakat yang diikuti oleh agama. Hasil dari temuan ini menunjukkan bahwa kompensasi induvidu bukanlah kontribusi penting bagi seseorang untuk terlibat dalam bersedekah. Ini mungkin tidak mendukung teori pertukaran yang berasumsi bahwa individu melibatkan aktivitas sosial atau wajib dimotivasi oleh adanya manfaat nyata atau imbalan. Faktor organisasi juga penting. Meskipun hanya 2,57%, faktor organisasi tidak bisa abaikan karena ada sebagian responden menyatakan bahwa mereka membayar zakat karena mereka puas dan bergantung pada layanan yang ditawarkan oleh organisasi yang bertanggung jawab dalam penyaluran zakat.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dikaji peneliti saat ini adalah pada objek penelitian. Peneliti memilih objek penelitian dengan ruang lingkup yang lebih kecil yaitu *muzakkī* dan *munfiq* Lazismu Pamekasan guna mengungkap dan memaknai fenomena secara lebih mendalam dan bukan sebagai generalisasi atas suatu populasi layaknya penelitian terdahulu yang ruang lingkungannya lebih luas dan diteliti menggunakan pendekatan kuantitatif.

Perbedaan selanjutnya adalah dari segi cara pandang yang berbeda untuk melihat suatu fenomena preferensi pada perilaku konsumen. Berbeda dari kebanyakan riset perilaku konsumen yang hanya membahas sektor bisnis, penelitian ini mencoba menganalisa persepsi pada perilaku konsumen nirlaba. Penelitian ini tidak hanya menganalisis faktor-faktor penentu pemilihan tempat menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah layaknya penelitian sebelumnya, melainkan juga mengurai persepsi dan alasan dan atau indikator preferensi *muzakkī* dan *munfiq* dalam menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah melalui Lazismu Pamekasan.

B. KERANGKA TEORITIK

1. Zakat, Infaq, dan Sedekah

a. Pengertian Zakat, Infaq, dan Sedekah

Zakat menurut bahasa, berarti *nama'* berarti kesuburan, *thaharah* berarti kesucian, barakah berarti keberkatan, dan berarti juga *tazkîyah* yang artinya mensucikan. Syara' memakai kata tersebut untuk kedua arti ini. Pertama, dengan zakat diharapkan akan mendatangkan kesuburan pahala. Karenanya dinamakanlah "harta yang dikeluarkan itu" dengan zakat. Kedua, zakat merupakan suatu kenyataan jiwa yang suci dari kikir dan dosa.

Imam nawawi mengatakan bahwa zakat mengandung makna kesuburan'. Kata zakat dipakai untuk dua arti, subur dan suci. Zakat digunakan untuk sedekah wajib, sedekah sunnah, nafkah, kemaafan, dan kebenaran. Demikian penjelasan Ibnu Arabi tentang pengertian kata zakat. Abu Muhammad Ibnu Qutaibah mengatakan bahwa "lafazh zakat diambil dari kata zakah, yang berarti nama' = kesuburan dan penambahan". Harta yang dikeluarkan disebut zakat karena menjadi sebab bagi kesuburan harta. (Hasbi Ash-Shiddieq, 2005).

Pengertian zakat menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat Pasal 1 angka ke 2 menyatakan bahwa zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam.

بَيِّنِ الْإِسْلَامَ عَلَى خَمْسٍ شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ ، وَإِقَامِ الصَّلَاةِ ، وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ ، وَالْحَجِّ ، وَصَوْمِ رَمَضَانَ

“

“Islam dibangun di atas lima perkara: bersaksi bahwa tidak ada ilah (sesembahan) yang berhak disembah melainkan Allah dan Muhammad adalah utusan-Nya; menegakkan shalat; menunaikan zakat; menunaikan haji; dan berpuasa di bulan Ramadhan.” (HR. Bukhari no. 8 dan Muslim no. 16)”).

Menurut kamus Bahasa Indonesia Infaq adalah mengeluarkan harta yang mencakup zakat dan non zakat. Sedangkan menurut terminologi syariat, infaq berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam. Sedangkan menurut Undang-Undang No.23 Tahun 2011 mengenai pengelolaan zakat di Indonesia dijelaskan bahwa infaq merupakan harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.

Oleh karena itu Infaq berbeda dengan zakat, infaq tidak mengenal *nishab* atau jumlah harta yang ditentukan secara hukum. Infaq tidak harus diberikan kepada mustahik tertentu, melainkan kepada siapapun misalnya orang tua, kerabat, anak yatim, orang miskin, atau orang-orang yang sedang dalam perjalanan. Namun infaq juga salah satu ukuran dan indikasi sifat ketaqwaan manusia kepada Allah. Infaq yang disalurkan digolongkan sebagai dana sosial yang tidak terikat jumlah dan waktunya.

Sedangkan sedekah Menurut Al-Jurjani, diartikan dengan pemberian sesuatu dari seseorang kepada orang lain karena ingin

mendapat pahala dari Allah. Sedangkan menurut Al-Munawi Sedekah diartikan dengan suatu perbuatan yang akan tampak dengannya kebenaran iman (seseorang) terhadap yang ghaib dari sudut pandang bahwa rezeki itu sesuatu yang ghaib. Dikatakan juga sedekah ditujukan untuk sesuatu dimana manusia saling memaafkan dengan (sedekah) itu dari haknya.

Orang yang bersedekah adalah orang yang benar pengakuan imannya. Maksudnya, sedekah menunjukkan pengertian tentang kebenaran keimanan seseorang. Dengan bersedekah seseorang tidak hanya meyakini keimanannya dalam hati, tetapi juga mengaplikasikannya dalam kehidupan nyata.

Secara umum sedekah adalah pemberian kepada orang lain tanpa melihat apakah yang diberi itu orang kaya ataupun orang fakir. Telah diriwayatkan dari Huzaifah, dia berkata (Arifin, 2011:189-196) :

“Segala kebaikan adalah sedekah.” (HR. Muslim) dan telah diriwayatkan dari Jabir dari Ibnu Masud, dia berkata: Rasulullah SAW bersabda: “Setiap yang ma‘ruf (benar menurut syara‘) yang dikerjakan baik kepada orang kaya maupun orang fakir adalah sedekah.” (HR. al-Bukhari).

Pengertian sedekah dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, termaktub dalam Bab I tentang Ketentuan Umum khususnya Pasal 1 angka 4 mengatur bahwa sedekah adalah harta atau nonharta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, infaq dan sedekah merupakan instrument sosial islam yang memiliki tujuan yang sama yakni mensejahterakan umat dan memberi pelajaran untuk berbagi kepada sesame dengan memberikan harta yang dimiliki. Perbedaannya terletak pada *mustahik* atau orang yang menerima zakat, infaq sedekah yang mana dalam zakat hanya dibatasi kepada delapan ashnaf, sedangkan infaq dan sedekah dibabaskan kepada siapa aja. Dan juga zakat hanya bisa dikeluarkan jika harta yang dimiliki tersebut sudah mencapai haul dan nishabnya, sedangkan infaq dan sedekah tidak ditentukan nishab dan haulnya.

b. Golongan yang Berhak Menerima Zakat, Infaq, dan Sedekah

Ketentuan seseorang wajib membayar zakat kepada seluruh orang muslim yang memiliki harta yang telah ditentukan telah mencapai nishab dan haulnya. Dalam Islam dijelaskan mengenai golongan yang berhak menerima zakat, sebagaimana yang telah diatur dalam QS: Attaubah:60

إِذْمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ
وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ
وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

”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 yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.” QS: Attaubah 60

Sebagaimana ayat tersebut, dapat kita ketahui golongan (*ashnaf*) yang berhak menerima zakat sebagai berikut (Jamaluddin, 2010):

- 1) *Faqir*, yaitu orang yang melarat hidupnya karena ketiadaan sarana (harta) dan prasarana (tenaga) untuk emenuhi kebutuhan hidupnya.
- 2) Miskin, yaitu orang yang serba kekurangan, tidak pernah tercukup kebutuhan hidupnya, meskipun sudah beruasa dengan maksimal. Hasby As Shiddiqiey menyatakan bahwa tidak ada perbedan antara fakir dan miskin. Namun Yusuf Qardawy mendefinisikan yang termasuk pada golongan fakir dan miskin adalah :
 - a) *Faqir* miskin merupakan individu yang tidak memiliki harta dan usaha sama sekali, atau
 - b) Mereka yang memeiliki harta tapi tidak encukupi untuk kebutuhan dirinya dan keluarganya.
 - c) Mereka yang punya harta atau usaha yang hanya bisa mencukupi separuh atau lebih kebutuhan untuk diri dan tanggungannya namun tidak mencukupi untuk seluruh kebutuhan.
- 3) *Amil*, yaitu pengurus atau pengelola zakat yang mengumpukan san mendistribusikan harta zakat kepada *mustahik*. Ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi sebagai katagori amil zakat:

- a) Beragama islam, karena mengambil zakat merupakan urusan muslim.
 - b) *Mukallaf* , yakni dewasa dan berakal.
 - c) Terpercaya, karena mereka akan mengelola dan mengurus harta kaum muslim.
 - d) Mengetahui hukum-hukum zakat.
 - e) Layak untuk melakukan pekerjaan.
- 4) *Muallaf*, yaitu orang-orang yang dilembutkan hatinya untuk masuk Islam, atau orang-orang yang memiliki potensi untuk menjadi seorang muslim.
 - 5) *Riqab*, yaitu budak atau tawanan perang yang dimaksudkan untuk membebaskan perbudakannya.
 - 6) *Gharimin*, yaitu orang-orang yang terlilit hutang dan tidak mampu untuk melunasi hutangnya kecuali dengan bantuan orang lain. Hutang disini tidak dimaksudkan dalam katagori orang yang berhutang karena maksiat, atau berjudi.
 - 7) *Sabilillah* yaitu orang-orang yang berada dalam perjuangan jihad dalam mendakwahkan Islam.
 - 8) *Ibnu Sabil*, yaitu *musafir* yang tidak memiliki bekal untuk melanjutkan perjalanannya.

Sedangkan untuk golongan yang berhak menerima infaq dan sedekah adalah :

- a) Keluarga dekat (orangtua, saudara, dan mereka yang memiliki ikatan tali persaudaraan dengan *munfiq*
- b) Delapan ashnaf zakat.
- c) Kepentingan sosial kemasyarakatan.

c. Model Penyaluran Zakat, Infaq, dan Sedekah di Indonesia

Di Indonesia terdapat dua model penyaluran zakat, infaq, dan sedekah. Pertama, menyerahkan zakat, infaq, dan sedekah secara langsung kepada *mustahiq* tanpa melalui perantara. Kedua, masyarakat menyerahkan ke lembaga pengelola zakat baik milik pemerintah ataupun lembaga pengelola zakat swasta.

1) Penyaluran secara langsung

Penyaluran zakat, infaq, dan sedekah secara langsung ini memberi makna bahwa *muzakkī* dan *munfiq* menyerahkan harta zakat, infaq, dan sedekah secara langsung kepada mustahik. Sejalan dengan firman Allah QS:Attaubah :60, tentu akan lebih utama bila zakat, infaq, dan sedekah dapat disalurkan melalui amil zakat yang amanah, bertanggung jawab dan terpercaya. Ini bertujuan agar distribusi zakat, infaq, dan sedekah tepat sasaran sekaligus menghindari penumpukan zakat (Fahkrudin, 2008: 43)

2) Penyaluran ke lembaga pengelola

Pelaksanaan zakat diawasi oleh penguasa, dilakukan oleh petugas, dipungut dari yang wajib mengeluarkan untuk diberikan kepada

yang berhak menerimanya. Dalil yang paling jelas dari permasalahan ini bahwa Allah telah menyebutkan yang bertugas dalam urusan zakat ini baik pengumpulan, pembagian zakat dengan nama ‘amalia alaiha sebagaimana Allah berfirman dalam surat At-Taubah (9) : 60. Mereka ini harus diberikan dari harta zakat agar tanggung jawab dan kewajibannya dapat dikerjakan dengan sebaik-baiknya. Wajib pemerintah memungut zakat bagi mereka yang wajib mengeluarkannya. Firman Allah SWT dalam Al-Qur’an surah At-Taubah (9) : 103.

d. Deskripsi Organisasi Pengelola Zakat (OPZ)

Organisasi pengelola zakat (OPZ) adalah suatu organisasi yang tugasnya untuk mengelola zakat, infaq, dan sedekah. Menurut UU No. 23 Tahun 2011 “pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan pengkoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat.” Di Indonesia sendiri terdapat dua jenis organisasi pengelola zakat. Pertama, Badan Amil Zakat (BAZ) yaitu organisasi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah. Dan kedua, Lembaga Amil Zakat (LAZ) yaitu lembaga filantropi yang didirikan oleh masyarakat yang bergerak di bidang dakwah, pendidikan, sosial dan kemaslahatan umat tetapi tetap dibawah pengawasan pemerintah.

e. Asas Organisasi Pengelola Zakat

Dijelaskan dalam UU No. 23 Tahun 2011 bahwa asas-asas organisasi pengelola zakat adalah sebagai berikut:

- 1) Syariah Islam. Organisasi pengelola zakat dalam menjalankan tugas dan fungsinya harus sesuai syariah Islam, dari cara merekrut pegawai sampai pendistribusian zakat harus sesuai dengan syariat.
- 2) Amanah. Sebagai organisasi pengelola zakat yang mengelola zakat dari masyarakat haruslah dapat dipercaya.
- 3) Kemanfaatan. Harus memberikan manfaat bagi mustahik.
- 4) Keadilan. Harus selalu bertindak adil dalam mendistribusikan zakat.
- 5) Kepastian hukum. Dalam proses pengelolaan zakat, muzakkī dan mustahik harus memiliki jaminan dan kepastian hukum.
- 6) Terintegrasi. Dalam upaya meningkatkan kinerja pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat, pengelolaan zakat harus dilakukan secara hierarkis.
- 7) Akuntabilitas. Pengelolaan zakat harus dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat ataupun pihak lain yang berkepentingan.

2. Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (Pusat Bahasa, 2008:1100) preferensi diartikan sebagai hak untuk didahulukan dan diutamakan daripada yang lain; prioritas; pilihan; kecenderungan; kesukaan. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih (Vivian, 2008: 567). Preferensi juga diartikan sebagai salah satu sifat yang lebih ditekankan kepada pilihan individu terhadap suatu objek yang lebih mereka sukai dibandingkan dengan objek yang lain berdasarkan faktor-faktor tertentu. Kotler menjelaskan bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada (Kotler, 2000:154).

Preferensi juga dimaknai sebagai konsep, yang digunakan pada ilmu sosial, khususnya ekonomi. Ini mengasumsikan pilihan realitas atau imajiner antara alternative -alternatif dan kemungkinan dari pemeringkatan alternatif tersebut, berdasarkan kesenangan, kepuasan, grafikasi, pemenuhan, kegunaan yang ada. Lebih luas lagi, dapat diaggap sebagai sumber dan motivasi. Di ilmu kognitif, preferensi individual memungkinkan pemilihan tujuan.

Teori pilihan (*theory of choice*) adalah hubungan timbal balik antara preferensi pilihan dan berbagai kendala yang menyebabkan seseorang menentukan pilihan-pilihannya. Berbicara preferensi, meliputi pilihan dari yang sederhana sampai kepada pilihan yang

kompleks, untuk membuktikan bagaimana seseorang dapat merasakan atau menikmati segala sesuatu yang dilakukan. Namun, setiap individu tidak bebas melakukan segala sesuatu yang diharapkan dan diinginkan yang disebabkan oleh kendala waktu, pendat, dan faktor faktor lainnya dalam menentukan pilihan. Namun, dalam hal ini preferensi yang dimaksudkan sebagai daya tarik *muzakkī* dan *munfiq* terhadap Lazismu pamekasan dari berbagai pilihan OPZ yang menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah dengan berbagai pertimbangan dalam pilihannya.

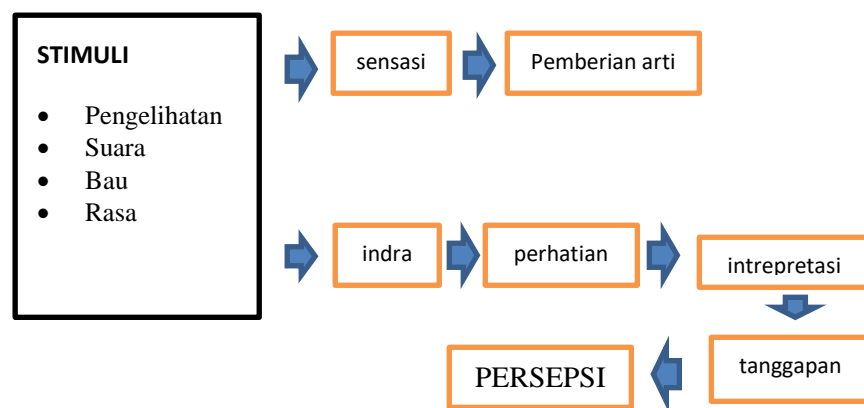
Banyaknya lembaga pengelola zakat di Indonesia menyebabkannya banyaknya pilihan yang akan dipilih *muzakkī* dan *munfiq*. Dan untuk menentukan satu pilihan setiap *muzakkī* dan *munfiq* tersebut ditemukan adanya preferensi setiap individu yang berbeda dengan dasar pertimbangan terhadap kendala-kendala yang akan terjadi.

Adanya pemasaran suatu perusahaan ditujukan untuk memenuhi dan melayani kebutuhan serta keinginan konsumen, namun untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan tersebut tidak mudah. Oleh sebab itu, untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan yang diharapkan salah satunya dengan memahami keinginan, persepsi, dan preferensi serta perilaku *muzakkī* dan *munfiq*.

Timbulnya preferensi disebabkan adanya sensasi, dimana aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang mengembirakan. Sensasi dapat didefinisikan sebagai respon atau tanggapan yang tepat

dari indra penerima terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu maka akan timbul persepsi. Sedangkan persepsi sendiri dibentuk oleh:

- 1) Karakteristik dari stimuli
- 2) Hubungan stimuli dengan sekelilingnya
- 3) Kondisi-kondisi di dalam diri kita sendiri



Stimulasi adalah setiap bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan setiap individu. Oleh karena itu, persepsi memiliki sifat yang subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitar. Selain itu, secara substansial persepsi bisa sangat berbeda dengan realitas. Pada gambar di atas menjelaskan bahwa stimuli ditangkap melalui indera kemudian diproses oleh penerima stimulus (persepsi).

b. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Preferensi

Kotler dalam bukunya yang berjudul “*Dasar-Dasar Manajemen* “ (Kotler, 2000:154) menjelaskan bahwa terdapat empat faktor-faktor

yang mempengaruhi perilaku preferensi, yaitu adanya faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

1) Faktor Budaya.

Kebudayaan adalah suatu yang kompleks meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan dan aturan-aturan yang berlaku pada masyarakat. Budaya adalah faktor yang mendasar dalam mempengaruhi perilaku konsumen (*muzakkī* dan *munfiq*).

Seperti Budaya berkehidupan *islami* di Pamekasan yang diputuskan oleh LPPSI (Lembaga Pengkajian dan Penerapan Syariat Islam) . Budaya *islami* ini diaplikasikan terhadap di semua lapisan masyarakat, baik di kalangan birokrasi, pendidikan, sosial kemasyarakatan bahkan dalam lingkup rumah tangga.

Contoh budaya islami di Pamekasan ini adalah dengan banyaknya berdiri lembaga pendidikan yang bersifat islami 171 pondok pesantren dan 754 lembaga pendidikan Islam mulai dari MI, MTS, MA, lima perguruan tinggi baik negeri maupun swasta yang tersebar di Pamekasan (Chotijah, 2008: 9).

2) Faktor sosial.

Faktor penentu perilaku individu yang dapat disebabkan karena adanya interaksi bisa dari kelompok referensi, keluarga,

dan peranan status. Faktor sosial ini dapat mempengaruhi perilaku individu secara langsung maupun bertahap.

Setelah peneliti melakukan observasi lapangan, ditemukan bahwa Pamekasan adalah kabupaten yang banyak digerakkan oleh kelompok-kelompok masyarakat seperti ormas-ormas Islam di Pamekasan yakni Nahdhatul Ulama, Muhammadiyah, Persatuan Islam, Al-Irsyad dan lainnya yang menjadi wadah pergerakan masyarakat pamekasan.

3) Faktor Pribadi.

Keputusan seseorang juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu usia, pekerjaan, keadaan ekonomis individu, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri. Sesuai data BPS Kabupaten Pamekasan, Komposisi penduduk Kabupaten Pamekasan menurut jenis kelamin memiliki rasio sebesar 94,5. Artinya adalah terdapat sekitar 94 penduduk laki-laki diantara 100 penduduk perempuan. Sebagaimana pada tahun sebelumnya, rasio jenis kelamin penduduk cenderung semakin kecil pada kelompok umur tua. Pada kelompok umur 0-19 tahun rasio jenis kelamin rata-rata di atas 100, sedangkan pada kelompok umur 20 tahun ke atas rasionya di bawah 100. Ini artinya pada kelompok umur tua jumlah penduduk perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki. Komposisi ini mengindikasikan bahwa

perempuan lebih sanggup bertahan hidup dibandingkan dengan laki-laki.

Dalam bukunya Kotler (1999:241) menjelaskan dalam faktor pribadi indikator pengaruhnya bisa disebabkan oleh pekerjaan. Secara kuantitatif mata pencaharian masyarakat Pamekasan yaitu, 45 % petani, 20.34 % pedagang, 11.86 % pegawai, 9.12 % karyawan swasta, 5.98 % nelayan, dan selebihnya 7.70 % belum memiliki pekerjaan tetap (Pamekasan, 2013: 203). Ini bisa menjadi dasar indikator yang mempengaruhi perilaku *muzakkī* dan *munfiq* menyalurkan zakat di Lazismu Pamekasan.

4) Faktor Psikologis

Kotler juga menjelaskan dalam bukunya (199:245) bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku setiap individu berasal dari psikologis individu tersebut. Faktor psikologis ini dapat diperoleh dari motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan, dan sikap.

Menurut Jeffery (1996) menyatakan bahwa proses terjadinya motivasi disebabkan adanya kebutuhan, keinginan maupun harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan. Pada tingkat tertentu ketegangan ini akan berubah mejadi hasrat yang mendorong setiap individu

melakukan sesuatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan, keinginan, dan hasratnya tersebut.

Dalam hasil penelitian Azy Athoillah (2017: 196) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang memotivasi masyarakat dalam menunaikan zakat di OPZ adalah kualitas pelayanan, religiusitas, dan citra lembaga pengelola zakat. Di penelitiannya, ia menjelaskan bahwa kualitas layanan lah yang menjadi faktor terbesar untuk memotivasi *muzakkī* dan *munfiq* dalam menyalurkan zakat di lembaga pengelola zakat yakni sebesar 51,7% . Kemudian diikuti dengan faktor citra lembaga sebesar 19,4% dan yang terakhir faktor religiusitas sebesar 14,8%.