

BAB II

LANDASAN TEORITIS DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. LANDASAN TEORI

1. ZAKAT

1.1 Definisi Zakat

Zakat menurut bahasa berasal dari kata *zaka*, yang artinya bertambah dan berkembang sebagaimana ungkapan orang Arab *zaka al-jar'u*, artinya pohon tersebut tumbuh dan berkembang. Sedangkan zakat menurut istilah sebagaimana ditulis oleh al-Mawardi dalam kitab al-Hawi, ialah pengambilan tertentu dari harta yang tertentu, menurut sifat-sifat yang tertentu untuk diberikan kepada golongan tertentu¹³.

Hubungan pengertian zakat secara bahasa dan istilah sangat nyata dan erat sekali, yaitu bahwa harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadi berkah, bertambah, berkembang dan bertambah, suci dan bersih (baik)¹⁴. Di dalam al-Qur'an dan as-Sunnah terdapat beberapa kata yang sering dipergunakan untuk zakat, yaitu *shadaqah* (benar), *infaq* (mengeluarkan sesuatu kebaikan selain zakat) dan *hak* (zakat merupakan hak para mustahik atau penerimanya).

13 Tim Institut Manajemen Zakat, *Panduan Zakat Praktis*, (Jakarta: Institut Manajemen Zakat), 2002

14 Didin Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: Gema Insani Press), 2002, hal. 2

Menurut Dr. Yusuf al-Qaradhawi, Zakat merupakan ibadah *maaliyah ijtima'iyah* yang memiliki posisi sangat penting, strategis dan menentukan, baik dilihat dari sisi ajaran Islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat¹⁵.

1.2 Syarat dan Harta Wajib Zakat

Para ahli fiqih bersepakat bahwa zakat diwajibkan kepada orang yang merdeka, beragama Islam, baligh dan berakal, mengetahui bahwa zakat adalah wajib hukumnya, lelaki atau perempuan¹⁶.

Sejalan dengan ketentuan ajaran Islam yang selalu menetapkan standar umum pada setiap kewajiban yang dibebankan kepada umatnya, maka dalam penetapan harta menjadi sumber atau objek wajib zakat pun harus memenuhi beberapa ketentuan sebagai berikut:

1. Harta milik penuh (*al-milku at-tam*)
2. Berkembang (*an namaa'*).
3. Cukup nisbah.
4. Lebih dari kebutuhan pokok.
5. Bebas dari hutang.
6. Sudah satu tahun.

15 Didin Hafidhuddin, *e.al. Fiqih Zakat Indonesia*. (Jakarta:BAZNAS).2013 hal.14

16 Institut Manajemen Zakat, *Panduan Zakat Praktis, Op. Cit.*, hal. 37

1.3 Macam-Macam Zakat

Zakat terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Zakat Fitrah, yaitu zakat yang sebab diwajibkannya adalah pada bulan Ramadhan. Disebut pula dengan sedekah fitrah. Zakat ini diwajibkan pada tahun kedua hijriah, yaitu tahun diwajibkannya puasa, yang bertujuan untuk mensucikan orang yang berpuasa dari ucapan kotor dan perbuatan yang tidak ada gunanya, untuk memberikan makan pada orang-orang miskin dan mencukupkan mereka dari kebutuhan dan meminta-minta pada Hari Raya Idul Fitri.
2. Zakat Harta (*al-maal*), yakni zakat yang dikeluarkan karena telah diperolehnya suatu harta kekayaan. Harta adalah segala sesuatu yang dapat dimiliki dan dapat digunakan menurut lazimnya. Sesuatu dapat disebut harta (*al-maal*) jika memenuhi dua syarat, yaitu: dapat dimiliki, disimpan, dihimpun dan dikuasai dan dapat diambil manfaatnya sesuai dengan lazimnya

Sedangkan harta yang wajib dikeluarkan zakatnya meliputi:

- Hasil pertanian.
- Harta terpendam, barang tambang dan kekayaan laut.
- Emas dan perak.
- Perniagaan dan perusahaan.
- Binatang ternak.
- Saham dan surat berharga.

- Hadiah atau harta tidak terduga.

1.4 Landasan Hukum Zakat

Zakat merupakan salah satu rukun Islam, oleh karena itu hukum membayar zakat adalah wajib bagi orang Islam yang telah memenuhi syarat yang telah ditetapkan. Zakat termasuk ibadah yang telah diatur secara rinci dalam al-Qur'an dan Sunah. Landasan hukum kewajiban zakat disebutkan dalam al-Qur'an, Sunnah, dan ijma' ulama. Salah satu ayat yang menjelaskan tentang zakat adalah firman Allah SWT dalam surat at-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ
سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya:

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan do'akanlah mereka karena sesungguhnya do'amu dapat memberikan ketenangan bagi mereka. Dan Allah SWT Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”
“(QS.At-Taubah:103)¹⁷.

Adapun Hadis yang menjelaskan tentang zakat adalah sabda Nabi Muhammad SAW, yang diriwayatkan oleh Al-Thabrani dari Ali RA yang artinya:

“Sesungguhnya Allah SWT mewajibkan (zakat) atas orang-orang kaya dari umat Islam pada harta mereka dengan batas sesuai kecukupan fuqoro di antara mereka. Orang-orang fakir tidak akan kekurangan pada saat mereka lapar atau tidak berbaju kecuali karena ulah orang-orang kaya di antara mereka. Ingatlah bahwa Allah SWT akan menghisab mereka dengan keras dan mengadzab mereka dengan pedih”.

17 Tim Kreatif Al-Ikhlas. *Al-Qur'an Terjemah*. Penerbit.Samad:Jakarta Pusat.2016

Uraian tersebut di atas menegaskan keutamaam zakat dalam al-Qur'an dan Sunnah sebagai landasan hukum dalam mengimplementasikan ibadah zakat di tengah-tengah berbagai krisis ekonomi dan sosial yang sedang melanda suatu bangsa.

1.5 Hikmah dan Manfaat Zakat

Banyak hikmah dan manfaat yang besar dan mulia dalam ibadah zakat, baik yang berkaitan dengan orang yang berzakat (muzaki), penerimanya (mustahik), harta yang dikeluarkan zakatnya maupun masyarakat secara keseluruhan. Hikmah dan manfaat tersebut antara lain tersimpul sebagai berikut ¹⁸:

- a. Sebagai perwujudan keimanan kepada Allah SWT, mensyukuri nikmat-Nya, menumbuhkan akhlak mulia dengan rasa kemanusiaan yang tinggi, menghilangkan sifat kikir, rakus dan materealistis, menumbuhkan ketenangan hidup sekaligus membersihkan dan mengembangkan hartayang dimiliki.
- b. Zakat merupakan hak mustahik maka zakat berfungsi menolong, membantu dan membina mereka terutama fakir miskin kearah kehidupan yang lebih baik dan lebih sejahtera sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan layak, dapat beribadah kepada Allah SWT, terhindar dari kekufuran, sekaligus menghilangkan sifat iri, dengki dan hasad.

18 Didin Hafidhuddin,dkk. *Fiqih Zakat Indonesia.Op.Cit Hal 16-25.*

- c. Sebagai pilar amal bersama (jama'i) antara orang-orang kaya yang berkecukupan hidupnya dan para mujahid yang seluruh waktunya digunakan untuk berjihad di jalan Allah SWT.
- d. Zakat merupakan salah satu bentuk konkret dari jaminan sosial yang disyariatkan oleh ajaran islam.
- e. Sebagai salah satu sumber dana bagi pembangunan sarana maupun prasarana yang harus dimiliki umat islam, seperti sarana ibadah, pendidikan, kesehatan, sosial maupun ekonomi sekaligus sarana pengembangan kualitas sumber daya manusia muslim.
- f. Memasyarakatkan etika bisnis yang benar, sebab zakat itu bukanlah membersihkan harta yang kotor akan tetapi mengeluarkan bagian dari hak orang lain dari harta kita yang kita usahakan dengan baik dan benar sesuai dengan ketentuan Allah SWT.
- g. Merupakan salah satu instrumen pemerataan pendapatan untuk pembangunan kesejahteraan umat.
- h. Menumbuhkan etos kerja yang tinggi.
- i. Mampu mengatasi berbagai macam musibah yang terjadi baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

1.6 Pengelolaan Zakat

Pada dasarnya, konsep dasar pengelolaan zakat berangkat dari firman Allah dalam al-Qur'an surat al-Taubah ayat 103, Ayat ini dapat dipahami bahwa kata *khudz* (berbentuk *fi'il amar*) menunjukkan bahwa mengumpulkan zakat dari para muzakki

oleh amil zakat hukumnya wajib. Hal ini didasarkan oleh kaidah ushul fiqih, bahwa fiil amar menunjukkan suatu perintah wajib *al-ashlu fi al-amr lilwujub*. Maka, mengumpulkan zakat dari orang yang mengeluarkan zakat hukum wajib.

Para ulama mencoba untuk merumuskan tata cara mengelola zakat dengan baik. Maka mereka mempunyai pandangan-pandangan tentang pengelolaan zakat sebagai berikut¹⁹:

Pertama, para ulama' sepakat bahwa yang berhak mengumpulkan zakat pada harta tetap dan mendistribusikannya adalah pemimpin yang ada pada suatu daerah kaum muslimin. Hal ini tidak boleh ditangani secara perorangan, termasuk pendistribusiannya. Hal ini dilandaskan pada dalil dari sabda Rasulullah, bahwa Rasulullah memerintahkan utusan dan para pekerjanya untuk mengumpulkan zakat dari kaum Muslimin, dan Rasulullah sendiri pulalah yang memaksa kaum muslimin agar mereka menunaikan zakatnya untuk kepentingan negara, dan memerangi orang yang menolak untuk menunaikannya.

Kedua, para ulama' telah sepakat bahwa pengumpulan dan pendistribusian zakat pada harta bergerak, baik berupa uang maupun barang dagangan, dilakukan oleh pemimpin. Iman alRazi ketika menafsirkan surat al-Taubah ayat 60, ia menjelaskan bahwa zakat berada di bawah pengelolaan pemimpin atau pemerintah. Dalil ini juga menunjukkan, bahwasanya Allah menjadikan setiap panitia zakat bagian dari zakat itu sendiri, yang kesemuanya ini menunjukkan atas kewajiban dalam menunaikan tugas yang dibebankan (al-Qardhawi, 2005: 110).

19 Ahmad Atabik. *Manajemen ... Op.Cit*

Pengelolaan zakat memerlukan persiapan dan perencanaan yang matang. Semua aktifitas dan faktor-faktor terkait dengan aktifitas tersebut mesti terencana, terorganisir, bahkan terkontrol dan dievaluasi tingkat capaiannya. Hal ini diperlukan agar pengelolaan zakat dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Pengelolaan zakat di Indonesia awalnya pada masa penjajahan dan kemerdekaan memiliki gambaran buram tentang fungsi zakat karena tidak ada pembayaran dan penyaluran zakat secara baik sehingga pada masa orde baru pemerintah mengeluarkan UU No. 38/1999 tentang pengelolaan zakat dalam rangka melembagakan pengelolaan zakat agar mempermudah dalam pengelolaan zakat sehingga menunjang kebutuhan sosial untuk konsumtif maupun produktif serta merupakan awal dari terbukanya keterlibatan publik secara aktif melalui BAZ (Badan Amil Zakat). Namun UU No. 38/1999 tentang pengelolaan zakat dianggap belum mampu menjawab permasalahan pengelolaan tersebut sehingga pemerintah merevisi UU No. 38/1999 menjadi UU No. 23/2011 tentang pengelolaan zakat agar dapat memperbaiki undang – undang sebelumnya karena UU No. 38/1999 sudah tidak sesuai dengan perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat²⁰. Pengelolaan zakat di Indonesia untuk saat ini, telah diatur oleh UU No. 23/2011. Berdasarkan UU tersebut dijelaskan mengenai dana zakat yang dapat disalurkan melalui BAZ yang merupakan organisasi bentukan pemerintah dan LAZ bentukan non-pemerintah.

20 Trie Anis Rosyidah, Asfi Manzilati. *Implementasi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Terhadap Legalitas Pengelolaan Zakat Oleh Lembaga Amil Zakat*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol.1, No.1 Tahun 2013

Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan dalam pengelolaan zakat melalui lembaga, yaitu²¹:

1. Menjamin kepastian dan disiplin pembayaran zakat
2. Menjaga perasaan mustahik bila berhadapan langsung untuk menerima haknya dari muzaki
3. Mencapai efisiensi, efektivitas, dan sasaran yang tepat dalam pendistribusian zakat
4. Memperlihatkan syiar Islam dan semangat penyelenggaraan negara dan pemerintahan yang islami. Sebaliknya, jika zakat diserahkan langsung dari muzaki ke mustahik tanpa campur tangan lembaga, maka nasib dan hak para mustahik terhadap muzaki tidak mendapatkan jaminan pasti.

2. TEORI PERILAKU TERENCANA (*Theory Planned Behaviour*)

TPB adalah suatu model teoretikal psikologi sosial yang populer dan sering diaplikasikan dalam menerangkan berbagai hal situasi perilaku. Teori ini merupakan pengembangan dari TRA, dengan menambahkan satu konstruk yang belum ada sebelumnya, yaitu kontrol perilaku (*behavioral control*). Konstruk ini ditambahkan dalam upaya memahami keterbatasan yang dimiliki individu dalam rangka melakukan perilaku tertentu. Teori ini menegaskan bahwa komitmen untuk

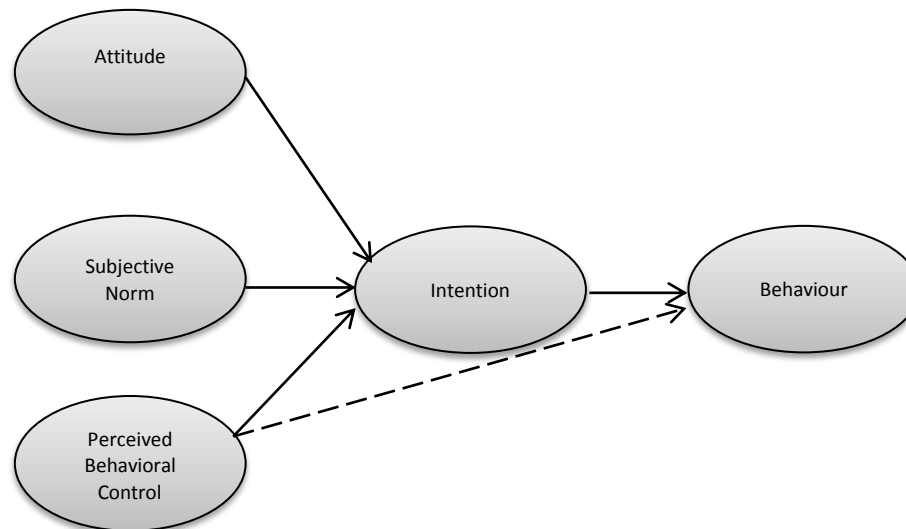
21 Didin Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Op. Cit

melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku. Dalam bidang zakat, literatur tentang teori ini sulit ditemukan²².

Theory of planned behaviour (TPB) yang awalnya dinamai *theory of reasoned action* (TRA), dikembangkan pada 1967, selanjutnya teori tersebut terus direvisi dan diperluas oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein. Mulai 1980 teori tersebut digunakan untuk mempelajari perilaku manusia dan untuk mengembangkan intervensi yang lebih tepat. Pada 1988, variabel lain ditambahkan pada model *reasoned action* yang sudah ada tersebut dan kemudian dinamai *theory of planned behavior* (TPB), untuk mengatasi kekurangan dan kekuatan yang ditemukan oleh Ajzen dan Fishbein melalui penelitian-penelitian mereka dengan menggunakan TRA. *Theory of Planned Behavior* mendalilkan tiga faktor penentu konseptual niat. Secara khusus, niat didasarkan pada variabel-variabel yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan kontrol berperilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*)²³. Semakin kuat kecenderungan melakukan tingkah laku tertentu, maka semakin besar kemungkinannya untuk melakukan tingkah laku tersebut.

22 Zainol Bidin ,*et.al*, *Sikap, Norma Subjektif dan Kawalan Gelagat Ditanggap terhadap Niat Gelagat Kepatuhan Zakat Pendapatan Gaji*, Jurnal IJMS 16(1), 3135(2009), hal. 41

23 Meitiana. *Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior*. Jurnal Ekonomi Mdernisasi 2017. ISSN 2502-4578



Gambar 2.1

Hubungan antara Sikap, Norma Subjektif dan Niat Perilaku
(Sumber : Fishbein et.all 1990 dalam Nurul Huda & Abdul Gofur.2012)

Penggunaan *theory of planned behaviour* diatas banyak digunakan dalam meneliti mengenai intensi seseorang untuk berperilaku. Penerapan *theory of planned behaviour* dalam hal zakat dimaksudkan untuk memprediksi niat seseorang untuk berperilaku berzakat sehingga dapat digunakan dalam kajian pengembangan strategi dalam rangka pengumpulan zakat. Sikap terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan. Keyakinan mengenai perilaku apa yang bersifat normatif (yang diharapkan orang lain) dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan harapan normatif tersebut membentuk norma subyektif dalam diri individu.

Secara spesifik *theory of planned behaviour* mengemukakan tiga faktor yang berpengaruh terhadap niat diantaranya: (1) Sikap terhadap perilaku yang menunjukkan tingkatan dimana seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau kurang baik tentang perilaku tertentu. (2) Norma subyektif sebagai faktor sosial yang

menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan atau perilaku. (3) Kontrol keprilakuan yang dirasakan, variabel yang tidak terdapat dalam menunjukkan mudahnya atau sulitnya melakukan tindakan dan dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu di samping halangan atau hambatan yang terantisipasi.

2.1 Sikap

Sikap merupakan kecenderungan individu untuk merespon dengan cara yang khusus terhadap stimulus yang ada dalam lingkungan sosial. Sikap juga diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk mendekat atau menghindar, positif atau negatif terhadap berbagai keadaan sosial, apakah itu institusi, pribadi, situasi, ide, konsep dan sebagainya²⁴.

Sikap Muzakki pada perilaku membayar zakat merupakan perasaan seseorang tentang obyek, aktifitas, peristiwa dan orang lain, perasaan ini menjadi konsep yang merepresentasikan suka atau tidak sukanya (positif, negatif, atau netral) seseorang pada kepatuhan membayar zakat²⁵. Atau dapat disimpulkan bahwa sikap merupakan suatu keadaan internal atau keadaan yang masih ada dalam diri manusia. Keadaan internal tersebut berupa keyakinan yang diperoleh dari proses akomodasi dan asimilasi pengetahuan yang mereka dapatkan. Keyakinan diri inilah yang mempengaruhi respon pribadi terhadap obyek dan lingkungan sosialnya.

24 Gerungan WA. *Psikologi Sosial*. (Bandung: Refika Aditama. 2000)

25 Fatati Nuriyana. *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Kepatuhan Muzakki Pegawai Negeri Sipil (Pns) Dalam Membayar Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat (Baz) Kabupaten Sumenep*. **Jurnal Nuansa**, Vol. 13 No. 2 Juli – Desember 2016

Jika kita yakin bahwa mengambil hak orang lain adalah perbuatan tercela, maka ada kecenderungan dalam diri kita untuk menghindar dari perbuatan tersebut bahkan menghindar dari lingkungan tersebut. Jika seseorang meyakini bahwa membayar zakat itu baik, maka mereka merespon positif terhadap seseorang yang selalu membayar zakat, dan bahkan mungkin ia akan menjadi bagian dari kelompok orang yang selalu membayar zakat. Indikator tentang sikap individu untuk merespon sesuatu didasarkan pada pemahaman, pengetahuan serta kepercayaan mengenai perilaku tertentu, baik dan buruknya serta keuntungan dan manfaatnya²⁶.

2.2 Norma Subjektif.

Norma subyektif terbentuk dari keyakinan normatif yang terdiri dari dua aspek pokok, yaitu: (1) keyakinan akan harapan normatif yang ditunjukkan terhadap perilaku kepatuhan membayar zakat, dan (2) motivasi untuk mematuhi setiap harapan normatif yang ditunjukkan tersebut. Keyakinan akan harapan normatif tersebut mengacu pada seberapa besar harapan-harapan yang dipersepsi oleh individu yang berkaitan dengan perilaku kepatuhan membayar zakat, yang berasal dari orang-orang yang dianggap berpengaruh dan mempengaruhi individu (*reference significant others*) untuk melakukan perilaku kepatuhan membayar zakat²⁷.

Referensi dalam hal ini adalah orang tua, pasangan, pemuka agama (kiai), saudara, teman ataupun tetangga. Motivasi untuk patuh mengacu pada seberapa besar motivasi dari individu untuk mematuhi harapan-harapan dari orang-orang yang

26 Ibid

27 Ibid

dianggap penting tersebut. Semakin positif atau mendukung norma subyektif yang diyakini oleh individu terhadap perilaku kepatuhan membayar zakat, maka semakin kuat niat individu untuk melakukan perilaku kepatuhan membayar zakat, sebaliknya semakin negatif norma subyektif yang diyakini oleh individu terhadap perilaku kepatuhan membayar zakat, maka akan semakin lemah niat individu untuk melakukan perilaku kepatuhan membayar.

2.3 Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku menurut mengacu pada persepsi-persepsi seseorang akan kemampuannya untuk menampilkan perilaku tertentu. Kontrol perilaku menunjuk kepada sejauhmana seseorang merasa bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu berada di bawah kontrol individu yang bersangkutan (Ajzen,1988)²⁸. Kontrol perilaku ditentukan oleh sejumlah keyakinan tentang hadirnya faktor-faktor yang dapat memudahkan atau mempersulit terlaksananya perilaku yang ditampilkan.

Kontrol perilaku *Muzakki* PNS dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai persepsi-persepsi *Muzakki* PNS akan kemampuannya untuk menampilkan perilaku kepatuhan membayar zakat profesi yang ditandai oleh hadirnya faktor yang dipandang dapat mempermudah atau mempersulit terlaksananya perilaku kepatuhan membayar zakat²⁹. Kontrol perilaku menjadi faktor penentu niat yang sangat penting ketika seseorang telah memiliki pengetahuan atau pengalaman sebelumnya akan perilaku yang akan ditampilkan merupakan perilaku yang asing atau baru bagi

28 Ibid

29 Ibid

seseorang, kontrol perilaku akan memberikan kontrol prediktif yang rendah terhadap niat dalam model TPB.

2.4 Niat (*Intention*)

Intensi berzakat adalah pandangan subjektif seseorang mengenai kecenderungan untuk memunculkan suatu tingkah laku, dan di dalamnya tercakup faktor-faktor motivasional seperti adanya tujuan yang hendak dicapai, adanya kewajiban yang harus penuhi yang merupakan indikasi dari seberapa kerasnya usaha yang dilakukan dan seberapa banyak usaha yang digunakan orang yang bersangkutan dalam rangka menampilkan suatu tingkah laku dalam hal ini tingkah laku berzakat³⁰.

Niat disebut juga dengan *Motif*, sedangkan motif yang tampak pada perilaku seseorang disebut dengan motivasi. Motif adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu demi mencapai suatu tujuan tertentu. Motif adalah suatu keadaan, kebutuhan, atau dorongan dalam diri seseorang yang disadari atau tidak disadari yang membawa kepada terjadinya suatu perilaku³¹.

Maka dapat disimpulkan bahwa motif merupakan suatu dorongan dan kekuatan yang berasal dari dalam diri seseorang baik yang disadari maupun tidak disadari untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam terminologi syar'i berarti adalah keinginan melakukan ketaatan kepada Allah dengan melaksanakan perbuatan atau meninggalkannya. Niat adalah mereferensikan sesuatu yang ingin dicapainya, karena

30 Putra, Purnama. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Muzaki Membayar Zakat: Sebuah Survey pada Masyarakat Kota Bekasi*. Jurnal Masalah, Vol. 7, No. 1, Juni 2016

31 Nyayu Khodijah, *Psikologi Belajar*, (Palembang: IAIN Raden Fatah Press Suriasumantri (ed)), 1983)

itu setiap muslim harus senantiasa memperbaiki niat dalam ibadahnya, yaitu ikhlas untuk Allah semata.

3. POSISI PENELITIAN INI

Penggunaan model *Theory Planned Behaviour* (TPB) dalam penelitian tentang niat dalam membayar zakat seperti yang telah disebutkan dalam latar belakang penelitian belum mampu mendorong perilaku pasti dari *muzzaki* untuk melakukan pembayaran zakat terbukti dengan fenomena masih rendahnya realisasi pengumpulan dana zakat dibanding dengan potensi zakat yang ada di Provinsi Banten sehingga belum mampu mendorong kinerja Baznas Provinsi Banten.

Untuk menjawab masalah penelitian yang disajikan dalam bab sebelumnya maka pada bagian berikut ini akan dikembangkan konsep dari beberapa teori manajemen yang berkembang sekaligus sebagai salah satu unsur orisinalitas dari tesis ini. Konsep dan teori yang disajikan dalam bagian-bagian berikut diharapkan menghasilkan perilaku yang pasti sehingga dapat mengurangi kesenjangan yang terjadi antara potensi dan realisasi serta dapat mengungkit kinerja Baznas Provinsi Banten.

3.1 TEORI MODAL SOSIAL (*Social Capital Theory*)

Konsep modal sosial muncul dari pemikiran bahwa anggota masyarakat tidak mungkin dapat secara individu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi. Diperlukan adanya kebersamaan dan kerjasama yang baik dari segenap anggota masyarakat yang berkepentingan untuk mengatasi masalah tersebut. Dalam Islam pentingnya modal sosial telah di ungkap dalam Al-Qur'an surah Al-Hujarat ayat 13

dimana dalam penciptaan manusia, Allah SWT telah menjadikan manusia berbangsa-bangsa serta bersuku-suku.

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ
لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَنْفَقَكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

artinya :

Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal (QS.49;13)³²

Terjemahan ayat Al-Qur'an diatas dapat kita maknai sesungguhnya kita diwajibkan menyambung silaturahmi dengan sesama. Dengan mengenal satu dengan lainnya hal-hal baik akan terwujud seperti tolong menolong antar sesama dimana hal tersebut sejalan dengan tujuan modal sosial.

Istilah modal sosial pertama kali muncul tahun 1916 disaat ada diskusi tentang upaya membangun pusat pembelajaran masyarakat oleh Hanifan 1916 dalam tulisannya berjudul *'The Rural School Community Centre'*³³. Selanjutnya Hanifan mengatakan modal sosial mengandung arti kiasan, namun merupakan aset atau modal nyata yang penting dalam hidup bermasyarakat. Menurut Hanifan, dalam modal sosial termasuk kemauan baik, rasa bersahabat, saling simpati, serta hubungan sosial

32 Tim Kreatif Al-Ikhlas. *Op. Cit*

33 Ancok, Djamaludin. Modal Sosial dan Kualitas Masyarakat. Jurnal PSIKOLOGIKA Nomor 15 Vol VIII Tahun 2003

dan kerjasama yang erat antara individu dan keluarga yang membentuk suatu kelompok sosial³⁴.

Menurut Putnam (1993) dalam Khadijah mendefinisikan modal sosial merupakan salah satu kunci utama bagi kelancaran pelaksanaan pembangunan ekonomi suatu negara karena dapat menjembatani jurang pemisah antara kelompok-kelompok yang berbeda ideologi dan memperkuat kesepakatan tentang pentingnya pemberdayaan masyarakat. Putnam mengartikan modal sosial sebagai penampilan organisasi sosial seperti jaringan-jaringan dan kepercayaan yang memfasilitasi adanya koordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama. Selain Putnam tokoh utama yang mengembangkan konsep modal sosial adalah Fukuyama.

Fukuyama (2002) dalam Khadijah mendefinisikan modal sosial sebagai serangkaian nilai-nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalannya kerjasama di antara mereka. Modal sosial menunjuk pada segi-segi organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma-norma, dan jaringan-jaringan sosial yang dapat memfasilitasi tindakan kolektif. Modal sosial ditekankan pada kebersamaan masyarakat untuk memperbaiki kualitas hidup bersama dan melakukan perubahan yang lebih baik serta penyesuaian secara terus menerus.

Kemampuan masyarakat untuk dapat saling bekerjasama tidak dapat terlepas dari adanya peran modal sosial yang mereka miliki. Inti modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat dalam suatu entitas atau kelompok untuk bekerja

34 Nyayu Khodijah..*Op.cit*

sama membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama tersebut diwarnai oleh suatu pola interrelasi yang timbal balik dan saling menguntungkan (*reciprocity*), dan dibangun atas kepercayaan (*trust*) yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat³⁵.

Meskipun berbeda dalam mendefinisikan konsep modal sosial namun keduanya memiliki kaitan yang erat terutama menyangkut konsep kepercayaan (*Trust*). Element-element modal sosial seperti kepercayaan, kohesifitas, altruisme, gotong royong, jaringan dan kolaborasi sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi melalui beragam mekanisme seperti meningkatkan rasa tanggungjawab terhadap kepentingan publik, meluasnya partisipasi dalam proses demokrasi, menguatnya keserasian masyarakat dan menurunnya tingkat kekerasan an kejahatan (Blakeley dan Suggate, 1997; Suharto, 2005a; Suharto, 2005b)³⁶.

Dalam kontek organisasi modal sosial (*social capital*) dapat didefinisikan sebagai kemampuan atau sumber daya yang timbul dari adanya interaksi masyarakat untuk bekerja bersama, demi mencapai tujuan-tujuan bersama dengan dasar kepercayaan karena terdapat kesamaan visi dan misi serta tujuan organisasi.

Penerapan modal sosial dalam dunia bisnis juga digunakan oleh Augusty Tae Ferdinan yang mengemukakan³⁷ berangkat dari konsepsi *Resource-Based Theory of Firm* (RBT) atau Teori Perusahaan Berbasis Sumber Daya seperti yang

35 Azhari Fadilla,*et.al.* Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 59. No.1. Juni 2018

36 Ibid

37 Disampaikan pada Upacara Penerimaan Jabatan Guru Besar dalam Ilmu Marketing pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang Sabtu, 24 Desember 2005

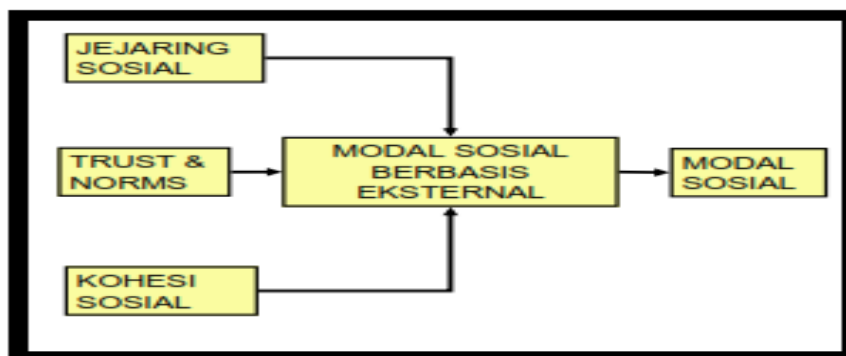
dikembangkan oleh antara lain Penrose (1959), Wernerfelt (1984), Barney (1991,1995) dimana salah satu sumber daya yang dapat memberikan keunggulan bersaing adalah sumber daya yang dikembangkan melalui berbagai pendekatan sosial dengan atribut-atribut sosialnya (Oliver, 1997) yang dikenal sebagai *social capital* atau modal sosial (Coleman, 1988). Dalam kaitan ini modal sosial dipandang merupakan salah satu instrumen strategis yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya keunggulan bersaing yang pada gilirannya mampu menghasilkan kinerja pemasaran yang baik dan menjamin keberlanjutannya.

Dalam telaah pustakanya Ferdinant (2005) menyatakan bahwa berangkat dari teori RBT dengan sistem organisasional yang kompleks dan menjadi dasar bagi keunggulan strategis dihasilkan dari latar belakang historis yang unik dari masing-masing perusahaan dan sumber daya dibangun dari dalam lingkungan sosialnya baik dari lingkungan *eksternal* maupun lingkungan *intenal*.

Modal sosial berbasis eksternal ini dapat dibentuk sebagai cerminan dari budaya perusahaan dalam bentuk berbagai jejaring sosial – *social network* – *social ties*. Elemen-elemen sosial ini dihasilkan, dikembangkan dan dibudidayakan dalam lingkungan eksternal perusahaan yang mampu membentuk suatu “mekanisme isolasi – *isolating mechanism*” melalui kemampuannya untuk menghasilkan sebuah “nexus-sumber daya inti” yang bersifat khas perusahaan. Sumber daya inti yang khas perusahaan ini dibangun melalui kemampuan perusahaan mengembangkan berbagai jejaring sosial yang ada dalam lingkungannya, kesadarannya membangun rasa dipercaya dan kepatuhan pada berbagai norma sosial yang berkembang dalam

masyarakat dimana perusahaan beroperasi serta berbagai bentuk kohesi sosial dengan masyarakat dimana perusahaan ini berada. Bila proses ini berjalan dengan baik maka terbentuklah sebuah “mekanisme isolasi – *isolating mechanism*” yang membuat perusahaan memiliki keunggulan-keunggulan khas yang sulit ditiru dan karena itu akan memberikan dampak yang positif pada kinerja pemasarannya. Modal sosial yang dibangun dalam lingkungan eksternal adalah seperti yang disajikan dalam gambar berikut ini.

Gambar 2.2
Formasi Modal Sosial Berbasis *Ekternal*



(Sumber: Augusty T Ferdinant, 2005)

Sumber daya modal sosial berbasis internal dapat dibangun secara internal dalam organisasi yang ditunjukkan dalam beberapa proses peristiwa internalisasi. Modal sosial dapat diperoleh dari sumber daya sosial seperti sumber daya manusia dan organisasi yang tumbuh dalam kompleksitas sosial dan kemampuan sosial yang

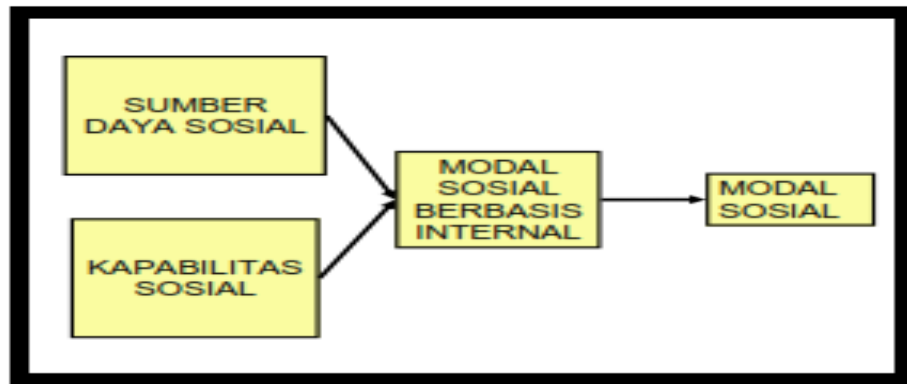
menyertai sumber daya manusia dan organisasi (Mele, 2003; Beugelsdijk et al., 2005; Ferdinand, 2005; Villena et al., 2011; Payne et al., 2011)³⁸.

Modal sosial dapat dibangun secara intens di dalam organisasi yang ditunjukkan melalui berbagai proses internalisasi kegiatan dalam organisasi. Dalam kaitan ini Tayeb (1995) menyatakan bahwa sekalipun “*The WHAT*” dari manajemen akan sama atau mirip pada antara satu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang lain, namun “*The HOW*” dari manajemen itu akan terkesan sangat berbeda. Perbedaan dalam “*The HOW*” akan menghantar sebuah perusahaan menjadi perusahaan yang berkinerja tinggi, sedangkan perusahaan lainnya hanya menjadi perusahaan yang berkinerja rendah. Perbedaan ini didefinisikan sebagai apa yang disebut kapabilitas organisasional yang khas perusahaan sebagai akibat dari akumulasi modal sosial yang dibangun di dalamnya³⁹. Modal sosial dapat dibangun dari berbagai sumber daya sosial (*social resources*) seperti SDM dan organisasi yang tumbuh dalam sebuah kompleksitas sosial perusahaan serta kapabilitas sosial yang menyertai SDM dan organisasinya. Modal sosial yang dibangun dalam lingkungan internal adalah seperti yang disajikan dalam gambar berikut ini.

38 Ibid

39 Ibid

Gambar 2.3
Formasi Modal Sosial Berbasis *Internal*



(Sumber: Augusty T Ferdinant, 2005)

Augusty T Ferdinant (2005) mengemukakan kata kunci dari konsepsi modal sosial ini adalah pengembangan jejaring kerja dalam dan diluar organisasi (*Network*), pengembangan jejaring sosial (*Social Network*), Pengembangan Rasa dipercaya (*Trust*), Penguatan norma-norma kerja dan hubungan antar orang dan antar organisasi (*Norms*), Pengembangan kohesi sosial (*Social Cohesion*), pengembangan norma resiprositas (*Norms of Reciprocity*) serta pengembangan dan pemeliharaan kerjasama (*Cooperation*) yang dalam tataran praktisnya dapat dikembangkan dan diperlakukan sebagai sumber daya yang dapat menghasilkan dan meningkatkan kinerja perusahaan, khususnya kinerja pemasaran⁴⁰.

⁴⁰ Augusty T Ferdinant, . *Modal Sosial dan Keunggulan Bersaing : Wajah Sosial Strategi Pemasaran*. Universitas Diponegoro Semarang : 2005 ISBN. 979-704-361-4

Teori dari Nahapiet dan Ghoshal (1998) dalam Muniady (2015) membagi modal sosial menjadi 3 dimensi yaitu : 1.) Dimensi Struktural, 2.) Dimensi Relasional, 3.) Dimensi Kognitif⁴¹.

Dimensi struktural yang terdapat di modal sosial adalah pola hubungan yang terjadi antar pelaku (Oliveira, 2013). Dimensi ini menggambarkan sifat-sifat sistem sosial dan jaringan relasi (Wahyuningrum 2013). Elemen-elemen yang terdapat dalam dimensi struktural antara lain : 1.) Jumlah relasi yang dimiliki (Oliveira, 2013). 2.) Keragaman relasi yang dimiliki (Oliveira, 2013). 3.) Jabatan atau kekuatan relasi yang dimiliki (Oliveira, 2013).

Dimensi relasional lebih menunjukkan karakteristik dari suatu hubungan yang terjadi diantara relasi. Dimensi relasional ini dapat bergantung pada kualitas hubungan antar relasi (Muniady, 2015). Dimensi relasional berdasarkan pada perilaku bukan berdasarkan pada struktural atau kedudukan. Inti dari dimensi ini adalah kepercayaan, relasi dapat diandalkan, tanggung jawab, dan feedback yang didapat (Oliveira, 2013).

Dimensi kognitif menunjukkan banyak unsur kesamaan yang harus ada dalam sebuah hubungan. Elemen-elemen yang terdapat dalam dimensi kognitif meliputi norma-norma kebersamaan, kode tindakan, dan kesamaan pandangan (Abbasi et al, 2011). Dengan adanya kesamaan tujuan serta kesamaan cara berpikir diantara para

41 Hendry Djoyo Yuwono. *Social Capital & Kinerja Bisnis : Studi Kasus Pada Project Bisnis Mahasiswa Universitas Ciputra. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Volume 1, Nomor 3, Agustus 2016*

relasi, mengakibatkan kemudahan untuk mengakses informasi dan pengetahuan serta dapat menciptakan suatu peluang. Hasil penelitian menyebutkan bahwa⁴² :

- Dimensi struktural memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oliveira (2013) yang mengatakan bahwa dimensi struktural memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Jumlah dan keberagaman relasi memang dapat mempermudah pelaku bisnis dalam menggali informasi untuk kepentingan bisnisnya sehingga kinerja bisnis dapat meningkat. Jabatan relasi juga akan mempermudah akses dalam mendapatkan informasi. Informasi tersebut dapat berupa informasi yang inofatif, informasi mengenai keuangan perusahaan, serta informasi mengenai cara untuk menekan biaya.
- Dimensi relasional berpengaruh secara signifikan. Hasil ini mendukung penelitian Oliveira (2013) dan juga penelitian Muniady et al. (2015). Menurut Turner (2011) kepercayaan antar relasi dalam menjalankan kerjasama bisnis akan mempermudah segala urusan dalam bisnis. Kualitas hubungan yang baik serta saling memberi feedback yang baik tentunya juga akan mempermudah pelaku usaha dalam bertukar ilmu, informasi, pengalaman, dan pendapat. Kemudahan ini tentu akan mendorong kinerja dalam berbisnis.

42 Ibid

- Dimensi kognitif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis. Hasil ini penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oliveira (2013) dan Muniady et al (2015). Menurut Turner (2011) kesamaan visi, kesamaan ide, antar perusahaan yang menjalin kerjasama menimbulkan rasa untuk saling menolong. Norma dan nilai-nilai baik dalam menjalin kerjasama dapat memperlancar kegiatan bisnis.

Merujuk pada Ridell (1997) penelitian diatas yang menunjukkan terdapat beberapa parameter yang dominan untuk mengukur modal sosial yaitu kepercayaan (Trust), Norma-norma (Norms) serta Jaringan (Networks)⁴³.

- a. Kepercayaan sebagaimana dijelaskan Fukuyama (1995), kepercayaan adalah harapan yang tumbuh didalam masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Kepercayaan sosial merupakan penerapan terhadap pemahaman ini. Cox (1995) kemudian mencatat bahwa dalam masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi, aturan-aturan sosial cenderung bersifat positif; hubungan-hubungan juga bersifat kerjasama. Adanya modal sosial yang baik ditandai oleh adanya lembaga-lembaga sosial yang kokoh; modal sosial melahirkan kehidupan sosial yang harmonis (Putnam, 1995).
- b. Norma-norma terdiri dari pemahaman-pemahaman, nilai-nilai, harapan-harapan dan tujuan-tujuan yang diyakini dan dijalankan bersama oleh

43 Suharto, Edi. *Modal Sosial dan Kebijakan Publik*.Articel

sekelompok orang. Norma-norma dapat bersumber dari agama, panduan moral, maupun standar-standar sekuler seperti halnya kode etik profesional. Norma-norma dibangun dan berkembang berdasarkan sejarah kerjasama dimasa lalu dan diterapkan untuk mendukung iklim kerjasama (Putnam, 1993; Fukuyama, 1995).

- c. Jaringan merupakan infrastruktur dinamis dari modal sosial yang berwujud jaringan-jaringan kerjasama antar manusia (Putnam, 1993). Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi, memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerjasama. Lebih jauh Putnam (1995) berargumen bahwa jaringan-jaringan sosial yang erat akan memperkuat perasaan kerjasama para anggotanya serta manfaat-manfaat dari partisipasinya itu.

3.2 TEORI BERBAGI PENGETAHUAN (*Knowledge Sharing Theory*)

Islam mewajibkan kita untuk menuntut berbagai macam ilmu pengetahuan yang memberi manfaat dan dapat menuntun kita mengenai hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan dunia. Hal tersebut dimaksudkan agar setiap muslim dapat mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan yang dapat membawa kemajuan bagi segenap manusia yang ada di dunia ini dalam batasan yang diridhai oleh Allah swt.

Seseorang yang telah mempelajari dan memiliki ilmu, maka yang menjadi kewajibannya adalah mengamalkan segala ilmu yang dimilikinya, sehingga ilmunya menjadi ilmu yang manfaat baik manfaat bagi dirinya sendiri ataupun manfaat bagi

orang lain dan sebaliknya akan mendapat ancaman apabila menyembunyikannya seperti hadist berikut ini :

مَنْ سُئِلَ عَنْ عِلْمٍ فَكْتَمَهُ أَجْمَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ بِلِجَامٍ مِنَ النَّارِ. (رواه احمد)

artinya :

“Barang siapa ditanya tentang sesuatu ilmu, kemudian menyembunyikan (tidak mau memberikan jawabannya), maka Allah akan mengekangnya (mulutnya), kelak di hari kiamat dengan kekangan (kendali) dari api neraka ”. (HR. Ahmad)

Kedudukan ilmu pengetahuan telah tersirat dalam Al-Qur’an yang menggambarkan betapa tingginya nilai dan derajat orang berilmu.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا
يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا
مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu, berilah kelapangan di dalam majelis-majelis, maka lapangkanlah. Niscaya Allah Swt. akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, berdirilah kamu, maka berdirilah. Niscaya Allah Swt. akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Swt. Mahateliti apa yang kamu kerjakan.” (Surah al-Mujadalah/58: 11)⁴⁴

Ayat tersebut menggambarkan betapa tingginya nilai dan derajat orang yang berilmu. Dengan ilmu manusia akan memperoleh segala kebaikan dan dengan ilmu pula manusia akan memperoleh kedudukan yang mulia.

Pengetahuan (*knowledge*) merupakan modal intelektual yang mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam menentukan kemajuan suatu organisasi karena menciptakan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan. Nonaka dan Teece (2001) mendefinisikan pengetahuan merupakan data dan informasi yang digabung dengan kemampuan, intuisi, pengalaman, gagasan, motivasi dari sumber yang kompeten⁴⁵. Seukuran apapun suatu organisasi, pasti memiliki aset *knowledge*. Jika ditinjau lebih lanjut, terdapat dua tipe *knowledge* menurut Nonaka, dkk sebagai berikut⁴⁶:

1. *Tacit knowledge* adalah *knowledge* yang sebagian besar berada dalam organisasi. *Tacit knowledge* adalah sesuatu yang kita ketahui dan alami, namun sulit untuk diungkapkan secara jelas dan lengkap. *Tacit knowledge* sangat sulit untuk dipindahkan kepada orang lain, karena *knowledge* tersebut tersimpan pada masing-masing pikiran (otak) para individu dalam organisasi sesuai dengan kompetensinya.
2. *Explicit knowledge* adalah pengetahuan dan pengalaman tentang ‘bagaimana untuk’, yang diuraikan secara lugas dan sistematis. Contoh konkretnya, yakni sebuah buku petunjuk pengoperasian sebuah mesin atau

45 Selly Meylasari *et al.* *Faktor-faktor yang mempengaruhi Knowledge Sharing dalam Implementasi E-Learning*. Jurnal UMY. Vol 8, No 2 September 2017

46 Ibid

penjelasan yang diberikan oleh seorang instruktur dalam sebuah program pelatihan.

Bagian terpenting dalam *knowledge management* adalah mendorong individu-individu dalam organisasi untuk melakukan knowledge sharing. Knowledge sharing berperan dalam penciptaan tacit knowledge yang berkaitan dengan pekerjaan di antara anggota organisasi. Mengingat bahwa *knowledge sharing* meliputi kegiatan karyawan untuk berbagi pengetahuan dengan orang lain, dan perilaku mereka dalam bertukar informasi yang relevan dengan rekan kerja di seluruh organisasi.

Menurut Van den Hoof dan De Ridder (2004), *knowledge sharing* adalah proses timbal balik dimana individu saling bertukar pengetahuan (*tacit* dan *explicit knowledge*) dan secara bersama-sama menciptakan pengetahuan (solusi) baru. Salah satu tujuan definisi ini terdiri dari memberikan dan mengumpulkan *knowledge*, dimana memberikan *knowledge* dengan cara mengkomunikasikan pengetahuan kepada orang lain apa yang dimiliki dari personal *intellectual capital* seseorang, dan mengumpulkan pengetahuan merujuk pada berkonsultasi dengan rekan kerja dengan membagi informasi atau *intellectual capital* yang mereka miliki⁴⁷.

Penelitian Matzler *et. al.*, (2008) yang menyatakan bahwa berbagi pengetahuan sangat penting bagi organisasi untuk dapat mengembangkan keahlian dan kompetensi, meningkatkan nilai bagi organisasi, dan dapat menjaga daya saing sebab inovasi didapatkan berasal dari berbagi pengetahuan antara satu orang dengan yang

47 Fajar Maulana, dkk. *Analisis Pengaruh Knowledge Sharing Dalam Penerapan Sistem Manajemen Mutu Iso 9001:2008 Terhadap Kinerja Inovasi Dan Kinerja Karyawan*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 6 No.1 2018

lainnya di dalam organisasi dengan kata lain berbagi pengetahuan diperlukan untuk mentransformasikan ide dan konsep kedalam produk dan layanan bagi organisasi dalam melakukan inovasi. Perilaku Berbagi Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai budaya interaksi sosial, yang melibatkan pertukaran pengetahuan karyawan, pengalaman, dan keterampilan melalui seluruh departemen atau organisasi⁴⁸.

Hooff dan Van Weenen (2004) mengidentifikasi dua dimensi dari proses berbagi pengetahuan yang terdiri dari⁴⁹:

1. Memberikan pengetahuan (*knowledge donating*) adalah menyalurkan/menyebarkan pengetahuan atau modal intelektual kepada orang lain yang melibatkan komunikasi antar individu.
2. Mengumpulkan pengetahuan (*knowledge collecting*) adalah mencari/mengumpulkan pengetahuan atau modal intelektual dengan jalan berkonsultasi dengan orang lain.

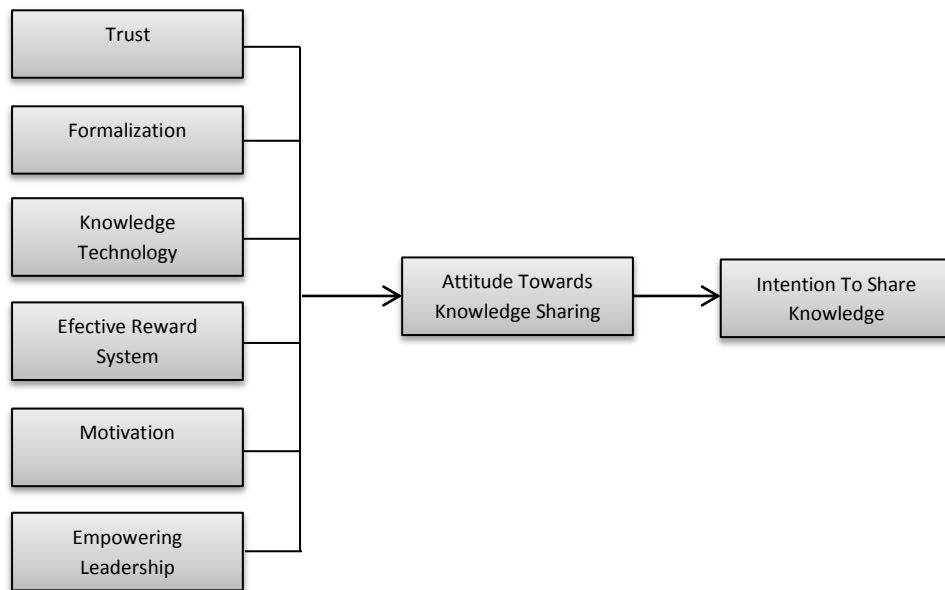
Lee dan Choi dalam Al-Gharibeh (2011) melihat faktor utama untuk mengelola pengetahuan ialah *enabler*, proses dan kinerja organisasi. Menurut Lin (2007) *Enablers* ialah mekanisme untuk mendorong pembelajaran individu dan organisasi, juga memfasilitasi karyawan untuk melakukan *knowledge sharing* di dalam atau seluruh tim atau unit kerja. Teknologi Informasi, Struktur Organisasi, Dukungan

48 Khoirur Rozaq. *Anteseden Perilaku Berbagi Pengetahuan Dan Pengaruhnya Pada Kemampuan Inovasi Perusahaan*. *Jurnal Bisnis & Manajemen*. Vol. 14, No. 1, 2014 : 77 - 92

49 Ibid

Pemimpin, Kepercayaan dan Kemampuan Belajar merupakan *enablers* yang mempengaruhi kinerja karyawan⁵⁰.

Gambar 2.4
Model Knowledge Sharing dalam Penelitian Eze et al



(sumber : Eze at al, 2003,h.217)

Selain itu Szulanski (2001) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas *Knowledge sharing* adalah mekanisme mentranfer ilmu pengetahuan, sarana pendukung, budaya dan motivasi⁵¹.

- **Mekanisme Mentranfer ilmu pengetahuan** ; Mengelola pengetahuan memerlukan upaya yang didasarkan pemahaman pada lima hal penting,

⁵⁰ Elca Ochi Siowkurur, *et.al.* Perancangan Cara Meningkatkan Intensi *Knowledge Sharing* Pada Usaha Kecil dan Menengah Koperasi Peternakan Sapi Bandiung Utara. Seminar Nasional UGM.2016

⁵¹ Putra Arvin. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi *Knowledge Sharing* Pada BRI Kanwil Makasar. Skripsi Manajemen. UNHAS MAKASAR.2013

yaitu Pengetahuan hidup di dalam tindakan manusia yang mengetahui (*knowledge lives in the human act of knowing*), Pengetahuan bersifat tersembunyi maupun terpampang (*knowledge is tacit as well as explicit*), Pengetahuan bersifat sosial maupun individual (*knowledge is social as well as individual*), Pengetahuan bersifat umum (*knowledge is dynamic*), Struktur sosial dapat dijadikan alat manajemen (*social structure as a management tool*)

- **Sarana Pendukung** ; Merupakan seperangkat alat yang digunakan dalam proses kegiatan diperbankan baik alat tersebut adalah merupakan peralatan pendukung maupun peralatan utama, yang keduanya berfungsi untuk mewujudkan tujuan yang hendak dicapai.
- **Budaya** ; Budaya mengacu pada struktur organisasi yang dalam, berakar dari nilai, keyakinan dan asumsi yang dimiliki anggota organisasi. Sebaliknya, iklim mengacu kepada aspek lingkungan dari budaya yang secara sadar dipahami oleh organisasi. Budaya perusahaan menawarkan suatu sistem bersama mengenai arti, di mana menjadi dasar untuk komunikasi dan pemahaman bersama. Jika fungsi ini tidak direalisasikan dalam suatu cara yang layak, budaya mungkin secara signifikan mengurangi efisiensi organisasi.
- **Motivasi** ; Motivasi adalah suatu proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah kepada tercapainya tujuan tersebut. Kebutuhan yang

dimaksudkan adalah suatu keadaan dalam diri (*internal state*) yang menyebabkan hasil-hasil atau keluaran-keluaran tertentu yang menarik.

3.3 TEORI PENJALARAN/PENULARAN (*Contagion Theory*)

Redl.*et.al* (1950,h.322) menyatakan“ *An incident of behavioral contagion, for the purposes of the present investigation becomes, then, an event in which a recipient's behavior has changed to become "more like" that of the actor or initiator. This change has occurred in a social interaction in which the actor has not communicated intent to evoke such a change*”. Sayangnya, definisi di atas tidak cukup membedakan penularan dari jenis pengaruh sosial lainnya⁵².

Berbeda dengan Mehl.*et.all* (2011) “*Contagion is also defined as the movement in excess of that implied by the factor model, i.e. above and beyond what can be explained by fundamentals taking into account their natural evolution over time*”⁵³. Dapat diartikan bahwa penularan sosial merupakan difusi sebuah perilaku oleh seseorang dalam interaksi sosial dimaksudkan agar menyamakan atau “lebih seperti” inisiator.Hatfield, Cacioppo, & Rapson, (1994,p.5) dalam Slawomir Wycislak mendefinisikan Penularan emosi sebagai "Kecenderungan untuk secara otomatis meniru dan menyinkronkan ekspresi wajah, vokalisasi, postur dan gerakan dengan orang lain dan, akibatnya, untuk bertemu secara emosional".

52 Ladd Wheeler. *Toward A Theory Of Behavior Contagion*. Journal Psychological Review Vol.73. No.2.1996.

53 Slawomir Wycislak. *On some aspects of contagion effect in organization – models and diagnostic tools*. Jagiellonian Journal of Management vol. 2 (2016), no. 1

Gustave Le Bon (1960) mengemukakan bahwa kerumunan mengasimilasi individu- individu sehingga menghasilkan kesatuan psikologis yang dapat mengubah emosi, pikiran dan tingkah laku normal seseorang⁵⁴. Dalam penularannya terdapat tiga mekanisme yang menyebabkan timbulnya perilaku kelompok yaitu anonimitas, penularan, dan kemudahan untuk dipengaruhi (Mueller & Kendall. 2004)⁵⁵.

Efek Penjalaran(penularan) adalah fenomena yang muncul di berbagai bidang penelitian, konteks, dan melibatkan berbagai entitas. Fragmentasi pengetahuan tentang penjalaran dihasilkan dari masalah-masalah yang tidak terstruktur yang sulit diatasi dan diselesaikan. Awalnya, konsep penularan mungkin digunakan dalam imunologi, dan kemudian diadaptasi ke berbagai bidang penelitian termasuk psikologi, pemasaran atau keuangan⁵⁶.

Dalam bidang keuangan istilah “penularan” banyak dipakai dalam penelitian penyebaran krisis keuangan sedangkan dalam bidang psikologi dan pemasaran istilah “penularan” digunakan dalam peniruan perilaku. Tingkat kepercayaan dan modal sosial dapat dianggap sebagai faktor penentu utama penularan dari segi hubungan di antara keduanya perusahaan⁵⁷.

54 Daisy Benson et.al .Social Contagion Theory and Information Literacy Dissemination: A Theoretical Model. *ACRL Thirteenth National Conference. March 29–April 1, 2007, Baltimore, Maryland*

55 Ibid

56 Slawomir Wycislak. *Op.Cit*

57 Ibid

Teori penularan (contagion) berusaha untuk menjelaskan jaringan sebagai saluran untuk menularkan sikap dan perilaku⁵⁸. Kontak disediakan oleh jaringan komunikasi dalam teori penularan. Jaringan komunikasi ini berfungsi sebagai mekanisme yang mengekspos orang-orang, kelompok, dan organisasi untuk informasi, pesan sikap dan perilaku orang lain (Burt, 1980 dalam Monge & Contractor, 2003:173). Hal tersebut dapat meningkatkan kemungkinan bahwa anggota jaringan akan mengembangkan keyakinan, asumsi, dan sikap yang sama dengan jaringan mereka.

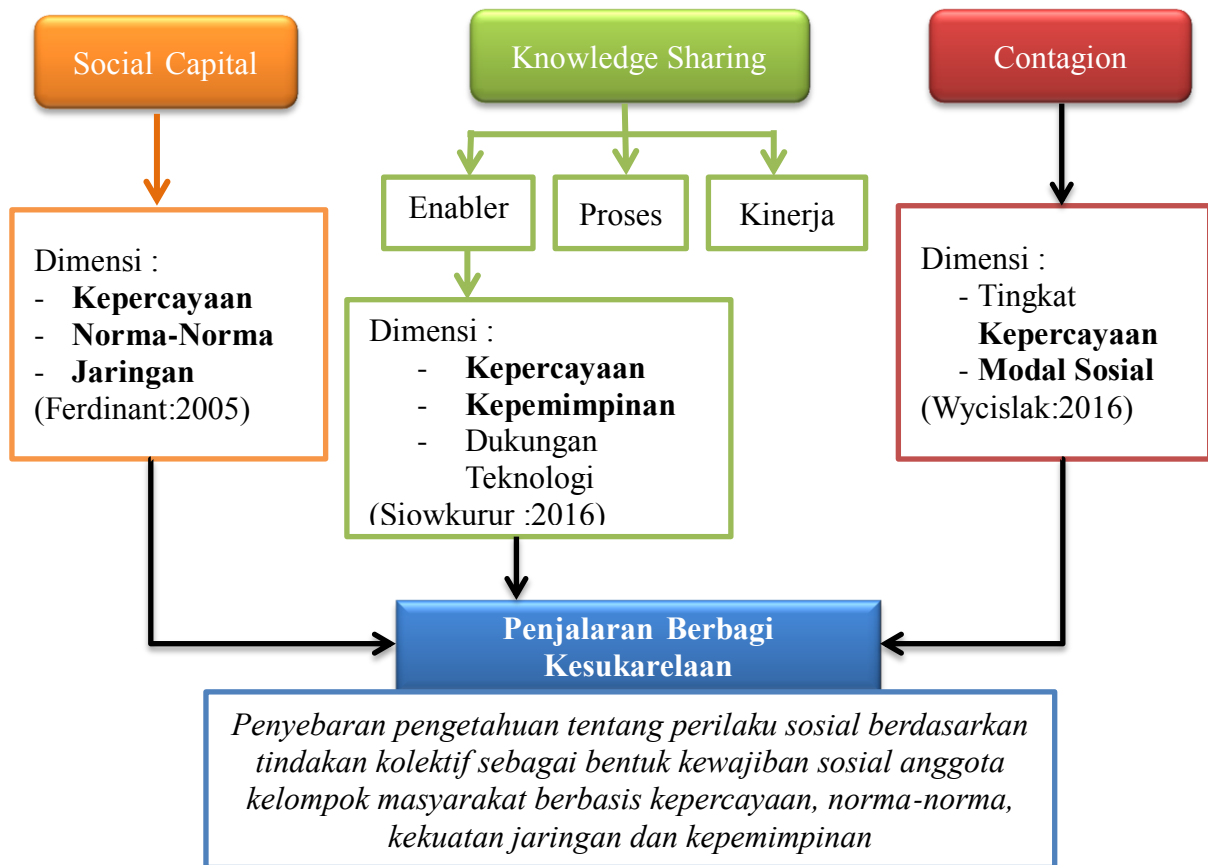
3.4 SINTESA

Dari ketiga teori diatas yaitu Teori Modal Sosial, Teori Berbagi Pengetahuan, Teori Penularan/Penjalaran peneliti mengajukan teori-teori tersebut menjadi satu kebaruan sebagai variabel intervening yaitu Penjalaran Berbagi Kesukarelaan (*Voluntary Sharing Contagion*) merupakan penyebaran pengetahuan tentang perilaku sosial berdasarkan tindakan kolektif sebagai bentuk kewajiban sosial anggota kelompok masyarakat yang berbasis Kepercayaan (*Trust*), menjunjung Norma (*Norm*), kekuatan Jejaring (*Network*) dan memperkuat Kepemimpinan (*Leadership*).

Pada gambar dibawah ini merupakan alur pikir sintesa konsep kebaruan Penjalaran Berbagi Kesukarelaan yang menurut peneliti dapat berpotensi meningkatkan kinerja Baznas Propinsi Banten.

58 Dwi Retno Hapsari, *et al. Jaringan Komunikasi Dalam Partisipasi Gerakan Sosial Lingkungan*.
JURNAL Komunikasi Indonesia. Volume VI Nomor 2 Oktober 2017 ISSN 2301-9816

Gambar 2.5
Alur Pikir Sintesa Konsep baru Panjalaran Berbagi Kesukarelaan



3.5 KINERJA

Menurut Cash and Fischer (1987), kinerja diartikan sebagai performance atau result, yang artinya apa yang telah dihasilkan oleh karyawan atau lembaga dengan komponen-komponen kinerja yang terdiri dari *"organizational development, compensation plan, communication system, management style, organization structure, policies and procedure"*⁵⁹.

⁵⁹ Zamzany *Et All*. Pengaruh Modal Sosial Terhadap Kinerja Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah (Lkms) Dan Kesejahteraan Masyarakat Pada Lkms Di Pondok Pesantren Al Islah, Kabupaten Cirebon,

Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi⁶⁰.

Penjabaran dari misi dan strategi perusahaan jangka panjang melandasi pemikiran baru dalam era kompetitif dan efektifitas organisasi. Konsep ini memperkenalkan suatu sistem pengukuran kinerja perusahaan dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu yang digolongkan menjadi 4 (empat) perspektif yang berbeda (Kaplan dan Norton, 1992).

a. Perspektif finansial

Bagaimana kita berorientasi pada para pemegang saham.

b. Perspektif *customer*

Bagaimana kita bisa menjadi *supplier* utama yang paling bernilai bagi para *customer*.

c. Perspektif proses, bisnis internal

Proses bisnis apa saja yang terbaik yang harus kita lakukan, dalam jangka panjang maupun jangka pendek untuk mencapai tujuan finansial dan kepuasan *customer*.

Jawa Barat. Seminar Internasional Dan Call For Papers "Towards Excellent Small Business" Yogyakarta, 27 April 2011

60 Cholifah *et al.* Analisis Penerapan Balance Scorecard, Alat Ukur Penilaian Kinerja Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan, Dan Aset Kabupaten Sidoarjo. Jurnal Maksipreneur, Vol. VII, No. 1, Desember 2017

d. Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran

Bagaimana kita dapat meningkatkan dan menciptakan *value* secara terus menerus, terutama dalam hubungannya dengan kemampuan dan motivasi karyawan.

Upaya peningkatan kinerja organisasi harus meliputi keseluruhan level organisasi, sebab tingkat kinerja suatu organisasi tidak hanya diukur dari para pelaksana pelayanan, tetapi justru dari penerima layanan (masyarakat). Pengukuran kinerja merupakan penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi, dan karyawan berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Agar aktifitas manajemen berjalan dengan baik, organisasi harus memiliki anggota yang berpengetahuan dan berketrampilan tinggi serta usaha untuk mengelola organisasi seoptimal mungkin sehingga kinerja anggota meningkat. Peningkatan kinerja anggota akan membawa kemajuan bagi organisasi untuk dapat bertahan dalam suatu persaingan lingkungan bisnis yang tidak stabil. Oleh karena itu upaya – upaya untuk meningkatkan kinerja anggota merupakan tantangan manajemen yang paling serius karena keberhasilan untuk mencapai tujuan dan kelangsungan hidup organisasi tergantung pada kualitas kinerja sumber daya manusia yang ada didalamnya⁶¹.

61 Dwi Yuniarti.*et.al.* Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal INDEPT, Vol. 4, No. 1 Februari 2014. ISSN 2087 – 9245

B. HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN

Penelitian tentang zakat sudah banyak dilakukan untuk meminimalisir kesenjangan antara potensi dan realisasi tetapi dalam penelitian tersebut hanya melihat dari sisi internal individu saja yakni dengan memprediksi niat individu untuk berperilaku membayar zakat tanpa melihat faktor kelembagaan Baznas sebagai salah satu faktor dalam mempengaruhi niat individu dalam melakukan zakat. Dengan memasukan persepsi individu tentang kelembagaan Baznas sebagai pengelola zakat, maka diharapkan tidak hanya sebatas niat dalam melakukan zakat tetapi terjadi perilaku yang nyata dalam membayar zakat.

Berikut penelitian-penelitian tentang zakat yang telah dilakukan serta perbedaan penelitian ini dengan yang lainnya :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| NO | NAMA PENILITI | JUDUL PENELITIAN | HASIL PENELITIAN | PERBEDAAN |
|----|----------------------------------|---|---|--|
| 1 | Nurul Huda & Abdul Gofur. (2012) | Analisis Intensi Muzakkî Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Pegawai Negeri DKI | Secara bersama-sama variabel sikap, norma <i>subjective</i> , kendali perilaku, penghasilan, pendidikan, dan pengetahuan memiliki | - Observasi persepsi individu terhadap kelembagaan Baznas - Lingkup wilayah |

| | | | | |
|---|----------------------------|--|---|---|
| | | Jakarta) | pengaruh yang signifikan terhadap variabel intensi <i>muzakkî</i> dalam membayar zakat profesi. namun secara parsial variabel norma <i>subjective</i> dan kendali perilaku memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Intensi <i>muzakkî</i> dalam membayar zakat profesi. | yang berbeda yakni ASN Daerah Pemprov. Banten |
| 2 | Gamsir Bachmid dkk. (2012) | Perilaku Muzakki dalam Membayar Zakat Mal (Studi Fenomenologi Pengalaman Muzakki di Kota | Nilai-nilai personal (nilai spiritual, ekonomi, humaniistis dan, moral-psikologis) mempengaruhi seseorang untuk membayar zakat. | - Observasi persepsi individu terhadap kelembagaan Baznas - Lingkup wilayah yang berbeda yakni ASN |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| | | Kendari | | Daerah Pemprov. Banten |
| 3 | Annisa Sepryana & Nisa Ghulma R (2013) | Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku terhadap Niat serta Pengaruh Niat Terhadap Kepatuhan Membayar Zakat Penghasilan | Hanya variabel sikap yang tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat | - Observasi persepsi individu terhadap kelembagaan Baznas - Lingkup wilayah yang berbeda yakni ASN Daerah Pemprov. Banten |
| 4 | Hastomo Aji (2013) | Intensi Muzakki Membayar Zakat Pendekatan Teori Planned Behaviour Modifikasi (Studi Terhadap | Variabel sikap, norma subjektif, kendali prilaku dan strategi marketing secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap | - Observasi persepsi individu terhadap kelembagaan Baznas - Lingkup wilayah yang berbeda yakni ASN |

| | | | | |
|---|-----------------------------|--|---|--|
| | | Pegawai Kementerian Agama Pusat) | intensi muzakki dalam membayar zakat mal | Daerah Pemprov. Banten. |
| 5 | Fatati Nuryana (2016) | Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Kepatuhan <i>Muzakki</i> Pegawai Negeri Sipil (Pns) Dalam Membayar Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat (Baz) Kabupaten Sumenep” | Norma-norma subjektif serta kontrol perilaku Muzakki PNS memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat kepatuhan Muzakki PNS dalam membayar zakat profesi, sedangkan sikap tidak memiliki pengaruh yang signifikan. | - Observasi persepsi individu terhadap kelembagaan Baznas - Lingkup wilayah yang berbeda yakni ASN Daerah Pemprov. Banten |

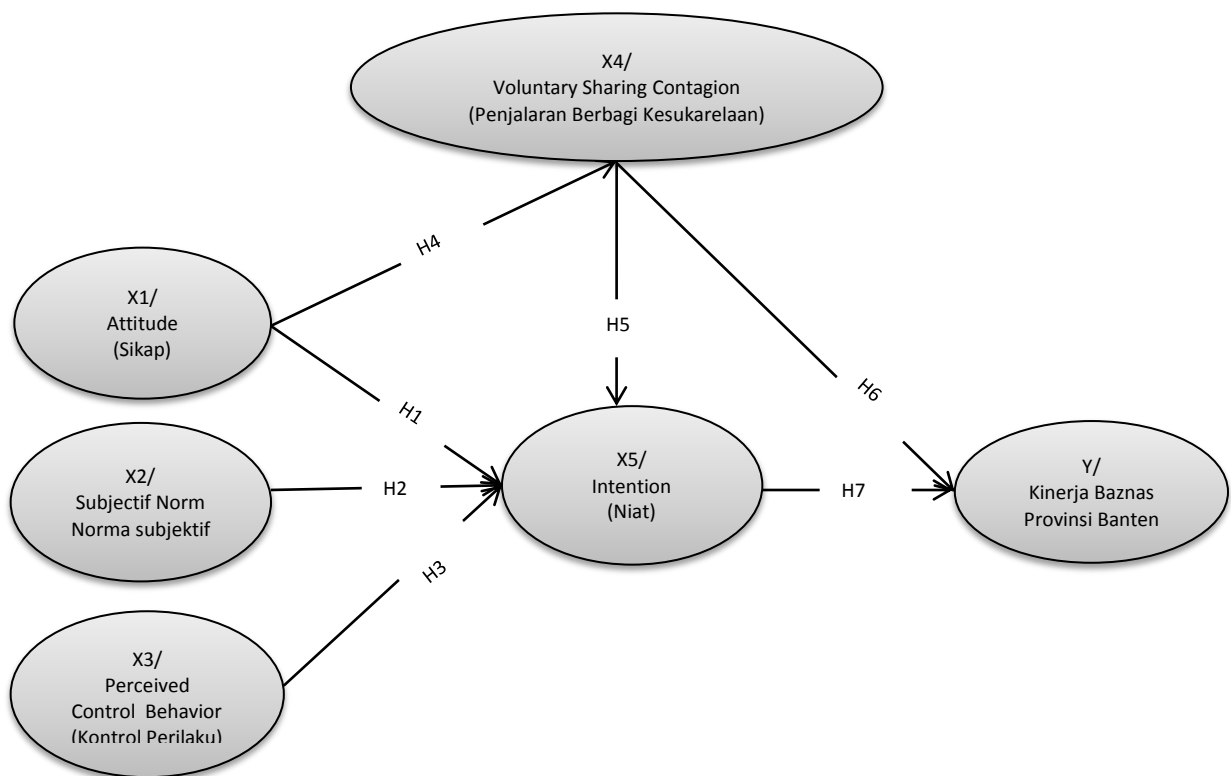
| | | | | |
|---|----------------------|--|---|--|
| 6 | Willy Nurhadi (2017) | Anteseden Dan Konsekuensi Niat Membayar Zakat Penghasilan dosen pada perguruan tinggi di Kota Serang | Hanya variabel sikap dan kontrol perilaku yang dipersepsikan yang berpengaruh terhadap niat berperilaku membayar zakat. Sedangkan norma subjektif, tingkat ibadah, pengetahuan, tingkat keyakinan tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku membayar zakat. | - Observasi persepsi individu terhadap kelembagaan Baznas - Lingkup wilayah yang berbeda yakni ASN Daerah Pemprov. Banten |
|---|----------------------|--|---|--|

Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang mana variabel niat dalam membayar zakat dijadikan sebagai variabel terikat (*dependent*) sedangkan dalam penelitian ini variabel niat sebagai variabel bebas. Variabel terikat (*dependent*) dalam penelitian ini adalah kinerja lembaga Baznas yang dipersepsikan oleh setiap individu berdasarkan informasi ataupun kegiatan yang diterima atau dialami oleh individu tersebut.

C. KERANGKA BERFIKIR

Berdasarkan telaah teori-teori diatas dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini maka peneliti mengajukan model empirik atau kerangka berfikir penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.6
Model Empirik Penelitian



Penelitian-penelitian terdahulu tentang zakat yang menggunakan teori *Planned Behavior* dimana terdapat 3 (tiga) variabel yang utama yang mempengaruhi Niat (Intensi) seseorang dalam berzakat yakni Sikap (Attitude), Norma Subjektif (Subjectif Norm) dan Kontrol Perilaku (Perceived Control Behaviour) belum mampu

mendorong peningkatan penerimaan dana zakat yang merupakan kinerja dari sebuah Baznas sehingga penulis menempatkan Niat bukan lagi sebagai terikat (Y) melainkan sebagai variabel bebas (X5) karena sesuai dengan fakta dalam kasus zakat bahwa niat belum mampu mendorong seorang muzaki berperilaku pasti melakukan pembayaran zakat pada Baznas.

Penelitian ini menganalogkan jumlah dana zakat yang terkumpul merupakan salah satu gambaran kinerja Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) seperti halnya sebuah perusahaan *profit oriented* yang menunjukkan kinerja yang baik apabila jumlah keuntungan atau penjualannya mengalami peningkatan sehingga Kinerja Baznas ditempatkan sebagai variabel (Y) yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Sintesa yang diajukan dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas (X4) adalah gabungan dari teori *Social Capital*, *Knowledge Sharing* dan *Contagion* diharapkan mampu mengungkit kinerja Baznas serta menutup hasil temuan yang kontradiktif yakni bahwa variabel sikap dapat mempengaruhi kinerja sebuah lembaga/organisasi.

Dalam penelitian ini juga dapat dibandingkan seberapa besar pengaruh antara variabel niat (X5) terhadap kinerja (Y) dan variabel penjalaran berbagi kesukarelaan (X4) terhadap kinerja (Y) sehingga Baznas akan berkonsentrasi terhadap variabel yang memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja.

D. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Hubungan variabel Sikap dengan variabel Niat

Penelitian Wahyudin *et.al.*(2017) di Purwokerto menunjukkan Sikap (*Attitude*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/Minat), artinya semakin baik Sikap (*Attitude*) atau semakin positif akan zakat akan semakin kuat minat terhadap keinginan responden terhadap niat muzaki dalam membayar zakat. Responden memiliki sikap positif yang kuat dimana responden meyakini sepenuhnya bahwa membayar zakat adalah sesuatu yang sangat bermanfaat dan penting dalam kehidupan mereka.

Sejalan dengan Wahyudin, penelitian Nurhayadi.*et.al* (2017) di Serang menunjukkan Sikap berpengaruh terhadap Niat Perilaku dalam membayar zakat penghasilan bagi dosen. Artinya semakin tinggi sikap seseorang terhadap perilakunya, maka semakin tinggi pula seseorang memiliki niat untuk berperilaku patuh dalam membayar zakat penghasilan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H₁ : Semakin tinggi sikap individu tentang zakat maka semakin tinggi niat membayar zakat.

2. Hubungan variabel Norma Subjektif dengan variabel Niat

Hasil penelitian Khaddafi *et.al* (2014) menyatakan bahwa Norma Subjektif mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat (*Intensi*) seseorang dalam melakukan zakat perdagangan di Baitul Mall Lhokseumawe.

Begitu juga dengan Wahyudin *et.al.*(2017) bahwa Norma Subyektif (*subjective norm*) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat) atau semakin kuat tekanan sosial yang dirasakan untuk terlibat akan semakin kuat minat atau keinginan muzaki dalam membayar zakat.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H₂ : Semakin kuat tekanan norma subjektif maka akan semakin kuat niat membayar zakat.

3. Hubungan variabel Kontrol Perilaku dengan variabel Niat

Penelitian Wahyudin *et.al.*(2017) menyimpulkan bahwa *Perceived Behavioral Control* (Kontrol berperilaku yang dirasakan) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat) atau semakin besar kontrol berperilaku yang dirasakannya terhadap keberadaan sarana dan prasarana yang dapat memfasilitasi untuk membayar zakat atau menyalurkan pembayaran zakatnya, akan semakin kuat minat atau keinginan muzaki dalam membayar zakat di Purwokerto.

Penelitian Nurhayadi.*et.al* (2017) menghasilkan bahwa Kontrol Keperilakuan Yang Dipersepsikan berpengaruh terhadap Niat Perilaku dalam membayar zakat penghasilan. Artinya semakin tinggi kontrol berperilaku yang dipersepsikan seseorang terhadap perilakunya, maka semakin tinggi pula seseorang memiliki niat untuk berperilaku patuh dalam membayar zakat penghasilan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H₃ : Semakin tinggi kontrol perilaku individu mengenai zakat maka akan semakin tinggi niat membayar zakat.

4. Hubungan variabel Sikap dengan Variabel Penjalaran Berbagi Kesukarelaan

Hasil penelitian Bain dan Hicks (dikutip dalam Krishna dan Shradder, 2000) menyebutkan bahwa dimensi kognitif yang berkaitan dengan nilai-nilai, sikap dan keyakinan yang mempengaruhi kepercayaan, solidaritas dan resiprositas yang mendorong ke arah terciptanya kerjasama dalam masyarakat guna mencapai tujuan bersama.

Penelitian yang dilakukan oleh Limbong.*et.al* (2014) mengenai investasi surat berharga menyatakan bahwa pengetahuan dan pemahaman dalam proses penyajian laporan keuangan mempengaruhi tingkat kepercayaan (*trust*) para pengguna informasi.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H₄: Semakin tinggi sikap individu mengenai zakat maka akan semakin positif Penjalaran Berbagi Kesukarelaan

5. Hubungan variabel Penjalaran Berbagi Kesukarelaan dengan variabel Niat

Temuan Hapsari.*et.al* (2017) mengenai peran atau kontribusi jaringan komunikasi terhadap partisipasi masyarakat dalam gerakan sosial terbukti nyata berpengaruh positif berdasarkan hasil analisis uji statistika bahwa aktor dengan

kontak yang banyak dengan orang lain dapat memotivasi jaringan dan menyebarkan informasi (*Network*).

Budaya organisasi merupakan kerangka kerja kognitif yang mencakup norma-norma (*Norm*) dan harapan oleh setiap anggota kelompok organisasi (Kusumawati, 2008). Penelitian Kumar, *et al* (2012) menunjukkan bahwa budaya organisasi dan komitmen organisasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat karyawan untuk keluar dari perusahaan, hal tersebut menunjukkan keterkaitan antara variabel-variabel yang ada di dalam penelitian ini, saat budaya organisasi yang kuat membentuk komitmen organisasional yang tinggi, akhirnya akan menumbuhkan rasa nyaman dan aman untuk terus berada di dalam perusahaan sehingga memperkecil kemungkinan karyawan akan meninggalkan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H₅: Semakin positif Penjalaran Berbagi Kesukarelaan maka akan semakin positif Niat membayar zakat.

6. Hubungan variabel Penjalaran Berbagi Kesukarelaan dengan variabel Kinerja

Yuwono (2017) menyimpulkan dalam temuannya dimensi struktural seperti relasi dan jabatan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, dimensi relasional seperti kepercayaan (*Trust*) dan tanggung jawab berpengaruh secara signifikan karena kemudahan akan mendorong kinerja dalam berbisnis serta dimensi kognitif meliputi norma, kesamaan cara berfikir dan akses informasi dan pengetahuan dapat menciptakan suatu peluang yang mendorong kinerja perusahaan sehingga

penelitian tersebut mendukung penelitian Oliveira (2013) elemen modal sosial dari dimensi struktural adalah Relasi atau Jaringan (*Network*), Kepemimpinan sedangkan dari dimensi relasional adalah Kepercayaan (*Trust*) dan elemen modal sosial dari dimensi konitif adalah Norma-Norma Kebersamaan (*Norm*) yang akan mempengaruhi kinerja bisnis suatu perusahaan.

Dalam memfasilitasi dalam *knowledge sharing* teori Choi (2002) dalam Syifani (2016) terdapat faktor yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan adalah Kepercayaan (*Trust*), dukungan Kepemimpinan, Teknologi Informasi, Struktur Organisasi dan Kemampuan Belajar.

Menguatkan Syifani (2016) penelitian Maulana (2018) menunjukkan *knowledge sharing* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan, manusia sebagai sumber daya dalam perusahaan/ instansi diharapkan mampu untuk memanfaatkan dan meningkatkan tenaga sepenuhnya atau seoptimal mungkin untuk meningkatkan produktifitas yang diikuti oleh terciptanya hubungan kerja yang bermutu dengan konotasi yang menyenangkan, penuh tanggung rasa dan saling membangun.

Penelitian Wycislak (2016) yang menyebutkan “ *In the case of contagion within a company, the decisive role is played by its organisational culture and leadership* ”. Penularan atau Penjalaran dalam perusahaan ditentukan oleh Budaya Organisasi dan Kepemimpinan. Hasil penelitian adalah efek penularan positif untuk mencapai kinerja dalam perusahaan dapat dicapai karena adanya eksistensi dari seorang pemimpin.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H₆: Semakin tinggi Penjalaran Berbagi Kesukarelaan maka akan semakin tinggi Kinerja Baznas

7. Hubungan variabel Niat dengan variabel Kinerja

Bukti empiris tentang pengaruh niat perilaku terhadap kinerja perilaku telah banyak dilakukan. Dalam penelitian tentang perilaku pembayar pajak, Hanno dan Violette (1996) menemukan korelasi yang kuat (0.58) antara niat untuk mematuhi regulasi perpajakan dan perilakunya. Dalam review terhadap 87 studi yang menggunakan teori tindakan beralasan, Sheppard et al. (1988) menemukan korelasi yang kuat (0.53) antara niat untuk berperilaku dengan perilaku itu sendiri (dalam Weldman 2002). Nurofik (2013) telah membuktikan niat untuk mengungkapkan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (TSP) berpengaruh positif terhadap pengungkapan TSP. Semakin besar niat mengungkapkan TSP maka semakin luas pengungkapan TSP yang dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H₇: Semakin tinggi Niat dalam berzakat maka Kinerja semakin meningkat