



ABHATS

Jurnal Islam Ulil Albab



Vol. 3 No. 2 Desember 2022

ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan dua kali dalam satu tahun oleh Direktorat Pondok Pesantren Universitas Islam Indonesia. Jurnal ini berfokus pada kajian epistemologi keilmuan sebagai upaya membangun konsep integrasi ilmu pengetahuan. Dengan berlandaskan visi, inovatif dan kreatif dalam mengungkap epistemologi keilmuan Islam, serta memiliki misi, mewujudkan integrasi ilmu pengetahuan, mengungkap epistemologi nalar dalam pengembangan ilmu pengetahuan, meningkatkan kualifikasi pemahaman ilmu pengetahuan, meningkatkan budaya kajian ilmu pengetahuan, memperkuat pengembangan metodologi ilmu pengetahuan.

ABHATS Editorial Office

Jl. Selokan Mataram, Depok, Sleman, Yogyakarta

T. +62 274 898444

E. abhatsjurnal@gmail.com

W. <http://abhats.org>





Editor in Chief

Dr. Tamyiz Mukharrom, M.A. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Managing Editors

Suyanto Thohari, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Fuat Hasanudin, Lc., MA., Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Editorial Boards

Dr. H. Abdul Fatah, UIN Mataram, NTB, Indonesia

Dr. Fahrurozi, M.Ag, UIN Walisongo, Semarang, Indonesia

Ali Abdul Moeniem, Ma'had Maqasid Indonesia

Dr. Bakri Ahmed Mohamed Khatir, Yogyakarta, Indonesia

Dr. Yusdani, M.Ag., Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Dr. Drs. Rohidin S.H., M.Ag., Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Dr. Muhammad Zainal Abidin, M.Ag. UIN Antasari Banjarmasin, Indonesia

Assistant to Editors

Sofyan Ashari Nur, SE., MM.

Administration Staff

Muhammad Anas, S.Pd.I

Julfiani Ja'far, S.St

Yahya Asidiq SE

Nurul Kharisma, SE

Distribution Staff

Yulia Indah Sari Nasution



DAFTAR ISI

Contemporary Islamic Discourse between Rationality and Sanctification - Abdel Kadder Naffati, Fuat Hasanudin	1-13
Customer Relationship Management (CRM) dalam Perspektif Islam: Studi Kasus pada KS BMT Al-Ikhwan Suralaga - Sri Rita Wardani, Muhammad Sanusi, Nurmala Fahrianti	14-26
Lingkaran Ulil Abshar Abdalla dan Negosiasi Keberagaman di Indonesia: Investigasi atas "Ngaji Ihya Online" - Muhammad Saifullah	27-39
Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Dalam Peningkatan Kinerja Amil: Studi Kasus Dompot Dhuafa Yogyakarta - Noval Wahyudiansyah, Martini Dwi Pusparini	40-49
Meningkatkan Minat Wakaf Uang Melalui Pengetahuan dan Religiusitas: Studi Kasus Lembaga Wakaf Uang UNISIA - Muhammad Ferry Rizky	50-58
Penilaian Akuntabilitas Pada BAZNAS Kabupaten Pati Ditinjau Dari Perspektif <i>Shariah Enterprise Theory</i> (SET) - Hana Nabila Rizka	59-72

Contemporary Islamic Discourse between Rationality and Sanctification

Abdel Kadder Naffati¹, Fuat Hasanudin²

¹Al Zaitunah University, Tunisia.

²Universitas Islam Indonesia

INFO ARTIKEL

Received: 2 November 2022
Accepted: 3 Desember 2022
Published: 21 Desember 2022

Email Penulis:

¹naffati_abdlkader1969@yahoo.fr

²Fuat.hasanudin@uii.ac.id

ABSTRAK

The discourse on contemporary Islam is divided into two modes of thought, one aims to read texts based on reason, insight, criticism and reality, and the second aims to sanctify the text through traditional understanding, ijthad and minimizing the addition of new methods in the context of interpretation. Researchers in this paper will discuss contemporary Islamic discourse from both perspectives and offer a two-pronged approach to the development of contemporary Islamic discourse. The paper argues that it is necessary in contemporary Islamic discourse to combine the two approaches so that they can be used together without negating the other. A sanctifying approach is necessary for certain contexts to preserve the sacred and not eliminate the symbol of sacredness. The rationalization approach does not mean excessive interpretation so that it falls into the category of blameworthy ta'wil, rather its purpose is to objectively generate knowledge.

Keywords: Contemporary Islamic Discourse, Rationality, Sanctification

مقدمة

إنَّ أيَّ مرحلة تاريخية لا ريب أن معرفتها تمرّ حتماً عبر الإحاطة بالمعالم الحضارية المميزة لتلك المرحلة، وبمستوى الخطاب الذي يُنتج خلالها، فضلاً عن ما يعالج من قضايا وما يطرح من إشكاليات، وبهذا يتبدى لنا أن الخطاب هو أحد الآليات الأساسية للمعرفة، والمرآة الصادقة لما تشهده أي فترة تاريخية من أحداث وتغيّرات وتطوّرات، فهو إنتاج للمرحلة وإفراز لها، وهو من ناحية أخرى تعبير عنها أيضاً بما أنه ينقل الوقائع والأحداث سواء أكانت إيجابية أو سلبية، ولعلّه من هنا تكمن الصعوبة، صعوبة التفرقة والتمييز في مستوى المعالجة والدراسة بين النظر إلى الخطاب باعتباره إفرازا وإنتاجا لمرحلة تاريخية معينة، ويجب التعامل معه في ذلك المستوى دون تجاوزه، وبين النظر إلى الخطاب بوصفه تعبيراً أو تاريخاً ونقلًا لمرحلة تاريخية معينة أيضاً، ويجب النظر إليه وتقييمه ودراسته ضمن هذا المسار دون تجاوزه، إذ بين المستويين فارق معلوم وخيط رفيع لا بدّ من الانتباه إليه.

وبما أنّنا في سياق التمييز في مستويات الخطاب وأنماطه وأهدافه ومجالات تقييمه وقراءته، والتدقيق في مدى إيجابيته وموضوعيته، وفي مدى سلبيته وزيفه، فإن ما يشدنا ونحن نتلمّس حقيقة الخطاب الإسلامي المعاصر، ونتنبّع معانيه وأبعاده، هو مراوحته بين منهجين مختلفين، العقلانية والتقليدية، أو العقلنة والتقدّيس، أي مراوحة أسلوبه ومحتواه سواء أكان ذلك على مستوى الإنتاج والكتابة والتأليف، أو على مستوى القراءة والفهم والتأويل بين مسارين وأفقين فكريين كلّ منهما متمايز عن الآخر، وكلّ منهما يعبر عن توجه وقراءة وعن خلفيّة معيّنة.

بمعنى آخر أيضا مراوحة الخطاب الإسلامي المعاصر وخضوعه وتأثره بمسارين مختلفين، أحدهما يروم قراءة النص اعتمادا على العقل والتبصر والنقد والواقع، وثانيهما يروم إضفاء القداسة على النص والفهوم والاجتهادات إضفاء يعطل كل حركة أو إضافة أو فتح باب جديد للفهم والتأويل.

فما مدلول الخطاب الإسلامي المعاصر الذي نعنيه؟ وكيف يسهم التوجه أو المسار العقلاني في بلورته وصناعته، وفي قراءته وتأويله؟ وكيف يسهم كذلك الفهم أو التوجه التقديسي في صناعته وبلورته وتكييفه، وفي تبيينه وتأويله؟ وهل أن قدر الخطاب الإسلامي المعاصر بالخصوص أن يكون في مستوى المراوحة والجدب دائما بين التيارين أو التوجهين الفكريين المتنافرين (العقلاني والتقديسي)؟ وما أثر ذلك على مستوى تطوره ونموه وتحقيقه لأهدافه المرجوة؟

الخطاب الإسلامي: المفهوم والوظيفة والأهداف

ذكر ابن منظور في لسان العرب، وفي سياق تفصيل مادة خطب: "وَالْخُطْبُ وَالْمُخَاطَبَةُ: مُرَاجَعَةُ الْكَلَامِ، وَقَدْ خَاطَبَهُ بِالْكَلامِ مُخَاطَبَةً وَخُطَابًا، وَهُمَا يَتَخَاطَبَانِ... وَخَطَبَ الْخَاطِبُ عَلَى الْمُنْبَرِ، وَخُطِبَ يَخُطِبُ خُطَابَةً، وَاسْمُ الْكَلَامِ: الْخُطْبَةُ... وَذَهَبَ أَبُو إِسْحَاقَ إِلَى أَنَّ الْخُطْبَةَ عِنْدَ الْعَرَبِ: الْكَلَامُ الْمُنْتَوَرُ الْمُسَجَّعُ، وَنَحْوَهُ. التَّهْدِيبُ: وَالْخُطْبَةُ، مِثْلُ الرَّسَالَةِ، الَّتِي لَهَا أَوَّلٌ وَأَخْرٌ... وَالْمُخَاطَبَةُ: الْخُطْبَةُ، وَالْمُخَاطَبَةُ، مُفَاعَلَةٌ، مِنَ الْخُطَابِ وَالْمُشَاوَرَةِ..."¹.

أما مدلول "الخطاب" في القرآن الكريم، فنشير بدءا إلى أنه قد وردت اشتقاقات مادة "خطب" تسع مرات² في الكتاب العزيز من بينها ما ورد على صيغة "الخطاب" في قوله تعالى: "وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلْنَا الْخُطَابَ"³، وفي قوله تعالى: "إِنَّ هَذَا أَخِي لَهُ تِسْعٌ وَتِسْعُونَ نَعْجَةً وَلِي نَعْجَةٌ وَاجِدَةٌ فَقَالَ أَكْفُنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخُطَابِ"⁴، كما ورد المصطلح بصيغة "خطابا" في قوله تعالى: "رَبِّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا الرَّحْمَنَ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خُطَابًا"⁵. قال ابن منظور في هذا الصدد موردا قول بعض المفسرين في قوله تعالى: "وَفَصَّلْنَا الْخُطَابَ": "قَالَ: هُوَ أَنْ يَحْكُمَ بِالْبَيِّنَةِ أَوْ الْيَمِينِ؛ وَقِيلَ: مَعْنَاهُ أَنْ يَفْصِلَ بَيْنَ الْحَقِّ وَالْبَاطِلِ، وَيُمَيِّزَ بَيْنَ الْحُكْمِ وَضِدِّهِ، وَقِيلَ فَصَّلَ الْخُطَابِ الْفُقْهُ فِي الْفَضَاءِ..."⁶.

وقد ورد المصطلح أيضا في السنة النبوية المشرفة، في إطار عنوانه باب من أبواب كتاب الأشربة لصحيح مسلم: "بَابُ إِبَاحَةِ أَكْلِ الثُّومِ، وَأَنَّهُ يَنْبَغِي لِمَنْ أَرَادَ خُطَابَ الْكِبَارِ تَرْكُهُ، وَكَذَا مَا فِي مَعْنَاهُ"⁷، وذكر ابن حبان المصطلح أيضا في صحيحه حينما روى: "قال أبو حاتم رضي الله تعالى عنه: هَذَا خَبَرٌ خَرَجَ خُطَابُهُ عَلَى حَسَبِ الْحَالِ وَهُوَ مِنَ الضَّرْبِ الَّذِي ذَكَرْتُ فِي كِتَابِ فُصُولِ السُّنَنِ أَنَّ الْخَبَرَ إِذَا كَانَ خُطَابُهُ عَلَى حَسَبِ الْحَالِ لَمْ يَجُزْ أَنْ يُحْكَمَ بِهِ فِي كُلِّ الْأَحْوَالِ وَكُلُّ خُطَابٍ كَانَ مِنَ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَلَى حَسَبِ الْحَالِ فَهُوَ عَلَى ضَرْبَيْنِ أَحَدُهُمَا وُجُودُ حَالَةٍ مِنْ أَجْلِهَا ذَكَرَ مَا ذَكَرَ لَمْ تُذَكَّرْ تِلْكَ الْحَالَةُ مَعَ ذَلِكَ الْخَبَرِ وَالثَّانِي أَسْئَلُهُ سُئِلَ عَنْهَا النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَأَجَابَ عَنْهَا بِأَجْوِبَةٍ فَرُوِيَتْ عَنْهُ تِلْكَ الْأَجْوِبَةُ مِنْ غَيْرِ تِلْكَ الْأَسْئَلَةِ فَلَا يَجُوزُ أَنْ يُحْكَمَ بِالْخَبَرِ إِذَا كَانَ هَذَا نَعْتُهُ فِي كُلِّ الْأَحْوَالِ دُونَ أَنْ يُضَمَّ مَجْمَلُهُ إِلَى مَفْسَرِهِ وَمَخْتَصَرِهِ إِلَى مَقْصَافِهِ"⁸.

1 ابن منظور: لسان العرب، نشر دار صادر بيروت الطبعة: الثالثة 1414 هـ، 361/1
2 انظر: المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم، لمحمد فؤاد عبد الباقي، دار الجيل بيروت، ص: 235
3 ص: 20
4 ص: 23
5 النبأ: 37

6 ابن منظور: لسان العرب، 361/1

7 صحيح مسلم: كتاب الأشربة، باب بَابُ إِبَاحَةِ أَكْلِ الثُّومِ، وَأَنَّهُ يَنْبَغِي لِمَنْ أَرَادَ خُطَابَ الْكِبَارِ تَرْكُهُ، وَكَذَا مَا فِي مَعْنَاهُ.

8 صحيح ابن حبان: كتاب فرض الإيمان، باب ذَكَرُ إِجَابِ الْجَنَّةِ لِمَنْ شَهِدَ لِلَّهِ جَلًّا وَعَلَا بِالْوَحْدَانِيَّةِ مَعَ تَحْرِيمِ النَّارِ عَلَيْهِ بِهِ، حَدِيث

رقم: 199

اعتماداً على ما أورده ابن منظور في لسانه وعلى ما ورد من دلالات ومعان للمصطلح في القرآن الكريم وفي السنة النبوية المشرفة يتبدى لنا أن الخطاب هو المراجعة والمحاورة والمشاورة بين اثنين، وهو الكلام والرسائل التي تحصل بين طرفين أيضاً، وذلك بغض النظر عن إيجابية القول والخطاب أو سلبيته، أي هو المحتوى والمضمون القول الذي يدور بين اثنين من أجل هدف ما أو معالجة قضية ما أيضاً، ومن أجل إفهام الآخر⁹ الذي يعي ويفهم الخطاب، وتبليغه المعنى المراد.

كما يتضح لنا أيضاً من خلال ما سبق أن فهم أي خطاب يقتضي تنزيهه في سياقه وحاله، ومن ثمة التعامل مع مدلوله ومضمونه، أما إذا حاولنا سحب خطاب واحد مثلاً للنبي عليه الصلاة والسلام على عديد القضايا والظروف والأحوال، فهذا قد يكون تجنباً على الخطاب ذاته، وسوء فهم له وللواقعة معاً. ومن الاستنتاجات التي نخلص إليها أيضاً أن الخطاب الحقيقي هو الذي يكون مقروناً بالحكمة والموعظة الحسنة والتأمل والاستبصار، بمعنى آخر إن الخطاب الفصل والرصين هو الذي يلتزم بالحكمة والمجادلة والتي هي أحسن وبالتدقيق والتدبر الرصين، فيرتقي بذلك مدلول مصطلح "الخطاب" من مستوى الدلالة على المراجعة والمحاورة والإفهام إلى مستوى وضع الأمور في نصابها وتدبيرها بحكمة وتدبر وبما يجب أن يكون، كي يتبدى وجه الحق وتظهر الحقيقة وتتضح الرؤية ويكون لكل مقام مقال.

ومن مدلولات "الخطاب" على المستوى الاصطلاحي يتبين لنا أيضاً أن المصطلح قد اكتسب معان جديدة وانفتح على آفاق فكرية وأبعاد رمزية ومدارك أخرى مهمة، من ذلك أنه أضحى في السياق الفلسفي دالاً على المنهاج الذي يتسم به الفرد، فخطاب مفكر أو فيلسوف ما هو بالضرورة تعبير عن منهجه، وقد يكون متوائماً مع فكر أو منهج فيلسوف آخر أو مخالفاً له، وفي السياق السياسي أمسى "الخطاب" دالاً على المضمون الإيديولوجي والعقيدة السياسية وعلى الاختيار الحزبي أو المذهبي الذي يؤمن به السياسي، وفي السياق الثقافي والإعلامي بات المصطلح دالاً على نمط فكري معين، وعلى ثقافة معينة، وعلى اتجاه تبنته الأطراف التي صنعته وحددت خصائصه وبلورت ملامحه.

وإذا أردنا تبين مفهوم التسمية كاملة وأبرز أهدافها بعد إضافة عنصري "الإسلامي" و"المعاصر" للخطاب، يتجلى لنا أن المقصد من "الخطاب الإسلامي المعاصر" هو الأسلوب أو الوسيلة التي يعتمدها المسلم في مخاطبة الآخر من أجل التواصل ونقل الأفكار والتصورات ذات المنحى أو المرجعية الإسلامية، وهو يعني أيضاً المنهاج أو الطريقة المعتمدة لإبلاغ الفكرة والتصور والمبدأ للآخر القريب والبعيد، وذلك باستخدام وسائل التواصل والإعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية والشبكية العنكبوتية وغيرها. وعلى هذا الأساس يمكن اعتبار الخطاب الإسلامي المعاصر أسلوب المسلم اليوم في الدعوة والتبليغ والتواصل، وهو يستند في ذلك إلى مرجعيتي الكتاب والسنة وإلى سائر الفروع الإسلامية الأخرى من ناحية، ويحاول مواكبة المستجدات واستيعاب المتغيرات من ناحية أخرى أيضاً، بما أنه نمط تواصل التزم بمنهج الإسلام والمعاصرة معاً في منطلقاته ومبناه ومراميه، وفي إدارة الواقع والتعاطي مع مختلف مجالاته الفكرية والثقافية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها. وهو إضافة إلى ذلك يعبر أو يعكس الإنتاج المعرفي للمسلمين حول الله والإنسان والكون.

الخطاب الإسلامي ومنهج العقلنة

إنه لمن المهم التذكير بدءاً بأننا نقصد بعقلنة الخطاب الإسلامي المعاصر تلك المحاولات التي تروم القراءة أو التعامل مع النصوص والخطابات تعاملًا نقدياً واعياً يحكم العقل والسؤال، ويبحث عن ضمنيّات القول وخلفياته، ويحاول أن يحدّد المنطلقات والمناهج

⁹ الكلام الذي لا يقصد به إفهام الآخر لا يسمى خطاباً .

والغايات تحديدا واقعا بعيدا عن الدغمائية والضبائية وعدم الوضوح، تحديدا يصبو إلى مراعاة الموضوعية والحيادية وينأى عن الذاتية والانفعالية والانطباعية، وهذه المعالجة أو المنهج هو الأسلوب المعتمد في الحقيقة في مرحلتي الإنتاج والتقييم أي إنتاج الخطاب في مستوى أول وتقييمه في مستوى ثان على حد سواء.

ولا ريب أن هذا المنهج أو الأسلوب العقلاني في التعامل مع النصوص والخطابات وحتى قضايا الواقع المعيش هو أسلوب قديم في الحقيقة ظهر في المحيط أو في التاريخ الإسلامي منذ البواكير الأولى، وذلك مقابل فهم تقليدي مخالف يروم معالجة الواقع والنصوص والخطابات والتعامل معها اعتمادا على المأثور والنصوص التقليدية دون سواها إيمانا منه بصلوحيتها وجودها ومواكبتها للأحداث، فضلا عن موافقتها وقربها للحق والحقيقة.

ولعل من أهم الدلائل على تجذر هذا المنحى أو المنهج العقلاني في المحيط الإسلامي يتبدى في تلك النصوص الدينية المؤسسة أي الآيات القرآنية والحديثية الداعية إلى التأمل والنظر والتدبر والتفكير الرصين وإلى إيلاء العقل¹⁰ المكانة التي يستحق قال تعالى: " أَفَلَا يَتَذَكَّرُونَ الْفُرْآنَ أَمْ عَلَى قُلُوبٍ أَقْفَالُهَا"¹¹، وقال تعالى: " أَفَلَا يَنْظُرُونَ إِلَى الْإِبِلِ كَيْفَ خُلِقَتْ وَإِلَى السَّمَاءِ كَيْفَ رُفِعَتْ وَإِلَى الْجِبَالِ كَيْفَ نُصِبَتْ وَإِلَى الْأَرْضِ كَيْفَ سُطِحَتْ فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ لَسْتَ عَلَيْهِمْ بِمُصَيِّرٍ إِلَّا مَنْ تَوَلَّى وَكَفَرَ فَيُعَذِّبُهُ اللَّهُ الْعَذَابَ الْأَكْبَرَ إِنَّ إِلَيْنَا إِيَابَهُمْ ثُمَّ إِنَّ عَلَيْنَا جِسَابَهُمْ"¹²

وجاء عن عمر أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: «مَا اكْتَسَبَ رَجُلٌ مَا اكْتَسَبَ مِنْهُ فَضْلٌ يَهْدِي صَاحِبَهُ إِلَى هُدًى، وَيُرُدُّهُ عَن رَدًى، وَمَا تَمَّ إِيمَانُ عَبْدٍ وَلَا اسْتِقَامَ دِينُهُ حَتَّى يَكْمَلَ عَقْلُهُ"¹³. وعن عباد بن عباد الخواص الشامي أبي عتبة، قال: «أما بعد، " اعقلوا، والعقل نعمة، فرب ذي عقل، قد شغل قلبه، بالتعمق فيما هو عليه ضرر، عن الانتفاع بما يحتاج إليه حتى صار عن ذلك ساهيا، ومن فضل عقل المرء، ترك النظر فيما لا نظر فيه، حتى لا يكون فضل عقله، وبألا عليه في ترك منافسة من هو دونه في الأعمال الصالحة..."¹⁴

إن مكانة العقل في النصوص الدينية إذن هي مكانة مميزة باعتبارها الملكة الموجهة للإنسان والتي على أساسها يتم اختيار الفعل في الحياة الدنيا، ويكون الجزاء والمصير يوم القيامة. أما إذا رصدنا حضور المنزع العقلي لدى علماء الكلام والمفكرين والفلاسفة فإننا نلقى فرقة المعتزلة¹⁵ من الفرق الأساسية المعتمدة لهذا المنهج، ولأسلوب التدبر والنقد في القراءة والفهم والتأويل وفي الإنتاج والإبداع، ومن الفرق الحاملة لراية التفكير الحر، والمناهضة للجمود والتقليد والإتباع، وقد أسهموا في ذلك إسهاما واسعا في التاريخ الإسلامي، إسهاما كان له أثره على مستوى إبداع الفكر الإسلامي وتطوره، فضلا عن بناء الحضارة وتشديد معالمها، وعلى مستوى التنويه بمكانة العقل والرفع من شأنه وترسيخ حرية التفكير، يقول الإمام محمد أبو زهرة في كتابه تاريخ المذاهب الإسلامية في هذا الشأن أيضا: "كانوا يعتمدون في الاستدلال لإثبات العقائد على القضايا العقلية إلا فيما لا يعرف إلا بالعقل، وكانت تقتهم بالعقل، لا

¹⁰ لم ترد كلمة عقل في القرآن الكريم، بل وردت باشتقاقاتها في تسعة وأربعين موطنا، انظر محمد فؤاد عبدالباقي: المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم، دار الحديث القاهرة 1988م مادة عقل، ص: 468، 469

¹¹ محمد: 24

¹² الغاشية: 17-26

¹³ بغية الباحث عن زوائد مسند الحارث لابن أبي أسامة (المتوفى: 282هـ)، كتاب الأدب، باب ما جاء في العقل، حديث رقم:

813

¹⁴ سنن الدارمي (المتوفى: 255هـ)، المقدمة، رسالة عباد بن عباد الخواص الشامي، حديث رقم: 675

¹⁵ هي الفرقة الإسلامية التي تبنت الأصول الخمسة (التوحيد-العدل-الوعد والوعيد-المنزلة بين المنزلتين-الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر) أصولا لها في الاعتقاد والتفكير والتعامل، ولقد برز القاضي عبدالجبار سبب اعتمادهم واقتصرهم على هذه المبادئ الخمسة فقال: " لا خلاف أن المخالفين لنا لا يعدون أحد هذه الأصول. ألا ترى أن خلاف الملحدة والمعتلة، والدهرية، والمشبهة - قد دخل في التوحيد - وخلاف المجبرة بأسرهم دخل في باب العدل - وخلاف المرجئة داخل في باب الوعد والوعيد - وخلاف الخوارج داخل تحت المنزلة بين المنزلتين وخلاف الإمامية داخل في باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر" شرح الأصول الخمسة، تحقيق عبدالكريم عثمان، مكتبة وهبة طبعة سنة 1996م، ص: 124

يحدوها إلا احترامهم لأوامر الشرع فكل مسألة من مسائلهم يعرضونها على العقل، فما قبله أقروه وما رفضه رفضوه، وقد سرى إليهم ذلك النحو من البحث العقلي:

- 1- من مقامهم في العراق وفارس، وقد كانت تتجاوب فيهما أصداء لمدينيات وحضارات قديمة.
- 2- ومن سلانهم غير العربية إذ كان أكثرهم من الموالي.
- 3- ولسريان كثير من آراء الفلاسفة الأقدمين إليهم لاختلاطهم بكثير من اليهود والنصارى وغيرهم، ممن كانوا حملة هذه الأفكار ونقلها إلى العربية.

وكان من آثار اعتمادهم المطلق على العقل أنهم كانوا يحكمون بحسن الأشياء وقبحها عقلا، وكانوا يقولون: المعارف كلها معقولة بالعقل واجبة بنظر العقل، وشكر المنعم واجب قبل ورود السمع، والحسن والقبح صفتان ذاتيتان للحسن والقبح، ولقد قال الجبائي من شيوخهم: كل معصية كان يجوز أن يأمر الله سبحانه بها فهي قبيحة للنهي، وكل معصية لا يجوز أن يبيحها الله سبحانه فهي قبيحة لنفسها كالجهل به والاعتقاد بخلافه، وكذلك كل ما جاز إلا أن يأمر الله سبحانه به فهو حسن للأمر به، وكل ما لم يجز إلا أن يأمر الله به فهو حسن لنفسه.¹⁶

لقد كان المعتزلة فلاسفة الإسلام حقا أعلوا من شأن العقل ونوهوا بمنهاجه وحرصوا على تطبيق قوانينه وبديهياته وواجباته وقبائحه ومحسناته¹⁷، في كل القضايا العقديّة والفكرية التي عالجوها، وكانوا بذلك من الفاعلين الأساسيين الذين رفعوا الفكر الإسلامي إلى مراتب حقيقة بالاهتمام والتقدير والاعتبار، يقول إجناس جولد زيهير في هذا الشأن في كتابه العقيدة والشريعة في الإسلام تاريخ التطور العقدي والتشريعي في الدين الإسلامي: "ونحن لا نستطيع نكران أنه كان لنشاط المعتزلة نتيجة ناعمة، فقد ساعدوا في جعل العقل ذا قيمة حتى في مسألة الإيمان، وهذا هو الفضل الذي لا يجحد، والذي له اعتباره وقيّمته، والذي جعل لهم مكانا في تاريخ الدين والثقافة الإسلامية، ثم إنه برغم كل الصعوبات التي أثارها مذهبهم، وكل ما أنكروه على خصومهم، فإن حق العقل قد انتصر على إثر كفاحهم بنسبة صغيرة أو كبيرة، حتى في الإسلام السني، ولم يكن هينا بعد هذا إبعاده تماما"¹⁸.

المنهج العقلي كان حاضرا أيضا في الفكر الإسلامي حتى لدى الفقهاء والذين يعرفون عادة بالتمسك بالنص باعتباره الحاوي لمعطيات الحقيقة، ولعل ذلك يتجلى في حركة الاجتهاد وأنواعه من قياس واستحسان واستصحاب وغيره. فأبو حنيفة النعمان (ت150هـ) مثلا أسس مدرسة الرأي في الكوفة واستوعب مستجدات العصر وما انبجس للناس من قضايا بمنهج عقلي تجديدي خاصة في ظل وجود الوضع في الحديث وعدم وجود الأحكام اللازمة لما جدّ من مسائل في المصادر التشريعية الأساسية، يقول عنه الذهبي (ت748هـ) في سير أعلام النبلاء: "وَأَمَّا الْفَقْهُ وَالنَّدَقِيُّ فِي الرَّأْيِ وَغَوَامِضِهِ، فَلَيْلِيهِ الْمُتَّهَى، وَالنَّاسُ عَلَيْهِ عِيَالٌ فِي ذَلِكَ"¹⁹، والشافعي (ت204هـ) كان معتمدا للمنهج العقلي في الردود والجدل والمناظرة وقد أسس علم أصول الفقه الذي يعتبر اللبنة الأولى للاجتهاد الفقهي والمجلى الواضح للاجتهاد العقلي أيضا، جاء في هذا السياق عن أبي محمد عبد الرحمان التميمي الحنظلي الرازي ابن أبي حاتم (المتوفى:

¹⁶ أبو زهرة (محمد): تاريخ المذاهب الإسلامية في السياسة والعقائد وتاريخ المذاهب الفقهية، دار الفكر العربي القاهرة، ص: 123، انظر أيضا: الملل والنحل للشهرستاني، دار الكتب العلمية بيروت 38/1، ومقالات الإسلاميين واختلاف المصلين للأشعري تصحيح: هلموت ريتز نشر: دار فرانز شتاينز، بمدينة فيسبادن (ألمانيا) الطبعة: الثالثة، 1400 هـ - 1980 م، ص: 356

¹⁷ انظر: المغني في أبواب التوحيد والعدل للقاضي عبد الجبار، وزارة الثقافة والإرشاد القومي مصر 1965-1960م، 174-151/14

¹⁸ جولد زيهير (إجناس): العقيدة والشريعة في الإسلام تاريخ التطور العقدي والتشريعي في الدين الإسلامي ترجمة محمد يوسف موسى وعلي حسن عبدالقادر وعبد العزيز عبدالحق، مطبعة دار الكتاب العربي بمصر، نشر دار الكتب الحديثة بمصر ومكتبة المتنى ببغداد، الطبعة الثانية، ص: 120

¹⁹ الذهبي: سير أعلام النبلاء، مؤسسة الرسالة الطبعة الثالثة، 1405 هـ / 1985 م، 392/6

327هـ) في كتابه آداب الشافعي ومناقبه: "قَالَ الْحُمَيْدِيُّ: كُنَّا نُرِيدُ أَنْ نَرُدَّ عَلَى أَصْحَابِ الرَّأْيِ، فَلَمْ نُحْسِنْ كَيْفَ نَرُدُّ عَلَيْهِمْ، حَتَّى جَاءَنَا الشَّافِعِيُّ، فَفَتَحَ لَنَا"²⁰.

أما الفلاسفة المسلمون فكان مناهجهم أيضا عقليا نتيجة لما آمنوا به من قيمة للعقل والبرهان، ونتيجة لتأثرهم أيضا بالمنطق والفلسفة اليونانية واعتمادها الكلي على مبدأ العقل وأحكامه وبديهيته، فكان أن ظهر الكندي والفارابي وابن سينا والغزالي وابن رشد والسهورودي وابن سبعين وغيرهم كثير، حملوا جميعا لواء العقل ونادوا به شعارا ومنهجا للرفق والمعالجة الفكرية، وكانت أبرز القضايا التي عالجوها تتبدى في مشكلة إثبات وجود الله، وصفاته ووجود العالم أحداث هو أم قديم؟ ومشكلة النفس الإنسانية، وهل هي موجودة وخالدة أم فانية؟ يقول دي بور في هذا السياق وإن كان جائرا في حكمه إذ يخس حق الفلاسفة المسلمين من الإبداع الفكري والتميز الفلسفي يقول: ".ونكاد لا نستطيع أن نقول إن هناك فلسفة إسلامية بالمعنى الحقيقي لهذه العبارة ولكن كان في الإسلام رجال كثيرون لم يستطيعوا أن يردوا أنفسهم عن التفلسف، وهم إن اتشحو برداء اليونان فإن رداء اليونان لا يخفي ملامحهم الخاصة."²¹.

هذا ولم يكن المنزع العقلي في التعامل النصوص ومعالجة الأفكار والتصورات حكرا على المدارس الكلامية والفلسفية فحسب، بل كان موجودا في السياقات التفسيرية للكتاب العزيز وفي الفهوم التي تروم استنتاج النص وتقريبه إلى مستوى الفهم والقبول، وكفي أن نشير في هذا المقام إلى مدرسة التفسير بالرأي بغض النظر عن اتجاهها المحمود والمذموم يقول الزركشي (ت794هـ) في هذا المقام: "كتاب الله بحر عميق وفهمه دقيق لا يصل إلى فهمه إلا من تبحر في العلوم وعامل الله يتقواه في السر والعلانية وأجله عند موافق الشبهات واللطائف والحقائق لا يفهمها إلا من ألقى السمع وهو شهيد فالعبارات للغموم وهي للسمع، والإشارات للخصوص وهي للعقل واللطائف للأولياء وهي المشاهد، والحقائق للأنبياء وهي الاستسلام وللكل وصف ظاهر وباطن وحد ومطلع فالظاهر اللآلؤ والباطن الفهم والحد الحكام الحلال والحرام والمطلع أي الإشراف من الوعد والوعيد فمن فهم هذه الملاحظة بان له بسط الموازنة وظهر له حال المعانيه"²²، ويقول الزرقاني (ت1367هـ) في الموضوع ذاته: "فالتفسير بالرأي الجائر يجب أن يلاحظ فيه الاعتماد على ما نقل عن الرسول صلى الله عليه وسلم وأصحابه مما ينير السبيل للمفسر برأيه وأن يكون صاحبه عارفا بقوانين اللغة خبيرا بأساليبها وأن يكون بصيرا بقانون الشريعة حتى ينزل كلام الله على المعروف من تشريعه. أما الأمور التي يجب البعد عنها في التفسير بالرأي فمن أهمها التهجيم على تبيين مراد الله من كلامه على جهالة بقوانين اللغة أو الشريعة ومنها حمل كلام الله على المذاهب الفاسدة ومنها الخوض فيما استأثر الله بعلمه ومنها القطع بأن مراد الله كذا من غير دليل ومنها السير مع الهوى والاستحسان ويمكن تلخيص هذه الأمور الخمسة في كلمتين هما الجهالة والضلالة."²³.

أما أهم كتب التفسير بالرأي فقد ذكر الزرقاني (ت1367هـ) في هذا الصدد تسعة كتب هي: "1- الإمامان الجليلان جلال الدين محمد المحلي وجمال الدين عبد الرحمن السيوطي وهما صاحبا التفسير المعروف بتفسير الجلالين. 2- الإمام البيضاوي ناصر الدين بن سعيد صاحب التفسير المسمى أنوار التنزيل وأسرار التأويل. 3- الإمام فخر الدين الرازي محمد ابن العلامة ضياء الدين عمر المشهور بخطيب الري صاحب التفسير المسمى مفاتيح الغيب. 4- أبو السعود محمد بن محمد بن مصطفى الطحاوي صاحب التفسير المسمى إرشاد العقل السليم إلى مزايا القرآن الكريم. 5- العلامة شهاب الدين الألوسي صاحب التفسير المسمى روح المعاني. 6-

²⁰ أبو محمد عبد الرحمن بن محمد بن إدريس بن المنذر التميمي، الحنظلي، الرازي ابن أبي حاتم: آداب الشافعي ومناقبه، تحقيق: عبد الغني عبد الخالق، نشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان الطبعة: الأولى، 1424 هـ - 2003 م، ص: 32

²¹ دي بور: تاريخ الفلسفة في الإسلام، تحقيق محمد عبدالهادي أبو ريده، الدار التونسية للنشر، المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر، ص: 71
²² الزركشي (أبو عبد الله بدر الدين محمد بن عبد الله بن بهادر): البرهان في علوم القرآن، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم دار إحياء الكتب العربية عيسى البابي الحلبي وشركائه، الطبعة: الأولى، 1376 هـ - 1957 م، 154/2

²³ الزرقاني (محمد عبد العظيم) مناهل العرفان في علوم القرآن نشر: مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه الطبعة: الطبعة الثالثة، 50/2

نظام الدين الحسن محمد النيسابوري صاحب التفسير المسمى غرائب القرآن و غرائب الفرقان.7 - العلامة الشيخ محمد الشربيني الخطيب صاحب التفسير المسمى السراج المنير في الإعانة على معرفة كلام ربنا الخبير.8 - أبو البركات عبد الله بن أحمد بن محمود النسفي صاحب التفسير المسمى مدارك التنزيل وحقائق التأويل.9 - علاء الدين علي بن محمد بن إبراهيم البغدادي صاحب التفسير المعروف بتفسير الخازن..²⁴.

إن ما يمكن الخلوص إليه من خلال هذا الرصد أو المتابعة لحضور المنزع العقلي في في مختلف المجالات أن منهج العقلنة هو منهج أساسي في الفكر الإسلامي ولا يمكن جرده أو تجاهله، علماً أن آلية العقلنة هي التي مكنته من الاستمرارية والتطور، ومن تفادي الصدام والاهتزاز والتناقض والاضطراب، وهي من جهة أخرى وإن كان ذلك سلبية فيه جعلته لا يرى غير العقل سبيلاً للحق والحقيقة.

أما أبرز الدوافع والاعتبارات التي دفعت رواد هذا المنزع إلى اختيار هذا النهج من التفكير والفهم تنبؤياً أساساً في: - **الإيمان بالعقل**: يؤمن تيار العقلنة بأن المنهج العقلاني هو السبيل الأمثل لمعالجة الأشياء وقراءتها وفهمها وتقييمها، إذ العقل نور شرف الله تعالى به الإنسان، وميزه به عن غيره من الكائنات، وبه يهتدي المرء إلى طريق الخير والإيمان ويتجنب طريق الزيغ والضلال، وبواسطته أيضاً يتأمل في النفس وفي الأفق، ويصل إلى إثبات الحقيقة والإيمان، علماً أنّ الإيمان بالعقل وبقدرته على الفهم والإبداع لا يعني تجاوز النصوص والاستقلال عن وحي الأنبياء وتعاليمهم، وإنما العقل مكمل للنص، ولا قيمة لأحدهما في غياب الآخر، وقد قال الغزالي سابقاً في سياق بيان هذا الترابط والتكامل بين العنصرين: "فالعقل كالسراج والشَّرْع كالزيت الذي يمدّه فما لم يكن رَيت لم يحصل السراج وما لم يكن سراج لم يضيء الرَيت وعلى هذا نبه الله سبحانه بقوله تعالى الله نور السموات والأرض إلى قوله "نور على نور" فالشرع عقل من خارج والعقل شرع من داخل وهما متعاضان بل متحدان ولكون الشرع عقلاً من خارج سلب الله تعالى اسم العقل من الكافر في غير موضع من القرآن نحو قوله تعالى: "صم بكم عمي فهم لا يعقلون" ولكون العقل شرعاً من داخل قال تعالى في صفة العقل "فطره الله التي فطر الناس عليها لا تبديل لخلق الله ذلك الدين القيم" فسمى العقل ديناً ولكونهما متحدين قال "نور على نور" أي نور العقل ونور الشرع²⁵.

- **التأثر بالفلسفة اليونانية**: من أهم الأسباب التي أدت إلى الإشادة بالعقل والتنويه بمنهجه القويم في القراءة والمعالجة والتقييم هو تأثر التيار العقلاني في المحيط الإسلامي بالفلسفة اليونانية، وحرصه على اعتماد المقولات الفلسفية وكذلك المنطق الأرسطي وغير ذلك من المناهج الفكرية الإيجابية خاصة بعد ازدهار حركة الترجمة، وانتشار الثقافات الدخيلة في المحيط الإسلامي.

- **الإيمان بجدوى المنطق**: لم تكن الفلسفة اليونانية المؤثر الوحيد في التيار العقلاني وإنما كان المنطق الأرسطي باعتباره علماً رصينا يهتم بالقواعد العامة للتفكير الصحيح وباعتباره أيضاً كما قال الجرجاني (ت816هـ) "آلة قانونية تعصم مراعاتها الذهن عن الخطأ في الفكر، فهو علم عملي آلي، كما أن الحكمة علم نظري غير آلي"²⁶ حاضراً بقوة في هذا السياق نتيجة لما حمله من مقولات وبديهيات ومن قوانين وقواعد تعصم المرء من الوقوع في الزلل، ونتيجة أيضاً لما قرره من دقة وترتيب واستنتاج حكيم، أي لما قرره من خطوات دقيقة ومضبوطة تعصم الباحث وتنبير له درب الوصول إلى الحقيقة، فلا غرابة حينها من الميل إلى هذا المسار واعتماده طريقة في التفكير ومنهجاً في المعالجة.

- **تهافت المناهج المضادة**: إن الإقتصار على منهج واحد في معالجة الأفكار واستنتاج المفاهيم هو عمل يبدو بعيداً عن الرصانة والترشد، كما أن المسارات المخالفة للمنهج العقلي لم تحقق في الحقيقة النجاح المنتظر ولا التطور الملموس، ولا الاستيعاب لمختلف

²⁴ الزُّرقاني (محمد عبد العظيم) مناهل العرفان في علوم القرآن 65/2

²⁵ الغزالي: معارج القدس في مدارج معرفة النفس، نشر دار الآفاق الجديدة - بيروت الطبعة: الثانية، 1975، ص:

التيارات المخالفة، فكانت في مختلف معالجاتها أحادية التصور والنظرة ضيقة الأفق والاستيعاب، منغلقة على ذاتها دغمائية في المفهوم، ومن ثمة كانت النتائج متهافتة، وضيقة الأفق والأبعاد.

- **الوحي والحسن داعمان للمنهج العقلي:** إن منطوق النصوص الوحيية وما يفرزه الحس من نتائج كلها تؤكد على أهمية العقل وعدم إمكان الاستغناء عنه، وعليه فإن من دواعي اختيار هذا المسار أو المنهج هو ما يدعو إليه الوحي ذاته فضلا عن ما تثبته التجربة والحواس من حقائق وتأكيدات قال العزيز الحكيم: "أَوْ مَنْ كَانَ مَيْتًا فَأَحْيَيْنَاهُ وَجَعَلْنَا لَهُ نُورًا يَمْشِي بِهِ فِي النَّاسِ كَمَنْ مَثَلُهُ فِي الظُّلُمَاتِ لَيْسَ بِخَارِجٍ مِنْهَا"²⁷.

- **القراءة الموضوعية للتاريخ والواقع يجب أن تعتمد المنهج العقلاني ضمن المناهج المعتمدة:** إن المنهج الموضوعي والمترشد هو الذي يأخذ المنهج العقلي بعين الاعتبار في قراءته التاريخ والواقع، وذلك لما يتيح هذا الأسلوب من آليات وأدوات تمكن الباحث من فتح آفاق معرفية مهمة لا يمكن التغاضي عنها، ولا يمكن اكتشافها بعين لا ترى إلا من زاوية واحدة.

الخطاب الإسلامي ومنهج التقديس

إن مدلول هذا المنهج التقديسي يتبدى أساسا في إضفاء القداسة والشرعية على الفكرة والتصوير إضفاء يبعد كل تفكير أو نقد أو تمحيص أو تدبير، سواء أتم ذلك بدليل أو بغير دليل، بمعنى آخر إن صاحب هذا المنهج التقديسي يعتبر نفسه المالك الأوحد للحقيقة، والحقيقة في نظره مطلقة، ولا يجوز تنسيبها أو رفضها والتشكيك فيها، ومن ثمة ينتقل الأمر حقا من جهة إلى تعطيل حركة تفكير المتلقي فيمسي بذلك مقبلا لا متبصرا، متأثرا لا مؤثرا، أي إلى نمط من الدغمائية والضبابية وعدم وضوح الرؤية، ومن جهة أخرى إلى نمط من التفكير التسلسلي يرفض كل نتوء أو كل رؤية تبدو معارضة ورافضة لما تم إقراره وتنزيله، والأدهى والأمر أن الأمر ينتقل أو يصل إلى حد اعتماد الإقصاء والتكفير وفرض الطاعة وعدم التساؤل والتلمل، إنه بهذا التصور والأسلوب يروم المنهج التقديسي تقديم نفسه وبناء سياج دغمائي مغلق للخطاب الديني، بناء يجعل من كل تصور أو منهاج مخالف تصورا معاديا وحاقدا يجب إقصاؤه وإبعاده.

إضافة إلى ذلك فإن مجال بحث هذا المنزع أو المنهاج التقديسي عادة ما يكون مرتبطا بالدين وبالرموز والمقدسات وبذلك يكتسب شرعية إضافية يصعب نقضها وعدم استساغتها لدى المؤمنين بها، أو بالأحرى يكتسب قداسة من طبيعة الموضوع المطروق، وهو ما يجعل من مجال البحث في هذا السياج أمرا عصيا يتطلب الحذر والترشد والتريث وعدم التسرع نتيجة المزالق والمحاذير المصاحبة.

هذا ولم يكن تاريخ الخطاب الإسلامي خلوا في الحقيقة من منهج التقديس منذ البواكير الأولى لتبلوره ونشأته، خاصة وأنه وُلد أو وُجد في ظل منظومة فكرية ومنهجية تولى للنص الاعتبار والتقدير الكبيرين، وتجعل منه المصدر الأساسي للحقيقة ولا يمكن رده أو التعقيب عليه، وإن كان العقل عندها له أهميته النسبية، ولكن لا يجب أن يتجاوز حده ومستواه في منظورها، بل عليه أن يكون أداة لتقبل المعارف ونقلها إلى مستوى الممارسة والتنفيذ لا غير، أي أداة يمكن توظيفها في سياق المنهج التقديسي لا أن تكون ملكة مستقلة للتفكير والإبداع.

مع العلم أن هذا المنهج التقديسي له جملة من الشواهد والمدعمات من بينها: قوله تعالى: "فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ"²⁸، وما جاء عن القاسم بن محمد، أَنَّ أَبَا بَكْرٍ الصِّدِّيقَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: "أَيُّ سَمَاءٍ تُطْلَنِي، وَأَيُّ أَرْضٍ تُقْلَنِي إِذَا قُلْتُ فِي كِتَابِ اللَّهِ بِرَأْيِي"²⁹.

27 الأنعام: 122

28 الأنبياء: 7

29 البيهقي: شعب الإيمان، كتاب تعظيم القرآن، فصل في ترك المماراة في القرآن، حديث رقم: 2082

هذا وإذا أردنا رصد حضور هذا الخطاب التقديسي في مختلف المحطات الفكرية لتاريخ الفكر الإسلامي، فإننا نسجّل في الواقع حقيقة أساسية مفادها أنّ الخطاب الإسلامي عموماً لم تخل فترة من فتراته الطويلة من وجود منهجين أو نمطين من التفكير أحدهما يروم العقلنة والنقد والتجديد والإبداع، وثانيهما يميل إلى التقديس وتغليب الخير والأثر والإتباع، وعليه فإذا كنا نتحدث عن المعتزلة مثلاً بوصفهم أرباب الجدل ومؤسسي علم الكلام، ومناصري المنهج العقلي في الإسلام والذين لهم الفضل الكبير في المنافحة عن الإسلام ضد أهواء الملل والنحل، فإننا لا يمكن أن نتغاضى في الوقت ذاته عن منهج آخر مخالف ومعاصر للمعتزلة لعلّ أبرز ممثليه هم الحنابلة الذين كانوا متمسكين بالمنهج النصّي وبالفهم الظاهري تمسكاً أدى بهم إلى التصادم مع المعتزلة أهل الجدل والرأي زمن المأمون (170-218هـ) بالخصوص، ولعلّ المحنة (محنة خلق القرآن) التي مرّ بها أحمد بن حنبل (ت 241هـ) خير مثال على ذلك.

أما في مجال التفسير وعلوم القرآن فإن المنهج التقديسي كان متوشحاً بجلباب التفسير بالمأثور والرواية قال الزرقاني (المتوفى: 1367هـ) في هذا المقام: "هو ما جاء في القرآن أو السنة أو كلام الصحابة بيانا لمراد الله تعالى من كتابه"³⁰، وفي مجالي الحديث والفقاه كان المنهج التقديسي حاضراً في أنساق مدرسة أهل الحديث والتمسك باجتهادات الصحابة والتابعين، يقول دي بور في هذا الصدد في كتابه تاريخ الفلسفة في الإسلام: "ولكن لما بدأ الناس يعرضون عن الرأي بالتدريج بعد أن أصبح تعلّة لأحكام تقوم على الهوى قوي مذهب القائلين بوجود الرجوع في كل شيء إلى الحديث المبيّن للسنة النبوية، فجمعت الأحاديث من كل صوب، وأولت بل وضع الكثير منها وقّرت قواعد يعتمد عليها في تمييز صحيح الأحاديث من موضوعها، وكانت هذه القواعد تُعنى بسند الحديث وموافقتة للغرض الذي يستشهد به فيه أكثر مما تُعنى بسلامة الحديث من التناقض المنطقي أو بصحة نسبته للنبي، وكان من أثر هذا التطور أن ظهر فريقان فريق أهل الرأي وأكثر ما يكونون في العراق، وفريق أهل الحديث أو أهل المدينة."³¹.

أما الدوافع التي تجعل من هذا الخطاب تقديسياً ومتخيلاً أنّه مكتسب للإجلال وللشريعة ولنمط من التصوّر المتعالي فتنبّدي أساساً في:

- الإيمان بجدوى المنهج التقديسي، أي الإيمان بأن تقديس الأفكار وإجلال الفهوم هو السبيل الأمثل للإقناع والقبول وترسيخ شرعية الوجود، بدلا عن العقلنة والتفلسف وإخضاع القضايا عموماً والدينية منها بالخصوص إلى فهوم بشرية محدودة، فضلا عن أن ذلك التقديس هو مدخل أو باب مهمّ لتجنّب النقد والوان التجريح والتأويل ودفع أطروحات الردّ والرفض والتمرد وعدم الطاعة.
- رغبة الإنسان العيش في المقدس: قال مرسيا إلباد في هذا السياق: "ولكن بما أن الإنسان المتديّن لا يستطيع العيش إلا في مناخ مشبع بالقداسة فإنه يجب علينا انتظار عدد من التقنيات لتكريس المكان، ولقد رأينا أن المقدس هو الحقيقيّ بامتياز وهو في آن واحد قوة وفاعلية ومصدر حياة وخصب، إن رغبة الإنسان المتديّن بالعيش في المقدس تعادل في الواقع رغبته في أن يقيم نفسه في حقيقة موضوعية وأن لا يترك نفسه مشلولاً بالنسبية دون هدف التجارب الشخصية الصرفة وللعيش في عالم حقيقيّ وفعال، ولكنّه بصورة خاصة واضح في رغبة الإنسان المتديّن لأن يتحرّك في عالم مقدّس أي في مكان مقدّس."³²
- الاستناد إلى شرعية النصّ الوحيي وتوظيف الشواهد بحسب الخلفية والغاية المقصودة، أي أن صاحب هذا المنهج التقديسي يعتبر النصّ الوحيي ملكاً له وحده وهو سنده الرئيس، فضلا عن كونه المخوّل الوحيد لترجمته والإفصاح عنه، وهو الوحيد القادر على فهمه، وبهذا فإن ما يقوله ويصدر عنه هو شرعيّ ومقدّس، وله القوة وأحقية الوجود.
- عدم التفرقة بين النصّ الديني المقدّس وبين الخطاب البشري، أي بين النصوص الوحيية المتعالية عن التبدّل والتغيّر، وبين الفهوم البشرية التي تخضع لمعياري الزمان والمكان وإكراهات التغيّر والتبدّل، ومن ثمة يصل الأمر إلى الخلط وسوء الفهم والتداخل بين سلوكات المتديّنين وبين حقيقة الدين ذاته.

³⁰ الزرقاني (محمد عبد العظيم): مناهل العرفان في علوم القرآن، 12/2

³¹ دي بور: تاريخ الفلسفة في الإسلام، ص: 80

³² إلباد (مرسيا): المقدّس والمدنّس، ترجمة عبدالهادي عباس المحامي، دار دمشق للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 1988، ص: 30

- الإيمان بعجز العقل وبمحدوديته، وعدم إمكانه إدراك المعارف والحقائق العليا والباطنية بما أنه في نظرهم "عاجز ولا يدلّ إلا على عاجز مثله"³³، وهو كما يقول ابن عطاء "آلة للعبودية لا للإشراف على الربوبية"³⁴، وعليه لا يمكن الاطمئنان إليه في فهم الوحي واستنتاج النصوص، ولا الاطمئنان أيضا لكلّ المسارات العلمية التي أنتجها العقل وكان له الدور الفاعل فيها كالفلسفة والمنطق وغيره.. ولعلّه من هذا الباب تفسّر العداوة القائمة بين المنهج التقديسي ومسارات العقلنة والتفلسف والتمنطق، يقول مصطفى حلمي في هذا السياق: "..واتضحت الفجوة الثقافية بين الحضارتين عندما وقف علماء السنة سداً منيعاً في وجه الفلسفة اليونانية المعبرة عن غزو ثقافي مضاد للعالم الإسلامي حينذاك، وفي التناذب والمعارضة لآثار اليونان الفلسفية، ظهرت المعارضة الشديدة بواسطة علماء السنة والجماعة، وربما شكلت آثار المعارضة للفلسفة اليونانية آثارها في صفحات الكتب وكانت أحد عوامل ظهور الأفكار والاصطلاحات المترجمة كالجوهر الفرد والحدوث والقدم، فضلا عن آثار المنطق الأرسططاليسي، وردود الفعل التي أحدثها بين الأخذين به كالغزالي وغيره من بعض علماء الفقه، والمعارضين له كابن تيمية ومن سبقه من علماء السنة والحديث الذين أعلنوا (أنه من تمنطق ترندق)..³⁵

- احتكار الحقيقة الدينية: إن صاحب المنهج التقديسي يؤمن بأن الحقيقة هي ما يحوزه ويمتلكه، استنادا إلى حوزة فهم النص وترجمة مضمونه ومحتواه، ومن ثمة فإن كل مخالفة له وفهمه ومنهاجه وتصوّره، هو مخالفة للنص ذاته ولقدسيته وشرعيته، ولعلّ هذا المسار هو ما فعله أرباب الكنيسة في القرون الوسطى بالخصوص إذ استحوذوا على فهم الكتاب المقدس وحرّموا من يقرؤه بغير اللاتينية، واعتبروا ذلك حقاً مقدّساً لهم لا يجوز نقضه أو التخلي عنه والتهاون فيه، ومن يتجرأ على ذلك فهو كافر متمرد، وهرطوقي يستحقّ المحاكمة والطرّد والحرمان، يقول محمد أبو زهرة في هذا السياق: "وعلى الناس أن يتلقوا قولها (أي الكنيسة) بالقبول وافق العقل أو خالفه وعلى المسيحي إذا لم يستغ عقله قولاً قالته أو مبدأ دينياً أعلنته أن يروّض عقله على قبوله فإن لم يستطع فعله أن يشكّ في العقل ولا يشكّ في قول البابا لأن البابا خليفة لسلسلة الخلافة..³⁶، علماً أن ذلك الاستحواذ قد انجرّ عنه ظهور حركة الإصلاح البروتستانتية في المسيحية³⁷، وقد تمّت ترجمة الإنجيل إلى الألمانية، ولم يعد بذلك فهم الكتاب وتفسيره حكراً على أصحاب الكنيسة فحسب.

- الإيمان بخطأ المسارات الفكرية الأخرى وتهافتها: يؤمن صاحب المنهج التقديسي بخطأ المسارات الفكرية الأخرى ومجانبتها للصواب، بما أنها تمنعت عن سند النص، وعن الفهم المقدّسة، والتجأت إلى مسارات أخرى لا تمتلك القداسة في ذاتها ولا شرعية الوجود والتأثير، وعليه فإن ما يحمله هو المقدّس، وما حمل الآخر من فهم وتصوّرات إلا المدنّس، ولعلّه من هذا الباب يمكن تفسير مقولة جون بول سارتر (1905-1980م): "الجحيم هو الآخرون" التي تمثّل في الواقع تطبيقاً أو انعكاساً مماثلاً لهذا التصوّر والمنهاج.

- الثقة العمياء في شيوخ الجماعات المتطعّة، فما يصدر عنهم هو الحق والدين الأصل، وما يصدر عن غيرهم هو الزيف والبعد والضلال، ومن ثمة فإن هذه المصادر تعمي في الحقيقة القلوب والبصيرة وتعطلّ ملكة التفكير تعطيلاً يودّي إلى التسليم وعدم الحراك والثقة العمياء، فيُغتال العقل حينها وينتفي التفكير الرصين ويصبح الخطاب البشريّ تيشيرياً ومقدّساً في مستوى أو في منزلة الخطاب الوحي المقدّس.

الطوسي: اللع في تاريخ التصوّف الإسلامي، دار الكتب العلمية بيروت الطبعة الأولى 1421هـ/2001م، ص: 38 / علماً أن ³³ القولة وردت كإجابة لأبي الحسين النوري حينما سئل بم عرف الله تعالى؟ فقال بالله ولم يقل بالعقل لعجزه.

الكلايادي: التعرّف لمذهب أهل التصوف، مكتبة الثقافة الدينية القاهرة مصر، الطبعة الأولى 1424هـ/2004م، ص: 63³⁴

³⁵ حلمي (مصطفى محمد): منهج علماء الحديث والسنة في أصول الدين نشر: دار الكتب العلمية بيروت، الطبعة: الأولى 1426 هـ، ص: 253

³⁶ محمد أبو زهرة: محاضرات في النصرانية، دار الفكر العربي، القاهرة، ص: 156

³⁷ مثل توماس مور {1478-1535} ظهر بأنقلاترا، وسافونارولا: {ظهر عام 1490 وأعدم سنة 1497م} وهو راهب إيطالي، وإرازموس: {1465-1536} بالأراضي المنخفضة، وجون هوس {1369-1415} بتشيكيا وجون ويكليف {1324-1384} ظهر بأنقلاترا، وجون تولر {1290-1361م} ظهر بألمانيا، وبيتر والدو بفرنسا في أواخر القرن الحادي عشر، ومارتن لوثر: {1483-1546} ظهر في ألمانيا وزوينغلي السيوسري: {1484-1531} وجون كالفن الفرنسي {1509-1564} وجون نوكنس: {1505-1572م} بأسكتلندا..

-انتشار ثقافة التسبب والانحلال وعدد كبير من ظواهر الفسق والمجون وهو ما أسهم في انتشار ذهنية الغضب والكراهية والانتصار للمذهب، وأجج في الوقت نفسه حماسة مناصري الخطاب التقديسي، وجعلهم يزدادون إيماناً وبقينا بأن مسارهم هو الأقرب للحقيقة والصواب وهو الأجدر بالإجلال والشرعية والتقديس، أما المسارات الأخرى فلا تستحق ذلك وهي في زاوية الخطأ والبعد إن لم نقل الكفر والضلال.

الخطاب الإسلامي المعاصر وحتمية التحرر

إن ما يمكن ملاحظته في هذا المستوى أن الخطاب الإسلامي منذ نشأته إلى اليوم يتراوح بين ثنائيتي العقلنة والتقديس، أي بين منهجين متعارضين ظاهرياً، ولكل من المنهجين أسسه ومرجعياته وأسلوبه وغاياته، فالمنهج التقديسي مثلاً وإن كان يمتلك سندا من النصوص ومن الشواهد والتاريخ، ويعبر عن وجهة توجّهه وشرعيّة وجوده وتفكيره بمؤيّدات وبراهين عقلية أحياناً، فإنه يكرّس في الحقيقة تصوّراً أحادي النظرة والأفق، ويلغي كل جهد أو تفكير عقلائي يصبو إلى الحق باجتهاده الخاص، ولعلّ هذه المعضلة المنهجية هي ما وقع فيها المنهج العقلائي أيضاً حينما اغترّ بقيمته المنهجية وأقصى أهمية المناهج الفكرية والعلمية المخالفة بناء على مصادر حمله منذ البدء أن الفكر المخالف هو فكر متهافت لا علاقة له بالموضوعية ولا بالصدق والنزاهة، فكيف يمكن الخروج من هذا المأزق؟ وما السبيل للوصول إلى منهاج مثبّن يوحّد ولا يفرّق ويقدم ولا يؤخّر؟

إن هذا التناظر بين المنهجين يذكّرنا في الواقع بعلاقة العقل بالنقل ويمدى تعاضدهما أو اختلافهما في الوصول إلى الحق والتعريف بالحقيقة، فالنقل أخبر عن حقائق غيبية ومفارقة وجاء بمعطيات ومعارف لم يكن العقل أن يصل إليها بمفرده ولا أن يكتشفها بمنهاجه الخاص، والعقل أيضاً هو الذي يتقبّل المعارف والحقائق ويحوّلها إلى إدراك ووعي واستيعاب وتنفيذ، وهو الذي يصبو إلى إنتاج المعرفة بحرية واستقلالية. فكل المصدرين إذن يرى في الآخر النقص والاختلاف وسوء الفهم وعدم الترسّد، ولكن مع ذلك لا يمكن أن يستغني أحدهما عن الآخر، فالعلاقة هنا جدلية تنبئ عن ترابط متين وعلاقة وثيقة لا يمكن أن تنفصم بالرغم من تنافر الرؤى واختلاف الأساليب والمناهج.

إن الإشكال المطروح إذن هو كيف يمكن تجاوز هذا التعارض بين المنهجين المعقلن والتقديسي؟ وكيف يمكن بناء جسر تواصل وثقافة وحوار بين تصوّرين المفترض أنهما متكاملين لا متصارعين؟

لعلّ أولى الخطوات التي يجب أن يوليها الخطاب الإسلامي المعاصر الاهتمام والعناية اللازمين أنّه يجب أن لا يخضع إلى هذه التجاذبية بين المنهجين، وأن يسعى إلى التحرر من هذا الصراع، وأن لا يظلّ في مستوى الانفعالات والتراشقات، لأن ذلك قد يضعف المناهج، ويقلّل من قيمتها وشأوها، بل ويؤدّي إلى التصادم الذي يفني كل المناهج الذاتية والمخالفة على حد سواء.

الخطاب الإسلامي المعاصر هو مطالب أيضاً بالبحث عن وسائل وأساليب تجمع بين المنهجين بحيث يمكن الاستفادة منهما معا دون نفي أو إقصاء، ودون تطرّف أو تغليب لمنهج أو لتصوّر على آخر، فالمنهج التقديسي مثلاً يحتاج الخطاب الإسلامي المعاصر في سياقات معينة من أجل حفظ المقدّسات وعدم تجاوز الرموز وانتهاك الحرمات، وهو ما عرفه الواقع في بعض الفترات معرفة أنتجت تشنّجاً وصراعاً كبيرين بين فئات المجتمع، علماً أن المنهج التقديسي المقصود في هذا السياق لا يعني ذلك الخطاب المتشنّج المتشدّد المغالي في أطروحاته وغاياته، وإنما الهدف في هذا المستوى هو إيلاء المقدّسات والرموز الأهمية والقيمة اللازمين دون تشنّج أو عنف أو تنطّع، بمعنى آخر أن نأخذ من المنهج التقديسي مسحته الإيجابية في سعيه إلى الحفاظ على المقدّسات والرموز، وتجاوز منطق انتهاك الحرمات والمسلمات الدينية.

ومنهج العقلنة يحتاج الخطاب الإسلامي المعاصر أيضاً لأنّه لا قيمة لأي جهد معرفي كان دون تبصّر عقلي أو تدبّر فكري، كما أن منهج العقلنة ضروري لنقل المعارف إلى مستوى الوعي والتقبّل والتأمّل، ولفهم الأشياء فهماً رصيناً مثبّناً.

مع الملاحظ أيضا أن القصد من الاعتماد على منهج العقلنة لا يعني الإفراط أو التفريط أو المغالاة في المعالجة والفهم والتأويل المذمومين، وإنما الهدف منح العقل الفاعلية والدور اللازمين كي ينتج المعرفة إنتاجا موضوعيا رصينا دون إقصاء أو استبعاد، و"أَلْحَمْدُ لِلَّهِ الْمَوْلَى الَّذِي جَاءَنَا بِالْحَقِّ وَأَمَّا الْكُفْرَانُ فَكُلٌّ" كما قال النبي عليه الصلاة والسلام.

إنه من هذا الباب يمكن القول إن الخطاب الإسلامي الرصين في العصر الراهن ينبغي أن يتطور موضوعا ومنهجيا، وهو الذي يجب أن يستوعب المناهج المتنافرة ويعمل بها جميعا دون إفراط ولا تفريط، ويؤسس للأفضل، ويدفع للأمام لا إلى منطوق الصراع والتصادم واعتبار المرجعية واحدة لا شريك لها، مرجعية تمتلك الحقيقة وشرعية الوجود وترى في الخطاب المخالف جحيما وتهديدا وجوديا ينبغي مقاومته.

الخطاب الإسلامي الرصين حري به أن يكون خطابا موضوعيا يعزز قيم التنوير والعقلانية والأنسنة والنقد والحريّة في عصر يشهد الكثير من الاهتزازات والتحويلات، يقول عبدالهادي عباس في تقديم كتاب المقدس والمندس لمرسيا إلباد: "فإن رسالة المفكرين في المجتمع وأدبائه وعلمائه وشعرائه وفنانيه بحق هي في إعادة التقييم وتمحيص الآراء السائدة والنظريات القائمة والتقاليد الراسخة والعادات والممارسات التي اكتسبت بالقدم جلالا وقداسة وفي نفيهم عنها ومنها كل ما لم يعد صالحا للعهد الجديد وفي قيامهم بحركة إقناع بمختلف الوسائل من تنوير علمي وجدل فكري وإنتاج أدبي وفني ولو كلفهم ذلك العنت والإرهاق"³⁹، وخلق بالخطاب الإسلامي أيضا أن يعتمد الإقناع والحجة والبرهان، وينأى بنفسه عن التبسيط والتحريض والانفعالية وعن التقليد والجمود والانطواء وقلة الهمة، وعن الانهزامية وأسلوب الانتقادات المهترئة واللادعة، وعن ادعاءات التزكية والإخلاص والغرور والتعالي، قال العزيز الحكيم: "فَلَا تُزَكُّوا أَنْفُسَكُمْ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنِ اتَّقَى"⁴⁰.

الخطاب الإسلامي الرصين يجدر به أيضا أي يكون عالميا "وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ"⁴¹، بعيدا عن المذهبية والمصالح الضيقة، ملتزما بالقيم الإنسانية، وبقيم الاعتدال والوسطية والتسامح والتعاون والتعاضد، متصفا بالشمولية والعموم والواقعية، متأسلا في جذوره وحضارته، منفتحا على ثقافة العصر وتحدياته المستجدة، مقدما للأولويات وللاهم على المهم، ميسرا لا معسرا كما قال النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "يَسِّرُوا وَلَا تُعَسِّرُوا، وَيَسِّرُوا وَلَا تُعَسِّرُوا"⁴²، إنه بذلك المنهج يدرك الخطاب الإسلامي ذاته، كما يتحقق له إدراك أفضل للأخر ضمن مسار معرفي ثقافي.

الخطاب الإسلامي المعاصر إذا ما رام النجاح والتأثير والاستمرارية، فعليه أن يلتزم بمنهج المراجعة والتحليل النقدي ويأخذ بقوله تعالى: "ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ"⁴³، وبقوله تعالى: " وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنبِئٍ"⁴⁴.

المراجع

ابن منظور: لسان العرب، نشر دار صادر بيروت الطبعة: الثالثة 1414 هـ
محمد فؤاد عبدالباقي، المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم، دار الجليل بيروت

38 سنن ابن ماجه، كتاب الزهد، باب الحكمة، حديث رقم: 4169

39 عباس(عبدالهادي): تقديم كتاب المقدس والمندس لمرسيا إلباد، ص: 5، 6

40 النجم: 32

41 الأنبياء: 107

42 صحيح البخاري، كتاب العلم، باب ما كان النبي صلى الله عليه وسلم يتخولهم بالموعظة والعلم كي لا يتفروا، حديث رقم: 69

43 النحل: 125

44 الحج: 8

صحيح مسلم: كتاب الاشربة، باب بَابُ إِبَاحَةِ أَكْلِ الثُّومِ، وَأَنَّهُ يُتَّبَعِي لِمَنْ أَرَادَ خَطَابَ الْكِبَارِ تَرْكُهُ، وَكَذَا مَا فِي مَعْنَاهُ.
صحيح ابن حبان: كتاب فرض الإيمان، باب ذِكْرُ إِجَابِ الْجَنَّةِ لِمَنْ شَهِدَ لِلَّهِ جَلًّا وَعَلَا بِالْوَحْدَانِيَّةِ مَعَ تَحْرِيمِ النَّارِ عَلَيْهِ بِهِ،

بغية الباحث عن زوائد مسند الحارث لابن أبي أسامة (المتوفى: 282هـ)، كتاب الأدب، باب ما جاء في العقل، حديث رقم: 813
سنن الدارمي (المتوفى: 255هـ)، المقدمة، رسالة عَبَّادِ بْنِ عَبَّادِ الْخَوَاصِ الشَّامِيِّ، حديث رقم: 675

أبو زهرة، محمد: تاريخ المذاهب الإسلامية في السياسة والعقائد وتاريخ المذاهب الفقهية، دار الفكر العربي القاهرة،
الملل والنحل للشهرستاني، دار الكتب العلمية بيروت،

ومقالات الإسلاميين واختلاف المصلين للأشعري تصحيح: هلموت ريتز نشر: دار فرانز شتايز، بمدينة فيسبادن (ألمانيا) الطبعة:
الثالثة، 1400 هـ - 1980 م

المغني في أبواب التوحيد والعدل للقاضي عبد الجبار، وزارة الثقافة والإرشاد القومي مصر 1960-1965م
جولد زيهير (إجناس): العقيدة والشريعة في الإسلام تاريخ التطور العقدي والتشريعي في الدين الإسلامي ترجمة محمد يوسف موسى
وعلي حسن عبدالقادر وعبدالعزیز عبدالحق، مطبعة دار الكتاب العربي بمصر، نشر دار الكتب الحديثة بمصر ومكتبة المثني ببغداد،
الطبعة الثانية،

الذهبي: سير أعلام النبلاء، مؤسسة الرسالة الطبعة الثالثة، 1405 هـ / 1985 م

أبو محمد عبد الرحمن بن محمد بن إدريس بن المنذر التميمي، الحنظلي، الرازي ابن أبي حاتم: آداب الشافعي ومناقبه، تحقيق: عبد
الغني عبد الخالق، نشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان الطبعة: الأولى، 1424 هـ - 2003 م

دي بور: تاريخ الفلسفة في الإسلام، تحقيق محمد عبدالهادي أبو ريده، دار التونسية للنشر، المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر
الزركشي (أبو عبد الله بدر الدين محمد بن عبد الله بن بهادر): البرهان في علوم القرآن، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم دار
إحياء الكتب العربية عيسى البابي الحلبي وشركائه، الطبعة: الأولى، 1376 هـ - 1957 م

الرُّزْقَانِي (محمد عبد العظيم) مناهل العرفان في علوم القرآن نشر: مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه الطبعة الثالثة

الغزالي: معارج القدس في مدارج معرفة النفس، نشر دار الأفق الجديدة - بيروت الطبعة: الثانية، 1975

الجرجاني: التعريفات نشر: دار الكتب العلمية بيروت - لبنان الطبعة: الأولى 1403 هـ - 1983م،

دي بور: تاريخ الفلسفة في الإسلام

إلياد (مرسيا): المقدس والمدنس، ترجمة عبدالهادي عباس المحامي، دار دمشق للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 1988

الطوسي: اللمع في تاريخ التصوف الإسلامي، دار الكتب العلمية بيروت الطبعة الأولى 1421 هـ / 2001م، ص: 38 / علما أن¹
القول وردت كإجابة لأبي الحسين النوري حينما سئل بم عرف الله تعالى؟ فقال بالله ولم يقل بالعقل لعجزه.
الكلاباذي: التعرف لمذهب أهل التصوف، مكتبة الثقافة الدينية القاهرة مصر، الطبعة الأولى 1424 هـ / 2004م،

حلمي (مصطفى محمد): منهج علماء الحديث والسنة في أصول الدين نشر: دار الكتب العلمية بيروت، الطبعة: الأولى 1426 هـ
محمد أبو زهرة: محاضرات في النصرانية، دار الفكر العربي، القاهرة،

Customer Relationship Management (CRM) dalam Perspektif Islam: Studi Kasus pada KS BMT Al-Ikhwan Suralaga

Sri Rita Wardani^{1*}, Muhammad Sanusi², Nurmalia Fahrianti²

¹Program Studi Perbankan Syariah, STEI Hamzar Lombok Timur

²Program Studi Perbankan Syariah, STEI Hamzar Lombok Timur

³Program Studi Perbankan Syariah, STEI Hamzar Lombok Timur

INFO ARTIKEL

Received: 05 Desember 2022
Accepted: 20 Desember 2022
Published: 21 Desember 2022

Email Penulis:
sritawardiani15@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam perspektif Islam untuk mempertahankan Loyalitas Anggota pada KS BMT Al-Ikhwan Amanah Sejahtera Suralaga Kabupaten Lombok Timur. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka disimpulkan bahwa mewujudkan pelayanan dengan prinsip Islam yaitu kejujuran (Shiddiq), dapat dipercaya (Amanah), argumentatif dan komunikatif (Tabligh), serta Cerdas dan Bijaksana (Fathonah) dengan menerapkan prinsip dasar yang telah ditetapkan Islam mengenai pelayanan atau berbisnis yaitu tolok ukur dari kejujuran, tanggung jawab, kepercayaan, dan ketulusan. Manfaat pelayanan yang mengedepankan prinsip-prinsip Islami bagi para manajer dan staf di KS BMT Al-Ikhwan Suralaga yaitu, anggota akan tertarik untuk terus setia menggunakan produk yang ditawarkan oleh KS BMT Al-Ikhwan Suralaga, menjalin silaturahmi yang baik antara manajer dan shareholder, antara manajer dengan staf, dan antara manajer serta staf dengan anggota. Selain itu, para antara manajer dan staf di KS BMT Al-Ikhwan Suralaga juga bisa mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat.

Keywords: CRM; perspektif Islam; BMT; Loyalitas

A. Pendahuluan

Semakin berkembangnya zaman, permintaan akan suatu produk jasa akan terus beragam sehingga terus bermunculan produk-produk yang lebih baik pada tiap perusahaan. Perusahaan saling berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan bisnis saat ini dengan menonjolkan ciri khas dan keunggulan masing-masing salah satunya pada sisi syariah. Hal ini dapat dilihat pertumbuhan dan perkembangan usaha syariah di Indonesia yang terus berkembang dan bermunculan lembaga keuangan bank dan non bank baru. Perusahaan saat ini juga tidak hanya menawarkan produk unggulan saja, tetapi perusahaan kini mengarah pada retensi, loyalitas, dan profitabilitas yang akan menjadikan kunci keberhasilan perusahaan. (Gu et al. 2022; Kim & Baker, 2020)

Persaingan yang semakin ketat yang terjadi dilembaga keuangan khususnya pada KS BMT AL-Ikhwan sangatlah sulit untuk melakukan persaingan dengan lembaga keuangan yang lain dengan skala besar. Memang tidak mudah untuk menjadi yang terbaik diantara yang baik, selain harus menyediakan produk terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak. Oleh karena itu lembaga keuangan harus lebih meningkatkan tujuan yang lebih baik yakni bagaimana cara

menjaga dan menumbuhkan nasabah yang setia atau loyal kepada lembaga. Salah satu program lembaga keuangan dalam mempertahankan nasabah dengan cara meningkatkan hubungan yang lebih jauh lagi kepada nasabahnya yaitu dengan menggunakan program *customer relationship management* (CRM) (Juanamasta et al. 2019; Dewnarain et al. 2019).

Dalam membantu terciptanya loyalitas nasabah salah satu cara yang perlu digunakan oleh KS BMT AL-IKHWAN yaitu dengan menerapkan *customer relationship management* (CRM). Menurut Zainal, dkk (2017) CRM merupakan jenis strategi perusahaan yang secara khusus membahas tentang teori penanganan hubungan antara perusahaan dengan anggota yang bertujuan meningkatkan nilai perusahaan dimata para anggota. CRM menurut Hasan, (2010) adalah pendekatan serangkaian keterpaduan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi, menarik, memperoleh, dan mempertahankan anggota. Dari definisi yang dikemukakan bahwa CRM suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui loyalitas pelanggan atau anggota.

Dengan loyalitas yang diperkuat oleh komitmen antara perusahaan dan pelanggan akan meningkatkan dan menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan perusahaan dan akan menciptakan loyalitas nasabah. Konsep dari loyalitas itu sendiri bersifat kompleks dan dinamis. Pembelian ulang belum tentu mencerminkan loyalitas. Menurut Hasan, (2010) loyalitas didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang secara terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Customer relationship management merupakan suatu strategi yang sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga hubungan baik (loyalitas) dari pelanggan, anggota atau nasabahnya. Ahmadi, (2020) menemukan CRM memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah. Safira dkk, (2020) menemukan bahwa loyalitas pelanggan searah dengan CRM yang dibangun oleh perusahaan. Sementara Putri & Trenggana, (2020) menemukan bahwa CRM bukan sebagai penentu terhadap loyalitas dari pelanggan. Roisa dkk, (2019) dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif menemukan bahwa CRM berpengaruh sebagai upaya dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan serangkaian proses CRM strategis, CRM operasional, CRM Analitis.

Erfariani & Susanti, (2021) menemukan bahwa dengan penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan rasa loyalitas pelanggan yang direalisasikan dengan usaha memberikan pelayanan dengan baik, ramah, sopan, dan sesuai dengan komitmen atau kesepakatan antara pelanggan dan Nissi Furniture Surabaya. Berbeda dengan lain Novita & Mardian, (2022) menggunakan pendekatan kualitatif dengan uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji t. terdapat pengaruh antara Customer Relationship Management (CRM) terhadap loyalitas konsumen pada Bank BNI.

Menurut Ledro et al., (2022) bahwa organisasi dan manajer bersedia mengaktifkan sistem CRM untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh kecerdasan buatan, karena berfungsi sebagai alat pedoman bagi para eksekutif dan manajer untuk merencanakan suatu strategi yang tepat dan konsisten untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan informasi Big Data dan transformasi bisnis yang digerakkan oleh kecerdasan buatan. Islam merupakan agama yang mengatur sistem kehidupan yang bersifat komprehensif, mengatur semua aspek, baik itu spiritual, sosial, politik, dan ekonomi. Allah berfirman dalam QS. Al-maidah ayat 3 sebagai berikut:

الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا

“Pada hari ini telah Ku-sempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Kucukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu menjadi agama bagimu”

Berdasarkan firman Allah diatas menyatakan bahwa Islam merupakan agama yang sempurna dan mempunyai sistem tersendiri dalam menghadapi permasalahan hidup, baik yang bersifat materiil maupun nonmateriil. Karena aspek sosial merupakan bagian dari salah satu aspek kehidupan, maka tentu hal tersebut telah diatur oleh Islam. Islam menuntut kepada umatnya untuk mewujudkan keislaman dalam seluruh aspek kehidupan. Sehingga sangat penting bagi orang muslim untuk terus menjaga diri untuk tidak melakukan perbuatan menyimpang dari ajaran Islam diantaranya adalah merusak hubungan baik antar sesama (pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dengan para anggotanya).

Dalam Islam telah banyak ayat-ayat yang menjelaskan tentang membangun hubungan dengan sesama yang tujuannya adalah untuk bersatu dan mengurangi perselisihan (*Customer relationship management*). Berbuat baik dan saling menghargai kepada sesama manusia (QS. Al-Isra: 7), Menjaga hubungan dan berdamai dengan sesama (QS. Al-Hujurat: 10), Larangan untuk merendahkan dan mencela sesama manusia karena menimbulkan perselisihan (QS. Al-Hujurat: 11), larangan curiga dan berburuk sangka terhadap orang lain (QS. Al-Hujurat: 12), Menciptakan untuk saling mengenal satu sama lain, termasuk untuk saling menghormati (QS. Al-Hujurat: 13), Manusia dapat saling berinteraksi dan menjalin hubungan yang baik dan saling menghormati dengan sesama (QS. An-Nisa: 86), dan Menciptakan manusia sebagai makhluk sosial yang saling berkaitan dan membutuhkan (QS. Al-Baqarah: 213).

KS BMT Al-Ikhwan Suralaga merupakan lembaga keuangan mikro Islam yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Dalam menjalankan kegiatan operasional tidak hanya pada produk saja yang sesuai dengan prinsip Islam melainkan juga pada pelayanan terhadap anggota atau nasabah harus berdasarkan pada prinsip Islam. Akbar & Nabiha (2022) Menemukan bahwa tujuan dari lembaga keuangan bank mencakup yang jauh lebih luas dari sekedar keuntungan atau kesejahteraan ekonomi; mereka juga meliputi spiritualitas dan dakwah. Kegiatan dakwah tercermin tujuan penyediaan pembiayaan dan penawaran jasa yang selaras dengan Syariah; yaitu penyebaran informasi dan penciptaan kesadaran tentang prinsip-prinsip keuangan Islam dan produk; juga, pembayaran zakat dan kontribusi amal, yang akan menyebabkan kesejahteraan masyarakat. Tujuan ini dilakukan oleh lembaga untuk memberikan kenyamanan terhadap nasabah.

Kepatuhan syariah yang diterapkan oleh lembaga keuangan termasuk faktor penting yang mendukung hubungan baik antar pemilik dan anggota. Moosa & Kashiramka, (2022) mengungkapkan bahwa pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola untuk melindungi urusan anggota mereka dengan menunjukkan pentingnya kepatuhan Syariah di bank Islam dan hasil yang bermanfaat untuk kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Dari sekian banyak penelitian menunjukkan bahwa *Customer relationship management* merupakan hal yang sangat penting untuk membangun hubungan baik antar lembaga dan anggota/nasabahnya. Namun belum banyak penelitian *Customer relationship management* yang menekankan pada perspektif Islam pada lembaga keuangan mikro Islam (BMT). Inilah kelebihan dari penelitian ini yang akan mengkaji *Customer relationship management* dengan memasukkan nilai-nilai Islam sebagai pijakan untuk membangun hubungan baik antar pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dengan anggotanya sehingga customer akan loyal terhadap KS BMT Al-Ikhwan Suralaga.

Tujuan dari penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) adalah memberikan kenyamanan kepada pelanggan atau nasabah untuk tetap setia terhadap produk-produk yang ditawarkan perusahaan. Maka Implementasi CRM sangat penting untuk dikaji dalam perspektif Islam dengan menggunakan 4 sifat wajib yang melekat pada diri Nabi Muhammad saat berbisnis yakni siddiq (benar/ jujur), amanah (dapat dipercaya), tablig (menyampaikan) dan fatonah (cerdas).

Hal ini sangat penting karena dapat menjadikan pelanggan semakin setia terhadap perusahaan. Selain itu dapat mendatangkan customer baru untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Disinilah peran Customer Relationship Management sebagai strategi untuk membangun kepuasan dan loyalitas jangka panjang bagi customer berdasarkan nilai-nilai keislaman dengan demikian judul penelitian ini adalah “**Customer Relationship Management (CRM) dalam Perspektif Islam: Studi Kasus pada KS BMT Al-Ikhwan Suralaga**”.

B. Kajian Literatur

Customer Relationship Management

Menurut Zainal, dkk (2017) *Customer Relationship Management* merupakan jenis strategi perusahaan yang secara khusus membahas tentang teori penanganan hubungan antara perusahaan dengan anggota yang bertujuan meningkatkan nilai perusahaan dimata para anggota. CRM menurut Hasan, (2010) adalah pendekatan serangkaian keterpaduan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi, menarik, memperoleh, dan mempertahankan anggota. Dari definisi yang dikemukakan bahwa CRM suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui loyalitas pelanggan atau anggota.

Customer Relationship Management (CRM) adalah kegiatan yang melibatkan mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan data secara cerdas dengan dukungan solusi teknologi untuk mengembangkan pelanggan jangka panjang hubungan dan pengalaman pelanggan yang luar biasa (Kumar & Misra, 2021; Ledro, dkk, 2022). Data diperoleh dari semua pelanggan, jika dikelola dengan baik, dapat mendukung perusahaan dalam menghasilkan respons pemasaran yang dipersonalisasi, menciptakan ide-ide baru, menyesuaikan produk dan layanan dan, dengan demikian, memberikan nilai pelanggan yang tinggi dan mendapatkan keunggulan kompetitif (Kumar dan Misra, 2021; Ledro, dkk, 2022).

Hal yang terpenting yang mendasar pada CRM adalah integrasi semua data bisnis pelanggan kedalam suatu sistem sehingga mempermudah perusahaan dalam hal mengelola, mengidentifikasi dan menjaga hubungan dengan konsumen. Kesuksesan dan pemanfaatan aplikasi CRM dipengaruhi oleh banyak faktor baik secara teknis maupun non teknis. Perlu aspek lain selain aplikasi CRM itu sendiri. Dimana ketiga hal yang ini akan bergantung satu sama lain sehingga tercipta suatu strategi bisnis yang baik. Dari ketiga komponen tersebut diantaranya: 1) Orang, Peran yang sangat penting dalam hubungan manajemen pelanggan adalah orang atau manusia sebagai pelaksana, faktor kunci yang harus diperhatikan adalah seperti struktur organisasi, peran dan tanggung jawab, budaya perusahaan, prosedur, dari program change management secara menyeluruh.

2) Proses, yaitu proses dan prosedur yang membantu manusia untuk menjalin hubungan dengan manusia lain. Struktur organisasi, kebijakan operasional serta system reward punishment harus dapat mencerminkan apa yang akan dicapai dengan customer relationship management (CRM). 3) Teknologi, Setelah manusia dan prosesnya dipersiapkan, teknologi diperkenalkan untuk lebih membantu mempercepat dan mengoptimalkan faktor manusia dan proses dalam kegiatan customer relationship management (CRM) sehari-hari.

Dalam CRM, kemampuan dari perusahaan untuk menjalankan hubungan dengan anggota sangat dibutuhkan. Dikarenakan hal tersebut membantu perusahaan dalam segi pemasaran, penjualan, strategi pelayanan, kebijakan dan proses pengambilan keputusan, sistem serta manajemen informasi. CRM bertujuan untuk mendapatkan feedback positif dari anggota, pelanggan merasa puas baik dari segi produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Maka dari itu sangat penting bagi perusahaan untuk mendefinisikan siapa saja yang menjadi anggota dan memahami apa yang anggota inginkan.

Customer Relationship Management dalam Perspektif Islam

Maka Implementasi CRM sangat penting untuk dikaji dalam perspektif Islam dengan menggunakan 4 sifat wajib yang melekat pada diri Nabi Muhammad saat berbisnis yakni *siddiq* (benar/ jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tablig* (menyampaikan) dan *fatonah* (cerdas) (Awaliah et al. 2020; Lubis et al. 2020).

Jujur (Shiddiq)

Dalam berbisnis, seorang marketer harus jujur dan benar dalam menginformasikan produknya. Bila ada produknya yang memiliki kelemahan atau cacat, maka langsung disampaikan dengan jujur dan benar, tak ada sedikitpun yang disembunyikan. Artinya, seseorang yang bekerja sebagai marketer dituntut untuk berkata dan bertindak secara benar, sesuai dengan kondisi riil produk yang ditawarkan.

Dalam konteks sekarang, sekilas kedengarannya aneh bahwa kejujuran merupakan sebuah prinsip etika bisnis karena mitos keliru bahwa bisnis adalah kegiatan tipu menipu untuk meraup untung besar. Memang etika ini agak problematic karena masih banyak pelaku bisnis sekarang yang mendasarkan kegiatan bisnisnya dengan cara curang, karena situasi eksternal atau karena internal (suka menipu). Padahal kegiatan bisnis yang tidak menggunakan kejujuran sebagai etika bisnisnya, maka bisnisnya tidak akan bisa bertahan lama. Para pelaku bisnis modern sadar bahwa kejujuran dalam berbisnis adalah kunci keberhasilan, termasuk untuk mampu bertahan dalam jangka panjang dalam suasana bisnis yang serba ketat dalam bersaing (Saifullah, 2011).

1) Dapat dipercaya (Amanah)

Seorang pemilik perusahaan melalui karyawannya haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad dalam memegang amanah. Nilai amanah bagi pekerja marketing adalah sosok yang jujur dan dapat dipercaya. Bagi perusahaan, sosok pekerja yang amanah akan membawa keuntungan yang besar. Di samping karena mereka tidak akan berbohong, perusahaan akan mendapat keuntungan dari image yang terbangun oleh customer akan ke-amanah-an dari marketer perusahaan tersebut. Sehingga banyak customer yang terpikat oleh sebuah produk atau usaha karena peran sosok marketer yang amanah.

Manajer dalam menjalankan operasional lembaga keuangan mikro Islam hendaknya melaksanakan tugasnya sesuai dengan permintaan shareholder. Manajer tidak membedakan dalam memberikan pelayanan kepada anggota baik dalam hal penghimpunan dana dan pembiayaan dana melainkan semua anggota memiliki hak yang sama. Hasil keuntungan dari operasional BMT dilaporkan dan serahkan kepada shareholder tanpa kurang sedikitpun. Itulah seharusnya yang dipegang teguh oleh manajer dan para staffnya dalam menjalankan operasional BMT.

Manajer yang amanah atas dasar iman dan taqwa dapat memberantas penyelewengan seperti menipu dan mengurangi bagi hasil yang diperoleh anggotanya. Karena itu Allah memerintahkan dalam al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui (Qs. Al-Anfal 27).

Manajer (pemimpin) dalam pandangan Al-Quran bukan sekadar kontrak sosial, antara manajer dengan bawahannya, namun merupakan perjanjian antara manajer dengan Allah SWT. Bersumpah atas nama Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT. Karena itu tanggung jawab seorang manajer jauh lebih besar dari yang lainnya, karena tanggung jawab manajer adalah dunia akhirat. Berdasarkan firman Allah dalam Al Qur'an:

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ ءَامَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ

Jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi mereka mendustakan (ayat-ayat Kami) itu, maka Kami siksa mereka disebabkan perbuatannya. (QS. Al 'Araf: 96)

Argumentatif dan Komunikatif (Tabligh)

Tabligh merupakan suatu kegiatan komunikasi, karena komunikasi dari segi bahasa berasal dari kata “*communicare*” yang bermakna penyampaian atau pemberitahuan yang dilakukan baik secara perorangan atau kelompok yang ingin mempengaruhi orang lain. Dan inti dari tujuan tabligh yaitu berusaha mempengaruhi orang lain ke arah yang lebih baik (Ankhofiyya, dkk, 2020).

Menyampaikan kebenaran atau tabligh juga dibahas dalam berbagai dalil baik dalam Alquran maupun hadis. Misalnya saja dalam surat Al Maidah ayat 67 yang berisi perintah Allah kepada Rasulullah untuk menyampaikan wahyu yang diterimanya. Berikut ini adalah surat Al Maidah ayat 67 yang membahas tabligh:

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ ۚ وَإِنْ لَّمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ ۗ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

"Hai rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhan-mu. Dan jika kamu tidak mengerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan risalah-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir." (QS. Al Maidah-67)

Selain dibahas dalam Alquran, tabligh juga dibahas dalam hadis. Salah satunya adalah hadis yang diriwayatkan Imam Muslim berikut ini:

شَيْئًا أُجْرُهُمْ مِنْ ذَلِكَ يَنْقُصُ لَا تَبِعَهُ مَنْ أُجْرٌ مِّثْلُ الْأَجْرِ مِنْ لَهُ كَانَ هُدًى إِلَى دَعَا مَنْ

“Barang siapa memberi petunjuk pada kebaikan, maka ia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang mengikuti ajakannya tanpa mengurangi pahala mereka sedikit pun juga” (HR. Muslim).

Dalam hadis tersebut dijelaskan bahwa siapa saja yang menyampaikan kebaikan pada orang lain, lalu mereka mengerjakan kebaikan tersebut, maka kita akan mendapatkan pahala semisal yang mereka kerjakan tanpa mengurangi pahala yang mereka peroleh.

Seorang manajer dan marketing (karyawan) pada BMT, maka harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (*transparency and fairness*). Lebih dari itu, Seorang marketing harus mempunyai gagasan-gagasan segar dan mampu mengkomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. Dengan begitu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis (manfaat) yang ingin disampaikan.

Cerdas dan Bijaksana (Fathonah)

Fathonah dapat diartikan sebagai intelektual, ‘kecerdikan atau kebijaksanaan. Manajer perusahaan bersifat fathonah artinya manajer yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya (Rahim & Nirwana, 2020). Sifat fathonah dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap Muslim, karena untuk mencapai sang pencipta, seorang Muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang diberikan olehnya. Potensi paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal (intelektualitas)

Sifat fathonah ini juga dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Kreatif dan inovatif hanya mungkin dimiliki ketika seorang selalu berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan dan informasi, baik yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun perusahaan secara umum (Rahim & Nirwana, 2020). Dalam hal ini, Seorang manajer dan marketing (karyawan) yang cerdas merupakan manajer dan marketing (karyawan yang mampu memahami, menghayati dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. Dengan sifat ini, manajer dan marketing (karyawan) dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan dalam melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan, manajer atau marketing (karyawan) perlu menggunakan sifat ini agar bisa menjadi seorang pebisnis yang sukses. Terutama dalam menghadapi persaingan yang tidak sehat; kotor, *corrupted, complicated*, chaos (kacau balau) dan *sophisticated*.

Loyalitas

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Menurut Ali Hasan loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Menurut Kotler & Keller, (2007) loyalitas didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Menurut Tjiptono, loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok, berdasarkan sikap positif yang tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Imasari & Nursalin, 2011).

C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, yang dimana menggambarkan secara sistematis tentang fokus penelitian yakni implementasi CRM untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada KSPPS BMT BIM Cabang Palang dalam perspektif Islam. Teknik pengumpulan data menggunakan 3 metode pengumpulan data yakni observasi, wawancara dan metode dokumentasi. Aktivitas dalam analisis data selama dilapangan menggunakan reduksi data, verifikasi data dan kesimpulan.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian menggunakan metode kualitatif. Sugiono (2013) mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulas (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati (Moeleong, 2006).

Adapun dalam penelitian ini, obyek penelitiannya meliputi implementasi customer relationship management (CRM) dalam perspektif Islam. Kemudian, dalam penelitian ini menggunakan subyek penelitian. Dimana subyek penelitian merupakan sumber informasi dalam penelitian. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini peneliti memperhatikan kriteria responden adalah, 1). Memiliki cukup waktu untuk dimintai informasi demi kepentingan penelitian dan yang bersangkutan. 2). Responden sudah lebih dari 1 tahun dan intensif menyatu dengan bidang yang akan dikaji dalam penelitian. 3). Responden terlibat penuh dalam bidang tersebut.

Sumber Data dalam penelitian adalah, 1) Data Primer, yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui sumbernya dengan melakukan penelitian ke objek yang diteliti serta mengamati (observasi) wawancara secara langsung dengan pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga 2) Data Sekunder, data yang diperoleh dengan menggunakan studi literature yang dilakukan terhadap banyak buku, diperoleh berdasarkan catatan, diperoleh dari internet yang berhubungan dengan penelitian, adapun sumber data sekunder dapat diperoleh melalui hasil penelitian lapangan dan dari pegawai KS BMT Al-Ikhwan suralaga yang berupa data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia, seperti aplikasi, gambar/grafik dan arsip yang ada di KS BMT Al-Ikhwan Suralaga.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan, 1). Metode Observasi, peneliti melihat kondisi secara langsung di KS BMT Al-Ikhwan Suralaga mengenai segala kegiatan yang mendukung untuk menjawab rumusan masalah yang dibuat. 2). Metode Wawancara (interview), Metode wawancara, tanya jawab secara langsung mengenai gambaran umum dan masalah yang berhubungan dengan pokok masalah penelitian kepada pegawai yang berwenang untuk menggunakan data-data tersebut (Wakil Manager dan Marketing Funding KS BMT Al-Ikhwan Suralaga). 3) Studi Dokumen, didapatkan dari jurnal, laporan rapat, arsip surat, dokumentasi foto, gambar, buku-buku dan semacamnya sebagai pendukung dalam menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Pengumpulan Data, yakni mencatat serta mengumpulkan semua bentuk informasi baik itu dalam bentuk tulisan (dokumen dan brosur) dan lisan (wawancara dari Wakil Manager dan Marketing Funding KS BMT Al-Ikhwan Suralaga) secara objektif yang ada dilapangan. 2) Reduksi Data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan jawaban inti dari wawancara yang dapat mendukung jawaban dari rumusa masalah. Reduksi data dapat dibantu dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. 3) Penyajian Data, menampilkan data pada hasil yang akan diuraikan sesuai langkah menjawab problem pada rumusan masalah. 4) Kesimpulan dan verifikasi, kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Implementasi Customer Relationship Management dalam Perspektif Islam

Implementasi *customer relationship management* (CRM) adalah proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul, dimana KS BMT Al-Ikhwan Suralaga membangun hubungan yang baik dengan anggotanya maupun karyawannya, member pelayanan yang baik sehingga anggota merasa puas dan loyal terhadap KS BMT Al-Ikhwan Suralaga.

Implementasi *customer relationship management* (CRM) dalam mewujudkan pelayanan berdasarkan prinsip Islami (Fathonah, Amanah, Tabliq, Siddiq) di KS BMT Al-Ikhwan Suralaga yaitu membuat program-program yang bisa menumbuhkan kesadaran bagi para Manajer dan Staff untuk memberikan pelayanan kepada anggota yang sesuai dengan syariat Islam, seperti membuat rencana silaturahmi dengan para anggota untuk mengetahui perkembangan kebutuhan dari anggotanya. Sebagaimana yang dikatakan informan selaku Manajer KS BMT Al-Ikhwan Suralaga bahwa:

“Hubungan keanggotaan dengan KS BMT Al-Ikhwan Suralaga atau management atau juga dengan pegawainya tersebut tidak bisa terlepas dengan hubungan yang solid dengan anggota karena kalau tidak ada hubungan yang baik antara anggota KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dengan pengurus maka tidak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga tidak berjalan dengan baik. Di dalam UU koperasi, azas koperasi itu

berazasan keanggotaan, tidak ada hubungan yang harmonis dengan koperasi dengan anggota maka tidak dikatakan dengan anggota”.

Jika manajer dan para staff KS BMT Al-Ikhwan Suralaga berhasil dalam melakukan penerapan CRM dengan mengedepankan (Siddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah) tersebut, maka nasabah akan terus meningkat dalam menggunakan produk/jasa yang ditawarkan KS BMT Al-Ikhwan Suralaga. Loyalitas anggota sangat penting bagi KS BMT Al-Ikhwan Suralaga karena jika anggota tidak loyal makan KS BMT Al-Ikhwan Suralaga akan mengalami kerugian, maka dari itu CRM yang dipadukan dengan nilai-nilai (siddiq, amanah, tabligh, fathanah) sangat penting bagi setiap perusahaan, karena yang menghidupkan dan mematikan suatu koperasi/bank itu adalah anggota atau nasabahnya.

Tujuan Implementasi *Customer Relationship Management* Dalam Perspektif Islam

Tujuan utama dalam implementasi *customer relationship management* dalam perspektif Islam adalah:

Kejujuran (*Siddiq*)

Para menejer dan staff KS BMT Al-Ikhwan Suralaga di berikan pembinaan agar mereka dalam memberikan pelayanan dengan mengutamakan kejujuran, transparansi, dan saling menjaga kepercayaan kepada anggotanya, beretika yang baik dalam melayani anggotanya (sopan/santun dan ramah), serta bertanggung jawab. Selain itu, pentingnya pembinaan kepada para anggota agar mereka dalam mendapatkan pelayanan (pembiayaan) dengan mengutamakan kejujuran, transparansi, dan saling menjaga kepercayaan dalam memberikan laporan kepada KS BMT Al-Ikhwan Suralaga. Kejujuran antara pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dan anggotanya dapat menumbuhkan hubungan yang harmonis dan solid yang akan berdampak terhadap loyalitas (kesetiaan) anggota untuk tetap menggunakan jasa dari produk keuangan yang ditawarkan KS BMT Al-Ikhwan Suralaga.

Dengan adanya penerapan nilai-nilai kejujuran dapat mewujudkan pelayanan yang Islami karena dengan Adanya hubungan timbal balik yang baik antara KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dengan anggota dapat menumbuhkan kesadaran bagi para manajer agar memberikan pelayanan yang sesuai dengan syariat Islam berbasis Siddiq.

Dapat dipercaya (*Amanah*)

Pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dianjurkan melakukan pelayanan dengan *amanah* terhadap nasabah atau anggotanya misalnya pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga memberikan pelayanan yang optimal (ramah dan murah senyum) dalam melayani anggota, anggota bertanggung jawab kepada KS BMT Al-Ikhwan Suralaga apabila telah mendapatkan kepercayaan untuk pembiayaan dengan memberikan laporan keuangan sesuai dengan kesepakatan akad yang telah ditentukan sehingga KS BMT Al-Ikhwan Suralaga senang serta mendapatkan kepercayaan untuk pembiayaan selanjutnya.

Argumentatif dan Komunikatif (*Tabligh*)

Pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dianjurkan melakukan pelayanan dengan tabliq kepada anggota misalnya Pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga sopan dan santun dalam melayani anggota, menghargai setiap anggota atau dengan kata lain tidak menjelek-jelekan, membanding-bandingkan atau memberikan kekhususan yang berlebihan antara anggota yang satu dengan yang lainnya, Pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga aktif dalam memberikan komunikasi kepada anggota terkait kewajiban yang harus ditunaikan oleh anggota apabila tiba waktu pembayaran. Selain itu, Pihak KS BMT Al-

Ikhwan Suralaga bisa menyelesaikan permasalahan anggota yang kesulitan untuk membayar kewajibannya setiap jatuh tempo.

Pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (*transparency and fairness*). Lebih dari itu, Pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga harus mempunyai gagasan-gagasan segar dan mampu mengkomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. Dengan begitu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis (manfaat) yang ingin disampaikan.

KS BMT Al-Ikhwan Suralaga harus mampu menyampaikan serta memberikan pendidikan dan latihan kepada anggota yang tidak hanya memberikan modal pinjaman saja melainkan juga memberikan pendidikan yang baik, bagaimana anggota mengetahui tentang riba dan akad yang seperti apa yang di bolehkan dalam syariat Islam. Ada beberapa tujuan utama yang harus dilakukan dalam KS BMT Al-Ikhwan Suralaga yang terkait dengan *tabliq*, yakni:

- 1) Untuk meningkatkan keuntungan bagi KS BMT Al-Ikhwan Suralaga melalui terjalinnya hubungan yang baik antara KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dengan anggota yang terkait.
- 2) Menyediakan informasi yang lengkap mengenai data anggota untuk memaksimalkan hubungan antara pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dan anggota melalui penjualan *up selling* dan *cross selling*.
- 3) Menggunakan informasi yang terintegrasi sehingga menghasilkan sistem pelayanan yang memuaskan.
- 4) Menghasilkan konsisten dalam pembuatan prosedur penyaluran jawaban kepada pelanggan.

Cerdas dan Bijaksana (*Fathonah*)

Pihak KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dianjurkan melakukan pelayanan dengan *fathonah* dalam menganalisis kebutuhan di lingkungan pasar misalnya staff KS BMT Al-Ikhwan Suralaga cerdas dalam menganalisis kebutuhan pasar, para staff KS BMT Al-Ikhwan Suralaga cerdas dalam berkomunikasi dengan para anggota, para staff KS BMT Al-Ikhwan Suralaga kreatif dalam menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, dan para staff KS BMT Al-Ikhwan Suralaga inovatif dalam melakukan pelayanan.

Dalam hal ini, staff KS BMT Al-Ikhwan Suralaga yang cerdas merupakan staff yang mampu memahami, menghayati dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. Dengan sifat ini, staff KS BMT Al-Ikhwan Suralaga dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan dalam melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan, staff KS BMT Al-Ikhwan Suralaga penting untuk mengaplikasikan sifat ini dalam menjalankan tugasnya agar bisa menjadi seorang pebisnis yang sukses. Terutama dalam menghadapi persaingan yang tidak sehat; kotor, *corrupted*, *complicated*, chaos (kacau balau) dan *sophisticated*.

Manfaat implementasi CRM *Customer Relationship Management* Dalam Perspektif Islam

Manfaat pelayanan yang diberikan dengan mengedepankan prinsip-prinsip di KS BMT Al-Ikhwan Suralaga yaitu: Para manajer dan staf yang bisa memberikan pelayanan dengan penuh kejujuran (*siddiq*), dapat dipercaya (*anamah*), argumentatif dan komunikatif (*tabligh*), serta cerdas dan bijaksana (*fathanah*), anggota akan lebih tertarik untuk menggunakan produk yang ada di KS BMT Al-Ikhwan Suralaga, menjalin silaturahmi yang baik dengan anggota, antara manajer dengan shareholder, dan antara manajer dan staf, serta bisa mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat. Karena, dalam pelayanan yang mengedepankan prinsip-prinsip Islami akan mendapatkan keuntungan yang berkah, anggota akan tertarik untuk tetap setia dalam menggunakan jasa di KS BMT Al-Ikhwan Suralaga. Manfaat besar berbisnis berdasarkan prinsip Islam di antaranya (Rahim & Nirwana, 2020):

Keberkahan: Semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka perdagangan Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia.

Keberlangsungan: Target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat exist dalam kurun waktu yang lama.

Pertumbuhan: Jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

Target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri: Target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

Benefit (Manfaat): Benefit (manfaat) yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis sampaikan, dan setelah mengadakan penelitian, serta penelaan secara seksama maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Mewujudkan pelayanan yang Islami yaitu dengan membuat program-program yang dapat menumbuhkan kesadaran para manajer dan staf KS BMT Al-Ikhwan Suralaga terutama kesadaran akan menanamkan sifat kejujuran (*Shiddiq*), dapat dipercaya (*Amanah*), argumentatif dan komunikatif (*Tabligh*), serta Cerdas dan Bijaksana (*Fathonah*) dengan menerapkan prinsip dasar yang telah ditetapkan Islam mengenai pelayanan atau berbisnis yaitu tolok ukur dari kejujuran, tanggung jawab, kepercayaan, dan ketulusan.
- 2) Manfaat pelayanan yang mengedepankan prinsip-prinsip Islami bagi para manajer dan staf di KS BMT Al-Ikhwan Suralaga yaitu, anggota akan tertarik untuk terus setia menggunakan produk yang ditawarkan oleh KS BMT Al-Ikhwan Suralaga, menjalin silaturahmi yang baik antara manajer dan shareholder, antara manajer dengan staf, dan antara manajer dan staf dengan anggota. Selain itu, para antara manajer dan staf di KS BMT Al-Ikhwan Suralaga juga bisa mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat. Karena mencari rezeki berdagang dengan cara (*Siddiq*, *Amanah*, *Tabliq*, *Fhatonah*) sehingga bisa mendapat keberkahan dari Allah SWT.

Referensi

- Ahmadi. (2020). Meningkatkan Loyalitas Nasabah Melalui *Customer Relationship Management* Dan Kepercayaan (Survey Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sarolangun). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 47-60.
- Akbar, T., & Nabiha, A. S. (2022). Objectives and measures of performance of Islamic microfinance banks in Indonesia: the stakeholders' perspectives. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 124-140.
- Ankholiyah, N., Abidin, Z., & Badrudin. (2020). Bahasa Tabligh yang Efektif Dalam Perspektif Al-Quran (Studi Tafsir Maudhu'i Qaulan Baligha Q.S An-Nisa ayat 63). *AdZikra: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 11(1), 68-87.
- Awaliah, D., Rahman, A., & Kuswana, D. (2020). Manajemen Strategik Customer Relationship Management (CRM) dalam Menjaga Loyalitas Donatur. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(4), 337-356.
- Dewnarain, S., Ramkissoon, H., & Mavondo, F. (2019). Social customer relationship management: An integrated conceptual framework. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(2), 172-188.
- Erfariani, S. A., & Susanti, E. D. (2021). Penerapan Strategi Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Nissi Furniture Surabaya). *Jurnal Revolusi Indonesia*, Vol. 1 (No. 5), 411-429.
- Gu, W., Luan, X., Song, Y., & Shang, J. (2022). Impact of loyalty program investment on firm performance: Seasonal products with strategic customers. *European Journal of Operational Research*, 299(2), 621-630.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Imasari, K., & Nursalin, K. K. (2011). Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. BCA Tbk. *Fokus Ekonomi*, 185.
- Juanamasta, I. G., Wati, N. M. N., Hendrawati, E., Wahyuni, W., Pramudianti, M., Wisnujati, N. S., ... & Umanailo, M. C. B. (2019). The role of customer service through customer relationship management (Crm) to increase customer loyalty and good image. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 2004-2007.
- Kim, Y. S., & Baker, M. A. (2020). Customers' reactions to other customer caused service failures: the effects of tie strength on customer loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(6), 682-701.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kumar, M., & Misra, M. (2021). Evaluating the effects of CRM practices on organizational learning, its antecedents and level of customer satisfaction. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 36 (1), 164-176.

- Ledro, C., Nosella, A., & Vinelli, A. (2022). Artificial intelligence in customer relationship management: literature review and future research directions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 48-63.
- Lubis, A., Dalimunthe, R., Absah, Y., & Fawzee, B. K. (2020). The influence of customer relationship management (CRM) indicators on customer loyalty of sharia based banking system. *Lubis, A*, 84-92.
- Moeleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: : PT Remaja Rosdakarya.
- Moosa, R., & Kashiramka, S. (2022). Objectives of Islamic banking, customer satisfaction and customer loyalty: empirical evidence from South Africa. *Journal of Islamic Marketing*.
- Novita, I., & Mardian, I. (2022). The Effect Of Management Customer Relationship On Customer Loyalty. *Dimensi, Volume 11* (Nomor 1), 1-11.
- Putri, S. B., & Trenggana, A. F. (2020). Impact Of Customer Relationship Management (Crm) On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Watsons In Bandung. *e-Proceeding of Management, Vol.7*(No.1), 1258-1264.
- Rahim, R., & Nirwana, S. (2020). Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya Menjadi Pasar Islami Berbasis FAST (Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq) di Daya Kota Makassar. *Ar-Ribh: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 61-80.
- Roisah, R., Iskandar, I., Mahanka, R., & Trijumansyah, A. (2019). Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Customer Relationship Management (Studi Kasus Pada Point Media Sejahtera). *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 80-88.
- Safira, T., Saleh, M. Y., & Remmang, H. (2020). The Effect of Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero), Ambon. *Indonesian Journal of Business and Management*, 66-70.
- Saifullah, M. (2011). Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Walisongo*, 19(1), 127-156.
- Zainal, V. R., Basalamah, S., Yusran, H. L., Veithzal, A. P., & Djaelani, F. (2017). *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*. Jakarta: Bumi Aksara.

Lingkaran Ulil Abshar Abdalla dan Negosiasi Keberagamaan di Indonesia: Investigasi atas “Ngaji Ihya Online”

Muhammad Saifullah

Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) ANNUR Yogyakarta

INFO ARTIKEL

Received: 1 Desember 2022
Accepted: 20 Desember 2022
Published: 21 Desember 2022

Email Penulis:
msaifullah@iiq-annur.ac.id

ABSTRAK

Jika sebelumnya aktivitas di dunia virtual merupakan salinan dari apa yang terjadi di dunia nyata, barangkali sekarang ceritanya berbeda. Di ruang keberagamaan misalnya, orang bisa menemukan dengan mudah beberapa ritual luring yang murni lahir sebagai anak dari negosiasi antara dunia maya dan nyata. Ngaji Ihya' Virtual (NIV) dan Kopdar Ngaji Ihya' (KNI) boleh kiranya disebut sebagai bentuk nyata dari pola barusan. Artikel ini tertarik untuk melihat lebih jauh proses pergeseran yang pecah dalam tubuh NIV hingga membuahkan KNI, kekhususan masing-masing dari mereka, dan apa saja yang memungkinkan perubahan di atas hadir di Indoensia. NIV untuk kali pertama muncul sebagai kajian rutin yang dipelopori Ulil Abshar Abdalla melalui akun Facebooknya. Karena dirasa laku dan bahkan mendapatkan banyak apresiasi, beberapa bulan selepasnya, Abdalla memutuskan untuk membentangkan sayap NIV menjadi KNI. Di level NIV, seseorang hanya bisa melihat Abdalla duduk bersila di suatu ruang dengan meja di depannya berlatar televisi sembari menjelaskan kitab Ihya'. Adapun di Kopdar ia akan menemukan nuansa yang sama sekali berbeda, baik dengan bentuk daringnya atau pun model kajian Ihya' di pesantren, seperti soal hidangan, keakraban sampai konten ngaji. Darinya, saya merasa penting untuk menginvestigasi bagaimana pergeseran tersebut bisa muncul dan pada titik apa keduanya saling bernegosiasi dalam membentuk suatu praktik keberagamaan baru di dunia Islam, terlebih Pesantren—sebagai ibu kandung dari ngaji Ihya'. Walhasil, artikel berpendapat bahwa kemunculan itu berkelindan dengan beragamnya fitur yang dimiliki Facebook, ketokohan Abdalla, dan kecenderungan generasi Muslim baru melek teknologi yang secara tanpa sadar menuntut adanya negosiasi di muka.

Kata kunci: Ngaji Ihya' Online, negosiasi keberagamaan, Kajian Pesantren, Kopdar Ngaji Ihya'.

A. Pendahuluan

Di beberapa kalangan, citra dunia maya atau internet cenderung negatif, terlebih bagi para orang tua yang anak-anaknya usai akrab dengan gawai sejak dini. Namun, terlepas darinya, internet memiliki kontribusi yang besar atas lahirnya beragam praktik keagamaan daring, termasuk dakwah, yang barangkali di level luring tidak ditemukan (Anderson, 2003; O'Leary, 1996). Ia juga merupakan lahan subur bagi tumbuhnya bermacam pemahaman Islam. Mulai dari yang inklusif, sejenis tengah, eksklusif, sampai yang ekstrim mampu bernapas lega di dalamnya yang oleh sebab itulah banyak antropolog mulai fokus dengan apa yang disebut sebagai “*digital anthropology*”—yaitu bagaimana internet berhasil mewujudkan suatu dunia nyata kedua tempat banyak sekali kultur-kultur unik memamerkan taringnya (Horst and Miller, 2012).

Praktik *ngaji Ihya'* virtual, dalam banyak titik, saya kira adalah salah satu bentuk konkretnya. Bagi para pengguna Facebook di Indonesia, terutama santri, tentu istilah di muka terdengar familier. Ia merupakan kajian daring atas kitab *Ihya' Ulumuddin* karangan Imam Ghazali yang dilakukan melalui fitur *live* di Facebook dengan Ulil Abshar Abdalla sebagai kiainya—meminjam bahasa para jemaahnya—dan Ienas Tsuroiya, istri dari Abdalla sendiri, sebagai nahkodai (baca admin). Untuk melacak *Ngaji Ihya'* virtual (NIV) cukup mudah sebab ia memiliki *fan-page* khusus tempat semua pengajian daring berlangsung, yakni *Ulil Abshar-Abdalla*. NIV dilaksanakan seminggu sekali secara cukup lentur tergantung situasi dan kondisi, tapi jadwal *default*-nya setiap Kamis malam Jumat pukul 20.00 WIB.¹

2017 adalah tahun tak terlupakan bagi Abdalla dan para jemaah ngaji. Pasalnya, di pertengahan tahun itu, 27 Mei, NIV pertama kali hadir di dunia dengan Bekasi sebagai tempat lahir. Layaknya kebanyakan adik bayi, ia merangkak perlahan sampai akhirnya mulai bisa berdiri beberapa bulan selepasnya dan mendapatkan momentum pada kisaran Juli 2017.² Momentum yang saya maksud adalah adanya permintaan untuk mengadakan *Kopdar Ngaji Ihya'* (KNI) yang langsung disambut *sumringah* oleh Abdalla dan admin. Walhasil, pecahlah KNI di Jakarta untuk kali pertama sebagai kajian luring yang murni muncul dari praktik keagamaan daring atau online—yang oleh Cambell (2011) disebut *religious negotiation*.

Akhirnya, artikel ini berkesempatan untuk melempar investigasi atas kajian virtual *Ihya' Ulumuddin* Ulil Abshar Abdalla di Facebook seputar apa yang memungkinkannya bertransformasi dari daring menuju luring serta bagaimana kondisi masing-masing dari mereka. Pertanyaan kedua berjumbuh dengan karakteristik antara yang *Kopdar* dengan yang *Online* atau boleh juga dibilang bahwa di sini akan dilihat apa saja yang hilang dari NIV ketika berada di level KNI dan apa yang tumbuh. Secara umum, penemuan artikel bersemayam pada kalimat: ketokohan Abdalla, fitur-fitur media sosial, terutama Facebook, yang semakin akrab dengan kebutuhan, serta kecenderungan generasi Muslim baru melek teknologi adalah tiga hal paling bertanggung jawab atas kemungkinan-kemungkinan di muka.

B. Kajian Literatur

Adanya pergeseran seperti di atas seiring dengan apa yang menjadi kajian Larsson seputar Muslim dan media baru, hanya saja ia berada di posisi sebaliknya: dari dunia nyata menjadi dunia maya. Akan tetapi, kendati demikian, pola-pola yang akan muncul tentu tidak akan berbeda jauh, yakni seputar apa saja yang beranjak hilang dan yang mulai tumbuh. Secara umum, Larsson (2011) berkesimpulan jika media baru tidak saja menuntut adanya regulasi baru dalam beragama, tapi juga menantang otoritas yang sebelumnya dipegangi erat. Hal senada bisa dijumpai dalam tubuh NIV, yaitu tentang kekhawatiran salah satu dari jemaah soal bagaimana nantinya jika *Ngaji Ihya'* divirtualkan akan berdampak pada hilangnya sikap *ta'dhim* atau hormat kepada kiai di satu sisi dan pupusnya kebersamaan antar-jemaah. Namun

¹ Wawancara pribadi dengan Mbak Admin, Ienas Tsuroiya, melalui WhatsApp pada 27 September 2018.

² Ini bisa diamati melalui tulisan redaktur, "Apa Tujuan Kiai Ulil Abshar Abdalla Ngaji Ihya'?" dalam <https://alif.id/read/redaksi/apa-tujuan-kiai-ulil-abshar-abdalla-ngaji-ihya-b209953p/> diakses pada 24 September 2018. Dalam halaman resmi NIV, Mbak Admin mengunggah tulisan tersebut, sehingga validitasnya bisa dipertanggungjawabkan.

rupanya—seturut pengakuan yang bersangkutan—kecemasan itu hilang seiring dengan berjalannya NIV.

Kecemasan yang dirasakan jemaah di muka, saya rasa menemukan rekannya saat Fuchs memutuskan untuk menyoal kembali tesis Castell tentang bagaimana internet, terutama media sosial, telah membunuh kharisma ketokohan seseorang (Castell, 2012). Fuchs (2012) menemukan fakta berbeda bahwa meski media sosial sudah membuat semua orang menjadi pakar (*expert*), ternyata di beberapa level kharisma ketokohan layaknya di dunia nyata masalah berlaku. Pada kasus NIV, barangkali posisi Abdalla sebagai kiai tidaklah terancam dan justru malah menemukan bentuknya.

Selain Fuchs, Castells, dan Larsson, beberapa studi terkait praktik keberagamaan virtual dan hubungannya dengan praktik luring usai banyak bermunculan. Adalah Fatimah Husein dan Martin Slama, Eva F. Nisa, Dayana Lengauer, Wahyudin Halim, dan Hew Wai Weng. Husein dan Slama (2018) fokus pada isu kesalihan daring (*online piety*) yang ternyata di dalam lingkaran tempat mereka teliti ada semacam reinterpretasi atas konsep *riya'*, sehingga memungkinkan mereka tidak segan untuk berbagi apa pun yang patut disombongkan dengan tujuan tertentu di media sosial. Nisa (2018) lebih pada gerakan *One Day One Juz* (ODOJ) yang sebentar lagi akan menjadi kultur—tegas salah satu narasumbernya—selepas sekian lama mewujudkan *life-style* lantaran dua hal: peran beberapa aktor kunci dan teroptimalkannya internet.

Adapun Lengauer (2018) meneliti gerakan perempuan muda Muslim di Bandung, *The Great Muslimah*, yang pergerakannya lebih pada hal-hal praktis seperti membangunkan tahajud melalui beragam aplikasi media sosial, seperti LINE, WhatsApp, Blogging, dan sebagainya. Satu spektrum dengan Lengauer adalah Halim yang tertarik untuk mengungkap rahasia di balik pencapaian organisasi As'adiyah di Sulawesi Selatan dalam menelurkan banyak penceramah berelektabilitas tinggi yang kata kuncinya juga bersemayam pada media sosial (Halim, 2018). Kemudian terakhir, Weng (2018), dalam kajiannya atas Felix Siauw berkesimpulan jika pergerakan Siauw berkelindan dengan pilihan target khalayak—yang nyaris semuanya dari Muslim kelas menengah (*young middle-class Muslim*)—dan manuver bisnisnya untuk membuat buku-bukunya laku di pasaran.

D. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan upaya online untuk mengungkap fenomena virtual keagamaan dalam Facebook. *Fanpage* Facebook Ulil Absar Abdalla dan Ienas Tsuruiya yang aktivitas virtualnya membacakan Ihya Ulumuddin mingguan itulah yang saya tuju di sini. Ada langkah-langkah yang akan saya terapkan. Pertama, mengklasifikasikan semua rekaman *live* NIV yang diunggah oleh admin. Langkah ini membantu saya untuk mengetahui masalah apa yang sebenarnya menjadi fokus NIV dan mengapa. Kedua, mengamati respons yang muncul baik dari yang mengaku sebagai santri maupun sebaliknya yang rutin mengikuti pengajian. Namun, ini juga akan mencakup wawancara pribadi dengan administrator untuk mengetahui lebih banyak tentang NIV, respons offline, lingkarannya, dan semua yang ada di belakang mereka. Terakhir, saya juga akan mewawancarai beberapa murid NIV dalam kondisi sebenarnya. Ini sangat membantu saya sehubungan dengan peralihan dari NIV ke KNI.

E. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Ngaji Ihya' Online sebagai ekspresi kerinduan

Sebagaimana dijelaskan sendiri oleh Abdalla, pendiri NIV, *Ngaji Ihya' Virtual* sengaja dilahirkan untuk dua hal: kerinduan yang mendalam atas *ngaji* di pesantren dan media sosial yang sering dipakai untuk menebarkan konten-konten negatif.³ Pertama bermula dari Abdalla yang merasa ingin kembali merasakan suasana *ngaji* di Pesantren, terlebih ketika bulan Puasa. Di pondok, lanjut Abdalla saat bulan Ramadan, santri-santri bisa *ngaji* tanpa henti sejak pagi sampai tengah malam. Sebagaimana rindu pada umumnya, Abdalla memerlukan obat dan akhirnya dipilihlah *Ngaji Ihya' Online*. Abdalla mengatakan, “Niat saya sebetulnya, murni dari awal karena saya kangen ingin *ngaji* saja. Dulu waktu *nyantri* di kampung itu setiap bulan Ramadan punya tradisi *ngaji* selama sebulan penuh dari pagi sampai jam 12 malam, *nonstop*. Lalu, saya kok rasanya kok ingin kembali melakukan itu.” Bentuk awalnya, NIV memang berupa *ngaji ramadanan* yang karena ada beberapa permintaan dilanjutkan menjadi kajian rutin mingguan secara daring.

Adapun kedua baru disadari belakangan oleh Abdalla bahwa rupanya kerinduan teologisnya bisa dipakai juga untuk kepentingan praktis, yakni sebagai arus penyeimbang konten-konten negatif yang menyampah di media sosial. Ide ini datang dari istri Abdalla yang jugalah merupakan admin dari *fan-page* resmi NIV. Jadi, boleh dibilang, apa yang ada di balik NIV adalah peribahasa *sambil menyelam minum air*. Lebih lanjut, Abdalla menceritakan: “Motif ini belakangan ditambahkan oleh istri saya dan saya setuju, yaitu banyak konten-konten di dunia maya terutama di *medsos* yang negatif. Yang berbau fitnah. Nah, kenapa kita tidak *bikin* konten yang positif? Supaya masyarakat tidak dikuasai oleh konten-konten yang berbau fitnah.”⁴

Karena NIV bertujuan pula untuk memberi keseimbangan wacana di media sosial terkait keberagamaan, maka bisa diterima kiranya mengapa yang dipilih adalah kitab *Ihya' Ulumuddin* karya Imam Ghazali. Porsi terbesar dari *Ihya'*, selain fikih, adalah etika, tata cara untuk menjadi Muslim yang efektif. Dengan *Ihya'*, seseorang akan belajar mengenai lapisan *Islam*, *Iman*, dan *Ihsan*, sehingga ketika sudah terbiasa dengan semuanya tidak mungkin kiranya masyarakat Katolik—misalnya—akan merendahkan Muslim. Pendeknya, melalui *Ihya'*, Muslim diandaikan untuk menjadi pribadi yang seimbang, pribadi yang lebih dulu menata diri sebelum menata liyan, dan sejenisnya. Untuk poin terakhir, di situlah barangkali titik temu antara warganet, *Ngaji Online*, dan *Ihya' Ulumuddin*. “*Ihya'* itu cara terbaik untuk memahami agama secara komprehensif. Tidak sepotong-potong dan membuat keberagamaan Muslim berlapis-lapis,” tutur Abdalla.

Selain untuk memberi wacana positif di dunia maya, gaya daring dipilih demi tujuan efisiensi. Jika *ngaji* luring misalnya, mengharuskan seseorang atau sebut saja santri meluangkan waktu khusus, tenaga, dan biaya kendaraan buat pergi ke lokasi kajian, maka *ngaji* daring tidak. Santri *online*—bahasanya Mbak Admin untuk menyebut para jemaahnya—bisa turut berpartisipasi hanya dengan menyediakan kuota yang cukup. Itu pun bisa dilakukan

³ Dalam https://www.youtube.com/watch?time_continue=9&v=Rhwxd0IPMa4 diakses pada 25 September 2018.

⁴ Lihat https://www.youtube.com/watch?time_continue=9&v=Rhwxd0IPMa4 diakses pada 25 September 2018.

sambil menyelesaikan pekerjaan lainnya. Dengan ungkapan lain, efisiensi yang dimaksud Abdalla terletak pada bagaimana NIV bisa dilakukan di sela-sela seseorang melakukan kegiatan lainnya yang dirasa lebih penting. Satu lagi, ketika seseorang tahu jika NIV hanya dikelola oleh dua orang, Abdalla dan Mbak Admin, barangkali tidak berlebihan jika pengelolaan *ngaji* ini juga efisien.

Pola efisiensi seperti ini sebetulnya masih menuai pro dan kontra di kalangan peneliti. Mueser, Yarnold, dan Bryant (1987) ketika meneliti kecenderungan-kecenderungan yang unik dari tipe manusia menemukan jika tipe A lebih dekat dengan *hurry sickness* (satu sindrom ketika seseorang merasa waktu berjalan terlalu cepat) ketimbang tipe B. Ketika seseorang diklaim lebih rentan mengalami *hurry sickness* itu artinya ia rawan terkena gangguan hati, jantung, kecemasan mendalam dan sejenisnya. Barton Sparagon menambahkan jika penyebab utama *hurry sickness* adalah pemerataan teknologi. Saat dulu seseorang hanya akan bekerja di depan komputer atau gawai saat di kantor saja—sebab hanya ada di situ—maka hari ini, saat di rumah pun seolah mereka secara tidak sadar dipaksa untuk membuka kembali komputer, email, melayani klien via telpon, dan sejenisnya. Bagaimanapun pola hidup demikian jika dilakukan secara rutin akan berdampak pada stres. Hal senada barangkali juga dialami para jemaah NIV. Kendati—dilihat dari komentarnya—tampak baik-baik saja, efisien serta tidak mengganggu aktivitas lain, tidak menutup kemungkinan mereka juga sedang dikejar-kejar oleh waktu. Jika memang demikian, pola efisiensi di atas penting untuk dipertanyakan kembali, terlebih jika ada kasus seperti yang dialami pemilik akun Saleh: ia mengikuti NIV ketika berada di tengah forum.

Bayang-bayang Facebook

Berbeda dengan komunitas perempuan muda-nya Lengauer yang memanfaatkan beragam media sosial sebagai tumpuan aktivitasnya, *Ngaji Ihya'* ini hanya mengoptimalkan Facebook. Sejauh penyelaman saya, ada tiga fitur yang tidak disia-siakan begitu saja oleh Abdalla dan Mbak Admin: siaran langsung (*live video*), kolom unggahan, dan kolom komentar. Pertama boleh dikata sebagai jantung dari NIV lantaran melalui itulah pengajian secara daring berlangsung. Dari pihak Abdalla, selaku kiai, biasanya tempat yang di pilih adalah ruangan agak lebar dengan latar televisi di belakangnya dengan meja di depannya. Di atas meja tergeletak laptop dan dua sampai tiga kitab lain di luar kitab *Ihya'* yang sedang dikaji. Jarak sekitar satu meter di depan meja berdiri gawai disangga tripod yang sedang *live video*.⁵

Dari beberapa video, kadang di atas mejanya tampak gelas yang mungkin saja berisi kopi atau hanya air putih hangat. Sepiring camilan tidak pernah tampak. Kondisi sekitarnya juga sunyi, sehingga para santri *online* bisa lebih jernih mendengar pengajiannya. Adapun mengenai penampilan Abdalla beberapa bulan terakhir lebih sering menggunakan blangkon ketimbang peci hitam, apalagi putih, yang seirama dengan taplak meja bermotif batik tempat tubuhnya beberapa kali bertumpu. Mengenai isi kajian, Abdalla selalu memulainya dengan tawasul, berkiriman doa pada para nabi, pengarang-pengarang kitab, dan guru. Jika NIV bertepatan dengan hari tertentu, biasanya juga Abdalla memberi pengantar seputar hari tersebut, sebagaimana bisa diamati dalam NIV ke-90 yang pecah pas tanggal 10 *sure*, 20 September

⁵ Diamati melalui <https://www.facebook.com/ulil67/videos/10160039872425533/> diakses 26 September 2018.

2018. Namun jika tidak, maka pengajian langsung dilanjutkan. Gaya penjelasannya tidak berbeda jauh dengan yang ada di pesantren-pesantren, hanya saja makna yang dimunculkan langsung bahasa Indonesia: pertama-tama dijelaskan makna bahasanya, lalu pemahaman secara utuh.⁶

Persis di lapisan ini, apa yang dilakukan Abdalla cukup menjawab kegelisahan Yusuf Qardlawi ketika berkomentar seputar dakwah di dunia virtual seperti yang disinggung Larsson. Berpijak pada artikelnya Bettina Graf (2008), Larsson berpendapat jika apa yang selalu *diwanti-wanti* Qardlawi ketika Islam sudah masuk dunia virtual adalah kesadaran konteks. Seolah Qardlawi ingin bilang bahwa ketika seseorang tengah mendengarkan khotbah, seminar, atau semacamnya di dunia maya, satu hal yang harus ia pegang, yakni kesadaran jika konten khotbahnya berkelindan dengan konteks tempat asal suara. Semisal situs yang diakses Timur Tengah, sedangkan pendengarnya di Indonesia, maka bagaimanapun mereka tidak bisa langsung menelan, tapi dikunyah dulu. Abdalla cukup menyadari ihwal tersebut, sehingga dipilihlah gaya menerjemahkan perlahan dalam bahasa Indonesia, baru penjelasan utuh. Larsson (2011) menulis:

“To meet the demands of the global Muslim audience, but also in order to harmonise with the new technologies and their limitations, it was emphasized by the staff at IslamOnline.net rather than specific or individualized. This principle was based on the fact that a *fatwa* posted on the internet can be read by several individuals who are situated in different local contexts. As a result, it is neither possible nor important to give a specific answer adjusted to fit a unique individual and his or her context.”

Adapun dari sisi jemaah NIV, mereka bisa mengungkapkan apa saja yang dirasakan melalui kolom komentar yang tersedia saat siaran langsung. Di sela pengajian berjalan mereka bisa dengan bebas berkomentar, termasuk obrolan dengan sesama jemaah. Kondisi daring serta fitur siaran langsung memungkinkan fenomena ini muncul ke permukaan. Jika di pengajian luring, jemaah hanya boleh berpendapat selepas kajian rampung atau ketika dipersilahkan. Akan tetapi, tatkala masuk ke dunia maya, semua tidak bisa ditebak. Tidak lupa juga, semisal Mbak Admin suasana hatinya lagi cerah, dia akan membalas komentar-komentar yang ada. Terkadang ada pula yang berkeluh kesah seputar jaringan, baik dari pihak Mbak Admin atau miliknya sendiri (Tsuruiya, 2018).⁷ Miller (2011), saat bercerita tentang Burton, dia mendapatkan sesuap kesimpulan jika bagi sebagian orang—bahkan kebanyakan—Facebook adalah ihwal yang nyata. Ia tidak lagi maya, tapi kenyataan itu sendiri. Para jemaah NIV dilihat dari keakraban yang dibangun saya rasa juga merasakan seperti yang dialami Burton dalam kisah Miller, sehingga potret komentar di NIV menjadi begitu hidup dan asyik.

Namun, kendati demikian, keakraban yang mereka ciptakan tetap berada dalam koridor kesopanan layaknya santri pada kiainya. Banyak di antara mereka yang izin dulu sebelum memutuskan untuk ikut NIV. Ada yang menggunakan bahasa jawa halus seperti, *nderek ngaos, yai* (Izin ikut kajian, kiai) ada yang, “maaf telat”, dan sebagainya. Diamati dari sudut lebih luas, ini menandakan masih adanya nuansa kesentralan (*authority*) seperti yang dijelaskan oleh Fuchs dalam kritiknya atas Castell. Kala Castell (2015) mengatakan bahwa pergerakan sosial yang bertumpu pada media sosial tidak membutuhkan kepemimpinan plus lebih otonom,

⁶ Bisa dilihat <https://web.facebook.com/ulil67/videos/10161052419615533/> diakses pada 25 September 2018.

⁷ Ienas berkisah tentang beberapa kejadian menggemaskan yang terjadi di Yogyakarta ketika ada undangan mengisi kajian seputar HAM di Asia Pasifik.

maka Fuch (2012) sebaliknya. Dalam kasus NIV, polanya lebih mirip dengan Fuchs, hanya atmosfernya cenderung lebih lentur: kepemimpinan tetap ada, tapi itu bukan berarti pihak jemaah dikooptasi sama sekali hingga tak bisa bersuara.

Selanjutnya, kolom unggahan dan komentar utama dipakai buat semacam papan pengumuman santri jika diibaratkan dengan pondok. Andai ada apa pun menyangkut *ngaji*, di luar unggahan video hasil siaran langsung, Mbak Admin akan segera mengumumkan di linimasanya. Tidak jarang pula, itu langsung ditangani oleh Abdalla melalui akun pribadi Facebooknya. Lalu, sebagai petanda keaktifan, Mbak Admin memanfaatkan kolom komentar untuk merespons siapa saja yang dirasa perlu mendapatkan. Penting dicatat di sini bahwa antara akun halaman resmi NIV dan akun pribadi Abdalla—dalam konteks NIV—tidak bisa dipisahkan. Pasalnya, beberapa video yang ada di akun pribadi tidak bisa dijumpai di akun halaman, begitu juga sebaliknya. Bahkan, jika boleh membandingkan, jemaah lebih suka mengunjungi akun Abdalla ketimbang halaman resmi. Seperti unggahan *ngaji* ke-90, halaman 936, pada 20 september, yang berhasil menuai 404 komentar dan 8000 tayangan, sedangkan di *fan-page* tidak mendapatkan apa pun sebab memang tidak diunggah.

Bila jumlah tayangan bisa disamakan dengan jumlah jemaah, maka 8000 adalah angka yang tidak saja banyak, tapi sangat banyak—mengetahui kajian *Ihya'* luring biasanya hanya berkisar ratusan. Lagi-lagi, fenomena seperti ini bisa mungkin terjadi di dunia virtual yang oleh sebab itu Miller (2011) berkesimpulan jika Facebook merupakan salah satu media tempat orang-orang bisa berinteraksi satu sama lain tanpa harus canggung. Bila umpamanya pada kasus *ngaji Ihya'* daring masih memungkinkan adanya beberapa orang yang malu untuk ikut, maka ini tidak terjadi di dunia maya, sehingga berakibat pada membengkaknya jumlah peserta NIV.

Masih soal kolom komentar, banyak pula dari santri *online* memanfaatkan itu untuk menyebut lokasinya masing-masing. Ini semacam menunjukkan jika *Ngaji Ihya' Online* memiliki jangkauan yang jauh lebih luas ketimbang luring. Ada yang bilang, “Nyimak dari Salatiga”, seperti ditulis oleh akun bernama Ibrahim Alfian. Ada yang, “Tulungagung hadir kyai”, yaitu oleh akun Wira Ardi. Dan ada pula yang cukup dengan menuliskan daerah tempat ia tinggal. Akun Ali As Umpanya yang sebatas menulis, “Ubud”—menandakan posisinya dari Ubud, Bali. Keakraban semacam inilah, meminjam bahasa salah satu jemaah, yang mungkin dimaksud Larsson (2011) sebagai *new media, new forms of behavior*. Jadi, ketika sebelumnya media sosial kerap dilihat sebelah mata sebagai pihak yang paling bertanggungjawab atas matinya sosial (Piliang, 2003), ternyata masih menyisakan beberapa celah tempat suatu *new form of behaviour* lahir. Belum lagi ketika tahu bahwa ada sebagian jemaah yang setibanya akrab satu sama lain kala bertemu di *Kopdar*, padahal sebelum itu mereka hanya saling melempar komentar di Facebook.

Lingkaran pesantren dan kajian *Ihya'* Ulumuddin

Saat menjelaskan perubahan pola merasa homo sapiens yang cukup signifikan pasca-revolusi pertanian 9000 abad sebelum masehi, Harari (2017) berpendapat jika apa yang menjadi selera atau pun rasa takut manusia sangatlah berjumbuh dengan lingkungan sekitar, terutama pengalaman pribadi yang traumatik. Jika apa yang menjadi kesimpulan Harari ini benar, maka kerinduan Abdalla tidak bisa kita situasikan sebagai sesuatu yang sederhana.

Namun, ia merupakan gejala yang kemungkinan besar juga tengah dialami banyak orang dengan pengalaman mirip. Paling tidak kisah bahwa mereka sama-sama pernah merasakan *ngaji ramadanan* di Pesantren.

Jika dilacak satu persatu, siapa saja yang aktif berdiskusi di kolom komentar, ternyata banyak yang dari kalangan pernah *nyantri*. Beberapa darinya yaitu akun Ackie Udin, Inda Najah, dan Rifky Ahmad. Ackie Udin yang kesantriannya bisa dilacak lewat foto-fotonya ini tampak sering membuka obrolan dengan Rifky Ahmad seputar hal-hal privat seperti keluarganya, kondisi kuota, dan sejenisnya. Rifky Ahmad selain merespons balik Udin, ia juga tidak jarang menjawab beberapa pertanyaan yang muncul dari santri lain: sampai halaman berapa umpanya. Dan Inda, alumni Lembaga Tinggi Pesantren Luhur Malang (LTPLM), lebih suka sekadar ikut bergabung dalam obrolan, kadang sebatas bilang terima kasih, kadang turut mengungkapkan simpati. Kendati terasa sederhana, namun hal-hal seperti ini memiliki kontribusi yang kuat di dunia virtual, terutama media sosial. Setidaknya, potret tersebut melemparkan pesan keakraban dan dinamika—bahwa *ngajinya* benar-benar hidup—yang secara tanpa sadar pula orang-orang akan menjadi tertarik untuk turut berpartisipasi.

Pertanyaannya kemudian, mengapa akun-akun seperti Rifky Ahmad—yang mengaku sedang bekerja di Pesantren Al-Falah, Songgom, Brebes—di muka memutuskan untuk aktif? Tentu jawabannya terletak pada apa yang disebut Harari di atas sebagai konstruksi rasa oleh realitas dan pengalaman. Baik Rifky atau dua akun lainnya merupakan santri, pernah *mondok*, pernah mengalami *ngaji puasa*, sehingga perasaan rindu tentu ada. Pendeknya, jika Abdalla membunuh rindu itu dengan menjadi kiainya, maka tiga akun barusan nyaman berada di posisi santri. Satu keseimbangan yang saya pikir memiliki peran penting di balik suksesnya NIV.

Persinggungan sejarah semacam ini tidak hadir tanpa bekas. Kenyataan bahwa bahasa yang kerap dipakai, baik oleh pihak Mbak Admin, Abdalla, dan jemaah, sarat dengan simbol-simbol pesantren merupakan bekas paling nyata. Berpijak pada asumsi jika suatu bahasa selalu satu frekuensi dengan apa yang dipahami khalayak, maka tidaklah mengherankan bila di halaman resmi NIV, termasuk akun Abdalla, bertebaran kosakata seperti lurah pondok, kiai, santri, berkah, doa, *nderek ngaos*, dan sebagainya. Kalau boleh meminjam bahasanya Wittgenstein ini adalah bagian dari *language game* (Wittgenstein, 1958; Grayling, 1996). Sekilas memang remeh, tapi mampu berdampak luar biasa pada konstruksi kesadaran. Ada semacam nuansa bahwa Facebook usai menjadi pesantren virtual tersendiri bagi pihak-pihak yang melibatkan diri di situ.

Adapun soal kitab *Ihya' Ulumuddin*, ini bisa kita dekati dari dua arah, *ma fih* dan *ma haulahu* (Khulli, 1961). Level pertama jatuh pada alasan Abdalla sendiri mengapa memilih *Ihya'* sebagaimana sudah disinggung sebelumnya. Adapun tataran kedua pada wujud *Ihya'* itu sendiri di satu sisi dan pengarangnya, Imam Ghazali, di sisi lainnya. Keduanya ibarat simbol yang melekat dengan pesantren persis seperti ketika Van Bruinessen (1999) mengidentikkan kitab kuning dan santri. Suatu simbol—bagi mereka yang pernah memiliki hubungan dengan pesantren—yang bisa memicu aktivitas *recall* atas kondisi tertentu. Orang barangkali bisa menamakan ini sebagai nostalgia masa lalu. Saat saya sempat bertemu dengan salah satu santri *online* di sebuah kafe Yogyakarta dengan nama akun M Mamba'ul Hakim,⁸ dia bercerita sejenak bagaimana ketika kali pertama kenal NIV, setibanya yang muncul di benaknya adalah

⁸ Wawancara pribadi dengan Mambaul Hakim di Griyo Kafe, Yogyakarta, 27 September 2018.

kenangan-kenangan waktu di pesantren. Walhasil, ikutlah Hakim kajian tersebut meski tidak rutin.

Dengan ungkapan lain, tanpa harus mengerti apa sejatinya yang terkandung dalam *ihya'*, seseorang masih memiliki alasan untuk tertarik dengan NIV. Alasannya bertengger pada pengalaman. Belum lagi ketika tahu jika pengarangnya adalah Imam Ghazali. Abdurrahman Wahid (2001) memosisikan Ghazali sebagai salah satu ulama yang populer di pesantren, bahkan sejak masa-masa awal pesantren menjadi lembaga pendidikan berpengaruh di Nusantara. Sederhananya, berbicara pesantren, maka salah satu kata kunci yang akan muncul adalah Imam Ghazali, dan *Ihya' Ulumuddin* pada beberapa titik. Sampai di sini, rasa-rasanya tidak terlalu mengherankan jika NIV dalam satu tayangan bisa sampai tembus 8000 pemirsa dan yang lebih mencengangkan sampai menarik orang-orang untuk melempar permintaan guna dibuatkan versi luringnya, *Kopdar Ngaji Ihya'*.

Berbeda dengan versi daring, tidak ada jadwal *default* bagi KNI. Ia pecah ketika ada permintaan dari luar yang nantinya juga bertanggungjawab atas tempat, undangan panel, susunan acara, dan semacamnya. Ketika sudah *Kopdar*, otomatis NIV ditiadakan sebab sudah tergantikan, tapi kendati begitu Mbak Admin masih menyiarkannya langsung lewat Facebook—mengetahui ini, sebenarnya juga problematis ketika istilah yang dipakai daring atau *Kopdar* yang oleh sebabnya dalam kasus senada, Nisa (2018) lebih suka menyebutnya sebagai kegiatan *semi-virtual*. Dari beberapa video yang diunggah, KNI kerapnya dilakukan di tempat-tempat yang terbilang sederhana, seperti musala, rumah tokoh agama, aula pesantren, dan kadang-kadang juga aula kampus. Intinya, semua dipasrahkan pada pihak yang mengundang. Nasib yang sama juga terjadi pada pola acara. Jika kebetulan di pesantren, maka ada selipan penampilan *hadrah* dari teman-teman santri. Mengenai panelnya juga tergantung: ketika di rumah *pak kaum* (tokoh agama), tentu ada selipan waktu buat sambutan. Jika beruntung ada sastrawan, umpunya, yang tinggalnya di sekitar, biasanya juga diundang dan dipersilahkan untuk mengisi *Kopdar* bersama kiai Ulil seperti kala di Purwokerto beberapa bulan silam (Sahal, 2018).⁹

Perbedaan juga akan tampak jelas di ruang sajian. Ketika NIV jarang sekali di mejanya kiai Ulil terhidang makanan, bahkan sekadar minuman, maka waktu *Kopdar* hidangan-hidangan demikian tidak bisa lepas. Jadi, pemandangannya mirip seminar di kampus: ada panel, hidangan, dan latar spanduk bertuliskan *Kopdar* dan seterusnya, hanya saja masih berporoskan kitab. Pada lapisan kitab, barangkali lebih identik dengan pesantren, tapi lagi-lagi di pondok, kajian apa pun jarang yang sampai menggunakan spanduk, apalagi panel. Di waktu bersamaan dikategorikan sebagai pengajian warga sebagaimana umumnya juga kurang tepat lantaran ada panduan utamanya kitab. Walhasil, saya tergoda untuk menyebut situasi ini sebagai *virtual pesantren*, yakni perpaduan antara tiga model kajian: *ngaji online*, pengajian umum biasa, dan *ngaji* di pesantren konvensional. Semuanya berkumpul jadi satu dan menjelma *Kopdar Ngaji Ihya'*.

Kekhususan yang muncul dalam tubuh KNI di muka merupakan efek logis dari apa yang disebut Talal Asad (1986) *discursive tradition* atau semacam seperangkat keyakinan yang ada di benak masyarakat tertentu yang posisinya begitu menentukan pola tindak mereka. Mengapa misalnya saat di pesantren harus ada selipan *hadrah* sebab di benak mereka untuk menyambut

⁹ Sebagai salah satu contohnya adalah ketika *Kopdar* di Purwokerto yang salah satu panelnya Ahmad Tohari.

tamu, salah satunya yakni dengan *hadrah*. Persis dengan hidangan-hidangan di meja. Ada sejenis nilai yang selalu direproduksi bahwa *wangun*-nya tamu itu dihormati dengan sajian terbaik. *Kopdar* melibatkan masyarakat, sehingga sama sekali wajar andai kekhasan KNI menjadi nyata. Belum lagi kala tahu bahwa kiai Ulil memiliki posisi yang disegani di kalangan Pesantren, menantu dari Mustofa Bisri, serta akademisi jebolan Boston dan Harvard.

Ulil Abshar Abdalla dan Mbak Admin: Aktor Kunci

Berbicara tradisi baru, sakralitas, dan kerumunan memang selalu berjumbuh dengan agen. Hirschkind (2012), dalam riset tentang khotbah Jumat di Youtube, salah satunya masuk melalui ketokohan Muhammad Hassan di kalangan *salafy* Mesir. Begitu juga dengan Saba Mahmood (2005) ketika meneliti pergerakan perempuan di Mesir—yang nantinya ia pakai guna mengkritik para feminis liberal. Ia sampai menyisakan sub khusus berbicara agen dan gender. Pola seirama, rasanya tidak terlalu berlebihan jika dipakai untuk mendekati *Ngaji Ihya Online*-nya Ulil Abshar Abdalla. Ketika menurut Hirschkind, titik kharisma Hassan terletak bagaimana ia memiliki suara yang menggetarkan kalbu, maka yang melekat di tubuh Abdalla berbeda. Ini tidak suara, melainkan almameter (latar belakang) yang mencakup relasi dan cara mengemas pembahasan. Akun bernama AF Rosyadi menyebut jika ia merasakan dilema saat mengikuti NIV.¹⁰ Satu sisi, dia merasa Abdalla kurang cocok ketika mengajar *Ihya'* lantaran posisinya sebagai jebolan universitas luar negeri bergengsi—lebih baik, tuturnya, beliau mengisi seminar di kampus—tapi sisi lain, saat mengamati isu yang dijelaskan, dia merasakan ada sesuatu baru yang tidak ia temukan saat *ngaji Ihya'* di pesantrennya dulu, Tambar Beras Jombang.

Pada satu titik, ia sempat heran, mengapa NIV berhasil berjalan secara gemilang, tapi beberapa saat kemudian dia merasa jika barangkali itu disebabkan oleh cara Abdalla mengemas konten *ihya'*. Kemasan yang ditawarkan Abdalla berbeda dengan yang ada di pesantren-pesantren. Abdalla, lanjut Rosyadi, cukup lihai dalam menghubungkan isu kekinian dengan apa yang ditulis Imam Ghazali ratusan tahun silam dan kiranya inilah yang menjadikan NIV mendapatkan momentum. Apa yang disampaikan Rosyadi barusan cukup masuk akal, apalagi saat dikaitkan dengan masyarakat Muslim Urban, Muslim kelas menengah, dan generasi Muslim melek teknologi (Halim, 2018), yang cenderung ingin menjadi saleh dengan tetap mempertahankan kebiasannya menyelam di dunia virtual. Husein dan Slama (2018) menyebut gejala ini sebagai *the discontent of online piety*. Jadi, persimpangan semacam inilah yang secara tidak langsung memungkinkan sama sekali NIV mendapatkan tempat di dunia maya. NIV menjawab apa yang menjadi kecemasan Muslim Urban (Barendregt, 2008).

Bagaimana dengan *Kopdar*-nya? Inilah yang menarik dari sosok Ulil Abshar Abdalla. Selain memiliki kemampuan mengemas, Abdalla juga berada di lingkaran emas. Ia semacam berada di tengah-tengah para pemegang otoritas di kalangan pesantren dan yang berkaitan dengannya. Ia putra dari kiai Abdullah Rifa'i dari pesantren Mansajul Ulum, Pati. Tumbuh dan berkembang di pondok Mathaliul Falah. Istrinya, putri dari Mustofa Bisri, pondok Raudlatut Thalibin Rembang, yang juga lihai dalam merangkai kata, sehingga disadari atau tidak mampu

¹⁰ Wawancara pribadi bersama Rosyadi di Griyo Kafe Yogyakarta pada 26 September 2018.

menyihir para santri *online* untuk tetap berada di level konsistensinya (Asad, 1986).¹¹ Dalam tradisi pesantren, seperti dibahas Zamakhsary Dhofier (1980), posisi tersebut sungguh strategis, apalagi sekadar untuk memantik kerumunan. Pada patahan sejarah yang lain, nama Abdalla pula pernah menjadi isu nasional pada 2003 terkait artikelnya di *Kompas*, “Menyegarkan Kembali Pemahaman Islam”, yang sempat menelurkan puluhan ancaman padanya, termasuk fatwa kebolehan membunuh Abdalla (Rahman, 2010). Secara umum, popularitas NIV termasuk pencapaiannya dalam melahirkan praktik keagamaan baru, *Kopdar Ngaji Ihya’*—mempertimbangkan beberapa hal sebelumnya—berhutang banyak pada ketokohan Ulil Absar Abdalla didukung oleh posisi Mbak Admin, putri dari sosok berpengaruh di lingkaran NU, ormas terbesar di Indonesia.

E. Kesimpulan

Rindu yang dirasa Ulil Abshar Abdalla atas *ngaji puasa* di pesantren kini tak lagi menjadi sesuatu yang privat. Rupanya, banyak orang di luar sana yang pernah mengukir cerita di pondok menangkap situasi yang senada dengan Abdalla. Ini pada satu sisi. Pada sisi lainnya, generasi muslim melek teknologi mulai mendominasi. Media-media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp sudah menjadi bagian yang melekat dalam keseharian. Sekarang mereka bisa bekerja sambil belanja, belanja sambil kerja, dan sebagainya. Apa-apa yang sebelumnya terasa tidak mungkin, hari ini menjadi kenyataan. Termasuk di dalamnya, bekerja sambil *ngaji*. Istirahat sambil ibadah. Beginilah yang pecah dalam tubuh NIV. Para jemaahnya kebanyakan jebolan santri yang sudah melek teknologi. Santri yang rindu juga dengan kajian di pesantren, tapi tidak bisa mengulangi atau mencoba datang ke pesantren karena alasan kesibukan dan sebagainya. NIV hadir membawakan solusi, sehingga tidak heran jika dalam satu kali siaran langsung, 8000 tayangan bisa tembus.

Belum lagi, siapa pun tahu bagaimana Abdalla, sang kiai, dan lingkarannya. Kenyataan ini tentu membuat nuansanya semakin mirip dengan pesantren—ditambah lagi digunakannya istilah-istilah seperti “lurah pondok”, “berkah”, “nderek ngaos”, dan sejenisnya. Tidak saja tentang lingkaran pesantren yang melekat pada tubuh Abdalla dan Mbak Admin, tapi termasuk pula kapasitas Abdalla untuk membingkai suatu isu menjadi segar, kekinian, serta menjawab baik kerinduan jemaah atau pun persoalan individu, apalagi yang dikaji *Ihya’*. Walhasil, tidak berlebihan kiranya saat banyak yang meminta adanya *Kopdar* atau *Ngaji Ihya’* luring. Lebih menariknya, karena kajian luring tersebut lahir dari dunia virtual, spesifikasinya unik. Harusnya ia mirip dengan yang ada di pesantren atau pengajian umum seperti biasa, namun kenyataannya tidak. Ia tidak sama dengan keduanya. Ada nuansa seminarnya—ada panel dan latar spanduk—di situ, tapi porosnya masih kitab kuning. Pakaiannya juga bebas. Potret ini saya suka menyebutnya sebagai *ngaji* khas “Pesantren Virtual”, yakni sejenis perpaduan dari beberapa macam kajian di muka.

¹¹ Belum lagi ketika dilacak ke beberapa tulisan Mbak Admin di Alif.id seputar perjalanan beberapa *Kopdar* yang semacam seru, unik, dan melelahkan. Di situ dikisahkan bagaimana KNI mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak mulai dari teman-teman Abdalla, teman Mbak Admin sendiri, teman-teman PMII, Gusdurian, dan lain sebagainya. Jika ini dilihat melalui cara Talal Asad menjelaskan mengenai elemen-elemen dari tradisi, maka benar bahwa hal-hal semacam ini tidak bisa sama sekali diabaikan. Sejarah, lanjut Talal, bukan hanya tentang kehidupan para raja, menteri, dan undang-undang, tapi juga para petani, peternak, dan sebagainya.

Antara NIV dan KNI tentu beda. Perbedaannya dipicu oleh media yang dipakai. Ada beberapa hal yang tidak bisa dilakukan di NIV, seperti tatap muka langsung dan hidangan beragam makanan, begitu pun sebaliknya: berkomentar saat *ngaji* berlangsung umpamanya. Kendati begitu, paling tidak mereka bisa setibanya akrab saat ketemu di *Kopdar*, padahal sebelumnya hanya saling lempar komentar di Facebook. Jadi, anggitan kalau dunia maya hanya akan berbuah matinya sosial tidak berlaku di NIV. Pertama sebab para jemaah berangkat dari kerinduan pribadi, kedua lantaran ada forum *Kopdar*-nya, dan ketiga ada Mbak Admin yang selalu siap terjun di kolom komentar untuk menebar kehangatan.

Referensi

- Abdalla, Ulil Abshar. (2018). <https://www.facebook.com/ulil67/videos/10160039872425533/> diakses 26 September 2018.
- Alif.id. (2018). https://www.youtube.com/watch?time_continue=9&v=Rhwxd0lPMa4 diakses pada 25 September 2018.
- Anderson, Jon W. (2003). "The Internet and Islam's New Interpreters" dalam Dale F. Eickelmen dan Jon W. Anderson, *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press.
- Asad, Talal. (1986). *The Idea of an Anthropolgy of Islam*. Washington: Center for Contemporary Arab Studies.
- Barendregt, Bart. (2008). Sex, Cannibals, and the Language of Cool: Indonesian Tales of the Phone and Modernity, *The Information Society: An International Journal*. 24:3.
- Bruinessen, Martin Van. (1999). *Kitab kuning, pesantren, dan tarekat: tradisi-tradisi Islam di Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Campbell, Heidi A. (2011). Creating Digital Enclaves: Negotiation of the Internet among Bounded Religious Communities. *Media Culture Society*. 33 (5).
- Castells, Manuel. (2015). *Network of Outrage and Hope: Social Movement in the Internet Age*. edisi kedua. Cambridge: Polity Press.
- Dhofier, Zamakhsary. (1980). Kinship and Marriage among the Javanese Kyai. *Indonesia*. No. 29.
- Fuchs, Christian. (2012). Some Reflections on Manuel Castell's Book 'Network of Outrage and Hope: Social Movement in the Internet Age. *TripleC*. 10 (2).
- Graf, Bettina. (2008). IslamOnline.net: Independent, Interactive, Popular. *Arab Media and Society*.
- Grayling, A.C. (1996). *Wittgenstein*. Oxford: Oxford University Press.
- Halim, Abdul. (2018). *Wajah Al-Quran di Era Digital*. Yogyakarta: Sulus Pustaka.
- Halim, Wahyuddin. (2018). Young Islamic preachers on Facebook: Pesantren As'adiyah and its engagement with social media. *Indonesia and the Malay World*. 46:134.
- Harari, Yuval Noah. (2017). *Sapiens: Sejarah Ringkas Umat Manusia dari Zaman Batu hingga Perkiraan Kepunahannya*. terj. Yanto Musthofa. Ciputat: Alvabet.

- Hirschkind, Charles. (2012). Experiments in Devotion Online: The Youtube *Khutba*. *Middle East Stud.* 44.
- Horst, Heather A. dan Daniel Miller (eds). (2012). *Digital Anthropology*. London: Berg.
- Husein, Fatimah dan Martin Slama. (2018). Online Piety and its Discontent: Revisiting Islamic Anxieties on Indonesian Social Media. *Indonesia and the Malay World*. 46:134.
- Khuli, Amin. (1961). *Manahij Tajdid fi al-Nahw wa al-Balaghah wa al-Tafsir ma'a al-Adab*. Kairo: Dar al-Ma'rifah.
- Larsson, Goran. (2011). *Muslims and the New Media: Historical and Contemporary Debates*. Burlington: Ashgate.
- Lengauer, Dayana. (2018). Sharing semangat taqwa: social media and digital Islamic socialities in Bandung. *Indonesia and the Malay World*. 46:134.
- Mahmood, Saba. (2005). *Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject*. New Jersey: Princeton University Press.
- Miller, Daniel. (2011). *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.
- Mueser, Kim T., Paul R. Yarnold, dan Fred B. Bryant. (1987). Type A Behavior and Time Urgency: Perception of Time Adjectives. *British Journal of Medical Psychology*. 60.
- Nisa, Eva F. (2018). Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia. *Indonesia and the Malay World*. 46:134.
- O'Leary, Stephen D. (1996). New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere. *Journal of the America Academi of Religion*. 64 (4).
- Piliang, Yasraf Amir. (2003). *Hantu-Hantu Politik dan Matinya Sosial*. Surakarta: Tiga Serangkai.
- Rahman, Budhy Munawar. (2010). *Argumen Islam untuk Liberalisme*. Jakarta: Grasindo.
- Redaktur. "Apa Tujuan Kiai Ulil Abshar Abdalla Ngaji Ihya?" dalam <https://alif.id/read/redaksi/apa-tujuan-kiai-ulil-abshar-abdalla-ngaji-ihya-b209953p/> diakses pada 24 September 2018.
- Sahal, Hamzah. (2018). Ketika Ulil Abshar Abdalla Kopdar Ngaji Ihya dalam *Alif.id* diakses pada 29 September 2018.
- Tsuroiya, Ienas. (2018). Inspirasi Dakwah Millenial Ienas Tsuroiya 2" dalam *alif.id* diakses pada 24 September 2018.
- Wahid, Abdurrahman. (2001). *Menggerakkan Tradisi: Esai-Esai Pesantren*. Yogyakarta: LKiS.
- Weng, Hew Wai. (2018). The Art of Dakwah: social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siau. *Indonesia and the Malay World*. 46:134.
- Wittgenstein, Ludwig. (1958). *Philosophical Investigations*. terj. G.E.M. Anscombe. Oxford: Basil Blackwell.

Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Dalam Peningkatan Kinerja Amil: Studi Kasus Dompot Dhuafa Yogyakarta

Noval Wahyudiansyah¹, Martini Dwi Pusparini²

¹Departemen Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

²Departemen Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

INFO ARTIKEL

Received: 05 Desember 2022
Accepted: 20 Desember 2022
Published: 21 Desember 2022

Email Penulis:

¹novalbim97@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana gaya kepemimpinan, budaya organisasi, dan loyalitas dalam meningkatkan kinerja amil pada Dompot Dhuafa Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan, budaya organisasi dan loyalitas dikategorikan baik. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang dianalisis dengan metode cut off point dengan hasil analisis menyatakan bahwa gaya kepemimpinan, budaya organisasi dan loyalitas pada Dompot Dhuafa Yogyakarta dikategorikan baik. Adapun hasil dari wawancara menyatakan bahwa gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh pimpinan adalah gaya kepemimpinan yang kharismatik, paternalistik, liarez faire dan demokrasi. Kemudian untuk budaya organisasi, hasil dari wawancara menunjukkan bahwa budaya organisasi yang diterapkan sudah baik. Adapun dari hasil wawancara terkait dengan kinerja amil menunjukkan bahwa hasil dari kinerja amil semakin baik, karena didukung dengan gaya kepemimpinan, budaya organisasi dan loyalitas yang baik yang ada di Dompot Dhuafa Yogyakarta.

Keywords: Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Kinerja Amil, Dompot Dhuafa

A. Pendahuluan

Sumber daya manusia memiliki peran yang penting dalam menggerakkan prosedur lembaga serta membangun organisasi agar terus berkembang menjadi lebih baik dan kuat kedepannya. Pemimpin memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah organisasi, karena pemimpin memiliki tanggungjawab terhadap berhasil atau tidaknya seorang pemimpin memberikan pengaruh yang positif terhadap anggotanya untuk meningkatkan efektivitas kinerja yang dicapai organisasi atau lembaga bergantung pada besar kecilnya perhatian yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan dengan memberikan motivasi dan dukungan kepada anggota agar lebih bersemangat dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh organisasi atau lembaga. (Fuad et al., 2017). Kepemimpinan memiliki peranan yang dominan dalam semua upaya untuk meningkatkan kinerja baik pada individual, kelompok dan organisasi. Pemimpin yang berhasil adalah pemimpin yang mampu menjalankan kepemimpinan secara efektif untuk memudahkan tercapainya tujuan organisasi.

Seorang pemimpin mempunyai peran yang penting dalam mempengaruhi karyawan agar dapat memberikan dampak yang baik terhadap kinerja karyawan. Pemimpin memiliki fungsi dalam organisasi sebagai penggerak dan koordinator kepada karyawan. (Hasibuan, 2009). Seorang pemimpin memiliki beban yang berat, harus bertanggungjawab atas tindakan yang dilakukan dalam mengambil sebuah keputusan terkait kebijakan-kebijakan yang mengantarkan organisasi atau lembaga menjadi berkembang dan maju. Selain itu pemimpin harus bisa memberikan contoh yang baik kepada anggota, contoh yang membangun motivasi dan semangat untuk melakukan pekerjaan sehingga mampu meningkatkan kinerja anggotanya.

Budiarso (2016) menyatakan bahwa pemimpin dalam perusahaan tersebut menerapkan gaya kepemimpinan yang transformasional, yakni kepemimpinan yang memiliki jiwa kasiratik, konsiderasi, individual, inspirasional dan stimulasi intelektual. Seorang pemimpin yang menjadikan karyawannya manusia bukan hanya sekedar objek untuk menyelesaikan tugas, akan tetapi seorang karyawan juga memiliki kekurangan dan kelebihan seperti pemimpin, sehingga tidak mengekang dengan memberikan aturan yang menyusahkan bawahannya. Penelitian yang lain mengemukakan bahwa seorang pemimpin dalam organisasi tersebut menerapkan gaya kepemimpinan yang demokratis, sehingga tidak adanya otoriter dalam organisasi tersebut. Jika dilihat dari penelitian keduanya, memberikan gambaran tentang gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh seorang pemimpin dalam memimpin bawahannya.

Pada organisasi pasti memiliki kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan oleh karyawannya, ataupun mempunyai ketentuan-ketentuan yang sudah ditentukan oleh organisasi dan dijalankan oleh karyawan. Kebiasaan dalam hal ini memiliki arti budaya organisasi yang ada pada suatu organisasi. Budaya organisasi di suatu lembaga sangat dibutuhkan, dengan demikian budaya organisasi adalah perangkat sistem nilai-nilai (value), keyakinan-keyakinan (belief), norma-norma yang telah berlaku dan telah disepakati oleh semua anggota suatu organisasi sebagai menjadi pedoman perilaku serta pemecahan masalah-masalah dalam organisasi. (Sutrisno, 2009; Spicer, 2020).

Dalam sebuah organisasi sangat diperlukan adanya budaya organisasi yang akan menjadi kontrol dari berbagai aktivitas yang dilakukan oleh segenap manusia di dalamnya. Budaya organisasi dapat diciptakan oleh keberlangsungan berdirinya organisasi atau bisa ditetapkan bersama untuk tercapainya sebuah tujuan yang diinginkan. Dalam menetapkan budaya organisasi dirasa harus memperhitungkan budaya organisasi yang berpotensi memperkuat organisasi tersebut dan harus sejalan dengan batasan visi misi dari sebuah organisasi. Selama mempunyai budaya organisasi yang kuat akan berdampak baik dan mampu diterapkan dengan baik oleh semua anggota, maka dapat membantu aktivitas berjalan dengan lancar dari organisasi itu sendiri. Budaya organisasi yang sudah baik tidak serta merta tidak ada halangan dan hambatan, maka dari itu harus ada penyesuaian di dalamnya. Selain itu budaya organisasi harus menyesuaikan diri seiring berkembangnya organisasi, dengan melakukan intervensi dalam masa pertumbuhan organisasi untuk dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi dan komitmen serta kebaikan organisasi. Suatu organisasi memiliki budaya yang mencerminkan dari perilaku atau sikap setiap anggota dan kebijakan-kebijakan yang berlaku (Tan, 2019).

Budaya organisasi berpengaruh besar terhadap kemampuan organisasi dalam mengubah arah potensinya yakni budaya organisasi yang kuat cenderung untuk mengikuti perubahan karena keinginan untuk mempertahankan pola kebiasaan yang berlaku. Budaya organisasi yang optimal adalah budaya organisasi yang mampu mendorong dengan baik dari visi dan misi organisasi yang ada didalamnya, sehingga budaya organisasi harus menjalankan strategi yang telah ditetapkan sebuah organisasi atau lembaga. Budaya organisasi yang baik memiliki pengaruh yang kuat terhadap aktivitas anggota ketika melakukan pekerjaan terlebih pada peningkatan kinerja yang baik.

Selain kepemimpinan dan budaya organisasi dalam suatu organisasi atau lembaga ada juga loyalitas karyawan yang menjadi variabel pembantu dalam keberhasilan sebuah organisasi. Loyalitas adalah tekad, dan kesanggupan mentaati, melaksanakan dan mengamalkan sesuatu yang dipatuhi dengan penuh kesadaran dan tanggungjawab dalam melaksanakan tugas. Loyalitas karyawan menjadi aset bagi suatu organisasi, dimana seorang karyawan yang memiliki rasa loyalitas yang tinggi akan memberikan dampak yang baik terhadap organisasi.

Karyawan yang menjadi penggerak dari kebijakan-kebijakan yang ada pada organisasi atau lembaga tidak terlepas dari hasil bagaimana seorang karyawan mampu menciptakan hasil yang baik dari ketentuan-ketentuan yang harus dikerjakan dan diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Loyalitas karyawan sangat dibutuhkan dalam organisasi atau lembaga, karena ketaatan dari seorang karyawan dalam melaksanakan pekerjaan harus ada dan terus ditanamkan dalam dirinya. Dan loyalitas karyawan akan membantu peningkatan kualitas kinerja dari suatu organisasi atau lembaga. Seorang karyawan yang memiliki rasa loyal kepada organisasi atau lembaga tempat mereka bekerja memberikan pembelajaran dalam hal bertanggungjawab terhadap yang dikerjakan.

Dompot Dhuafa sebagai salah satu lembaga zakat tertua di Indonesia yang memiliki visi misi yang menjadikan mustahik menjadi muzakki. Dompot Dhuafa sudah berdiri selama 27 tahun, yang menandakan bahwa Dompot Dhuafa berhasil bertahan dengan jangka waktu yang lama. Dompot Dhuafa sebagai lembaga zakat dengan umur 27 yang masih bergerak dan terus berkembang tidak terlepas dari seorang pemimpin yang mampu membawa Dompot Dhuafa dari tahun ketahun dan dari berbagai pemimpin yang telah menjabat. Selanjutnya tentu saja dalam Dompot Dhuafa memiliki tradisi atau kebiasaan bisa disebut budaya organisasi yang diterapkan pada Dompot Dhuafa. Kemudian loyalitas dari amil yang terus membantu menjalankan program-program Dompot Dhuafa untuk tetap menjadi lembaga yang masih bertahan sampai saat ini

B. Kajian Literatur

Gaya Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah suatu hubungan yang saling berkaitan antara pemimpin dengan anggota yang menginginkan perubahan nyata untuk tercapainya tujuan bersama. Dari istilah tersebut, maka kepemimpinan melibatkan hubungan pengaruh yang mendalam, yang dilakukan oleh orang-orang yang menginginkan perkembangan atau perubahan yang signifikan dan perubahan itu menandakan dari tujuan yang dimiliki bersama antara pemimpin dengan anggotanya. Menurut (Stephen & Coutler, 2016) mengemukakan pemimpin (leader) adalah seseorang yang dapat memengaruhi orang lain dan memiliki otoritas manajerial. Kepemimpinan (leadership) merupakan proses memimpin sebuah kelompok untuk mencapai suatu tujuan. Secara umum bisa dikatakan bahwa kepemimpinan adalah suatu ilmu dan seni untuk mempengaruhi orang lain atau sekelompok individu untuk saling bekerja sama, tidak saling menjatuhkan dalam rangka mencapai tujuan bersama. (Taryaman, 2016).

Menjadi seorang pemimpin adanya gaya kepemimpinan yang dimiliki oleh pemimpin. Gaya kepemimpinan merupakan cara yang digunakan oleh pemimpin untuk mempengaruhi bawahannya. Gaya kepemimpinan termasuk norma perilaku yang dipraktikkan oleh seseorang ketika ingin mempengaruhi perilaku orang lain (Thoha, 2012). Pengertian lainnya gaya kepemimpinan merupakan modalitas dalam kepemimpinan. Modalitas artinya mendalami perilaku yang sering digunakan oleh seseorang sebagai bentuk nyata dalam menjalankan kepemimpinannya. Gaya kepemimpinan seseorang identik dengan tipe kepemimpinan yang dijalankan. Oleh karena itu seringkali istilah gaya kepemimpinan dan tipe kepemimpinan dianggap sinonim (Siagian, 2018).

Budaya Organisasi

Budaya organisasi suatu kebiasaan ataupun keyakinan yang diterapkan oleh karyawannya dalam menjalankan suatu perusahaan. Ouchi mengemukakan budaya organisasi mempunyai fungsi mengumpulkan para anggota organisasi yang terdiri dari berbagai individu dengan latar belakang yang berbeda. Mengontrol manusia melalui budaya organisasi mampu melihat emosional, pecinta simbol, harus dimiliki oleh suatu karakteristik yang superior ataupun keektivitas. Perwujudan dari budaya organisasi sebagai alternatif bentuk pengendalian yang bisa jadi paling ampuh. Budaya organisasi merupakan sistem nilai yang dikembangkan dan berlaku dalam suatu organisasi yang menjadikan ciri khas sebagai sebuah organisasi. Sebagai sarana untuk mempersatukan kegiatan para anggota organisasi. (Priansa & Garnida, 2013).

Menurut (Rivai & Mulyadi, 2012) menyatakan bahwa budaya organisasi adalah suatu kerangka kerja yang menjadi pedoman tingkah laku sehari-hari dan membuat keputusan untuk karyawan dan mengarahkan tindakan mereka untuk mencapai tujuan organisasi. Budaya organisasi merupakan pola keyakinan nilai-nilai organisasi yang diyakini, dijiwai dan dipraktikkan oleh organisasi. Sehingga pola tersebut mempunyai arti tersendiri dan menjadi dasar aturan bertindak dalam organisasi. Sebab itu, budaya organisasi dijadikan sebagai petunjuk dan arah dalam membentuk sikap dan perilaku manusia yang ada dalam organisasi. Budaya organisasi diharapkan mampu memberikan dampak yang positif terhadap pribadi anggota organisasi maupun terhadap organisasi dalam hal mencapai visi dan misi serta tujuan organisasi.

Kinerja Amil Zakat

Kinerja adalah hasil dari suatu proses yang mengacu dan diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya. (Fahmi, 2017). Menurut (Sutrisno, Manajemen Sumber Daya Manusia, 2014) kinerja adalah hasil kerja karyawan dilihat dari aspek kualitas, waktu kerja, dan kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan organisasi. Menurut (Torang, 2014) mengatakan loyalitas adalah kuantitas atau kualitas hasil kerja individu atau sekelompok di dalam organisasi dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi yang berpedoman pada norma, standar operasional prosedur, kriteria dan ketentuan yang telah ditetapkan atau yang berlaku dalam organisasi. Menurut (Simamora, 2013) kinerja adalah mengacu pada kadar pencapaian tugas-tugas yang membentuk sebuah pekerjaan karyawan. Kinerja merefleksikan seberapa baik karyawan memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan.

Di Indonesia pengelolaan zakat telah diatur dalam UU No. 38 tahun 1998 dengan Keputusan Menteri Agama No. 581 tahun 1999 tentang pelaksanaan UU No. 38 tahun 1999 dan Keputusan Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 tahun 2000 tentang pedoman teknis pengelolaan zakat di Indonesia. Dalam operasional lembaga amil zakat terdapat beberapa prinsip yang harus diikuti dan diaati dalam pengelolaan zakat. Prinsip dasar yang harus dilakukan oleh lembaga zakat yakni prinsip moral dan kedudukannya yaitu syariah dan akhlakul karimah yang objektif dan independen. Terdapat lima prinsip operasional lembaga amil zakat sebagai berikut:

1. Prinsip keterbukaan, yakni dalam mengelola zakat harus dilakukan dengan terbuka dan bisa diminta pertanggung jawaban oleh masyarakat.
2. Prinsip sukarela, berarti dalam hal pengelolaan zakat senantiasa memiliki sikap sukarela dan ikhlas serta tidak ada pemaksaan dalam hal pengumpulan dana zakat dari masyarakat.
3. Prinsip profesionalisme, di mana orang yang menjadi amil harus sesuai dengan bidangnya, baik dalam administrasi, keuangan dan lain sebagainya.

4. Prinsip keterpaduan, artinya menjalankan pekerjaan dan fungsinya harus dilakukan dengan terpadu.
5. Prinsip kemandirian, berarti dapat melakukan tugas dan fungsinya sendiri dengan baik, tanpa menunggu adanya bantuan dari pihak lain.

C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan analisis diskriptif. Dalam analisis ini data merupakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui wawancara terhadap informan penelitian. Informan penelitian mencakup Amil atau pengelola dana Zakat di Dompot Dhuafa Yogyakarta. Informan dalam penelitian ini berjumlah 15 informan yang merupakan pengelola atau amil di Dompot Dhuafa Yogyakarta. Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan, budaya organisasi dan loyalitas sangat erat dengan lembaga apapun, sebagaimana dengan lembaga amil zakat Dompot Dhuafa Yogyakarta. Adapun jenis gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh pimpinan Dompot Dhuafa Yogyakarta. Yang pertama gaya kepemimpinan, seorang pimpinan pada lembaga sudah pasti memiliki gaya kepemimpinan yang diterapkan dalam mengkoordinasi sebuah lembaga. Pimpinan Dompot Dhuafa Yogyakarta memiliki sikap yang kharismatik, dimana pimpinan Dompot Dhuafa Yogyakarta mempunyai wibawa yang baik dan pembawaan yang dewasa dalam berpikir dan bertindak, hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang menyatakan bahwa pimpinan Dompot Dhuafa Yogyakarta memiliki kharisma, sehingga dengan pimpinan yang berkharisma lebih mudah untuk memberikan pengaruh kepada amil dalam hal memberikan arahan, perintah dan lain sebagainya.

Selanjutnya, yang kedua paternalistis, dimana pimpinan akan selalu mengawasi anggotanya dengan memberikan kesempatan untuk melakukan inovasi yang baru, itulah yang dilakukan oleh pimpinan Dompot Dhuafa Yogyakarta, hal ini didukung dari hasil wawancara bahwa pimpinan tidak terlalu berani membiarkan amil untuk inovasi dalam menyelesaikan pekerjaan akan tetapi ada risiko. Adapun yang ketiga *liazez faire*, pimpinan Dompot Dhuafa Yogyakarta akan memberikan ruang penuh kepada amil untuk menyelesaikan suatu pekerjaan mereka karena pimpinan tidak ikut berpartisipasi dalam pekerjaan tersebut. Pimpinan Dompot Dhuafa Yogyakarta memiliki jenis gaya kepemimpinan ini tidak semata-mata tidak mau ikut andil dalam suatu kegiatan, akan tetapi pimpinan memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk belajar bertanggungjawab dalam menyelesaikan tugasnya. Tidak semua kegiatan pimpinan tidak ikut berpartisipasi, ada beberapa yang harus diselesaikan sendiri oleh amil dan ada pimpinan harus ada di dalamnya untuk memudahkan menyelesaikan pekerjaan.

Yang keempat demokrasi, pimpinan Dompot Dhuafa Yogyakarta memiliki rasa demokrasi yang terbuka dengan amil. Memberikan kesempatan kepada amil untuk bersuara menyampaikan inspirasi dan aspirasi mereka kepada pimpinan. Karena seorang pimpinan yang berjiwa demokrasi akan menerima kritik dan saran serta tidak mau bertindak otoriter hanya pimpinan yang harus didengarkan, hal ini terbukti karena adanya kegiatan setiap satu kali dalam sebulan dilakukan untuk rapat dan dalam rapat tersebut pimpinan akan memberikan amil kesempatan untuk menyampaikan kritik dan masukan kepada pimpinan terkait pekerjaan atau terkait permasalahan dalam penyelesaian tugas-tugas. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Budiarso, 2016) yang membahas

tentang analisis gaya kepemimpinan di PT Jaya Mulia Perkasa. Penelitian tersebut menggunakan dua konsep kepemimpinan, yaitu transformasional dan transaksional. Temuan pada penelitian tersebut menyatakan bahwa pimpinan perusahaan termasuk pimpinan yang memiliki sikap kharismatik, itu terlihat dari anggota yang bangga dan rasa hormat kepada pemimpinnya. Dan juga pimpinan perusahaan merupakan seorang yang terus memberikan motivasi dan dorongan kepada anggotanya untuk dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Adapun temuan lain yang selaras dilakukan oleh (Adina, 2015) yang meneliti tentang gaya kepemimpinan dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai di yayasan Nurul Hayat Yogyakarta. Temuan dalam penelitian tersebut bahwasanya pimpinan Yayasan Nurul Hayat Yogyakarta memiliki banyak jenis gaya kepemimpinan yang diterapkan pada kondisi yang tertentu. Jenis gaya kepemimpinan yang dominan diterapkan oleh pimpinan adalah jenis demokratis, dan juga menerapkan jenis gaya kepemimpinan paternalistik, kharismatik dan *liazez faire*. Dari kedua penelitian terdahulu ditemukan kesamaan dengan penelitian ini, yaitu pimpinan Dompot Dhuafa Yogyakarta menerapkan jenis gaya kepemimpinan yang kharismatik, paternalistik, *liazez faire* dan demokratis.

Kemudian selain dari gaya kepemimpinan, ada juga budaya organisasi yang diteliti oleh peneliti terkait dengan budaya organisasi yang diterapkan pada Dompot Dhuafa Yogyakarta. Budaya organisasi sebagai jalan untuk mengikuti peraturan yang ada pada lembaga. Budaya organisasi dapat diartikan dengan kebiasaan yang diterapkan oleh amil selama melakukan pekerjaan. Pada Dompot Dhuafa Yogyakarta sendiri memiliki budaya organisasi yang mencerminkan diri sebagai lembaga zakat yang bertujuan untuk mensejahterakan manusia. Disisi lain inisiatif individual yang diterapkan dengan bertanggungjawab dengan pekerjaan. Dan juga pengarahan, pengarahan yang selalu diterapkan oleh Dompot Dhuafa Yogyakarta dengan memberikan informasi terkait dengan visi misi yang ingin dicapai. Hal di atas ini selaras dengan penelitian skripsi yang dilakukan oleh (Ari Purwanti, 2018) yang meneliti budaya organisasi dan kinerja karyawan (studi pada lembaga amil zakat nasional Yatim Mandiri Lampung), menyatakan bahwa budaya organisasi yang diterapkan oleh LAZNAS Yatim Mandiri Lampung adalah *true* atau *sidiq* yang artinya benar, selalu jujur dan tidak melakukan kecurangan dalam bekerja. Kemudian *responsibility* atau amanah, ketika terjadi suatu masalah maka segera diselesaikan. Selanjutnya *upgradeble* atau *fathanah* bahwa Yatim Mandiri fokus pada pengembangan dan pembinaan terhadap karyawan, dengan melakukan kegiatan *ta'lim* setiap pagi dan melakukan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman karyawan. Dan juga *service excellent* atau *tabliq* yaitu Yatim Mandiri terus berusaha meningkatkan pelayanan yang baik kepada donatur dan mitra lembaga. Hal lain yang ditemukan pada penelitian ini adalah Dompot Dhuafa Yogyakarta memiliki budaya organisasi yaitu identitas, dimana sebagai lembaga zakat harus mencerminkan diri dengan identitas yang religius dengan menanamkan kepada setiap amil harus selalu jujur, amanah, transparansi dan terus meningkatkan pemahaman terkait dengan perkembangan kedepannya.

Adapun penelitian lain yang ditemukan pada penelitian ini bahwasanya loyalitas amil pada Dompot Dhuafa Yogyakarta dilatarbelakangi dengan beberapa faktor, yaitu spiritual, emosional dan rasional. Pertama, spiritual masing-masing dari amil pada Dompot Dhuafa Yogyakarta merasa memiliki hubungan sikap loyal pada lembaga dengan spiritual yang baik mampu membentuk kesetiaan mereka pada lembaga. Kemudian emosional yang menjadi faktor seorang amil untuk bersikap loyal pada lembaga, dalam hal ini amil Dompot Dhuafa Yogyakarta sudah bisa mengontrol emosi mereka sesuai dengan kondisi yang berbeda, semakin baik dalam mengontrol emosi yang dimiliki oleh seorang amil, maka dapat membantu mereka dalam bekerja dengan baik. Yang terakhir adalah rasional,

Amil pada Dompot Dhuafa Yogyakarta menumbuhkan sikap loyalitas mereka dikarenakan adanya fasilitas-fasilitas yang mendukung dalam melaksanakan tugas dan karena imbalan yang amil

terima sesuai dengan pekerjaan yang mereka kerjakan serta adanya apresiasi yang diberikan oleh pimpinan ketika menyelesaikan tugas dengan baik dan tepat waktu. Penelitian di atas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ronaldy, Tricahyadinata, & Maria, 2019) yang membahas tentang pengaruh loyalitas karyawan, kecerdasan emosional dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. Menyatakan bahwa loyalitas dan kecerdasan emosional berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Penelitian tersebut dengan penelitian ini memiliki perbedaan pada metode pendekatannya, yang satu dengan metode kualitatif dan satunya dengan metode kuantitatif dan juga pada objek penelitian. Akan tetapi ada yang relevan dengan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah loyalitas seorang karyawan memiliki hubungan yang erat dalam mendukung meningkatkan kualitas kerja dan emosional seorang karyawan yang baik dibutuhkan dalam kondisi bekerja.

E. Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian tentang Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi dalam meningkatkan Kinerja Amil Pada Dompot Dhuafa Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini. Hasil analisis menyatakan bahwa gaya kepemimpinan, budaya organisasi dan loyalitas pada Dompot Dhuafa Yogyakarta dikategorikan baik. Adapun hasil dari wawancara menyatakan bahwa gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh pimpinan adalah gaya kepemimpinan yang kharismatik, paternalistik, liarez faire dan demokrasi. Kemudian untuk budaya organisasi, hasil dari wawancara menunjukkan bahwa budaya organisasi yang diterapkan sudah baik. Adapun dari hasil wawancara terkait dengan kinerja amil menunjukkan bahwa hasil dari kinerja amil semakin baik, karena didukung dengan gaya kepemimpinan, budaya organisasi dan loyalitas yang baik yang ada di Dompot Dhuafa Yogyakarta.

Referensi

- Anwar, R. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) Pada Kinerja Karyawan PT. HM. Sampoerna, Tbk Baturaja Timur Sumatera Selatan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 111-121.
- Astuti, N. T., Bake, J., & Elwan, L. M. (2020). Analisis Kepuasan Kerja Dan Loyalitas Karyawan Divisi Laundry Pada CV. Putra Senayan Group Kendari. *Administrasi Bisnis*, 56-63.
- Budiarso, D. J. (2016). Analisis Gaya Kepemimpinan Di PT Jaya Mulia Perkasa. *Jurnal AGORA*, 345-349.
- Dewi, D. R., Sulistyati, M., & Mauludin, M. A. (2017). Hubungan Antara Gaya Kepemimpinan Ketua Umum Dengan Kinerja Karyawan Koperasi (Kasus di Koperasi Serab Usaha Tandangsari Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat). *Fakultas Peternakan, Universitas Padjadjaran*, 1-12.
- Fahmi, I. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Fathoni. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Rineka Cipta.
- Fuad, M., Nurbaya, S., & Amrullah. (2017). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19 (Vol. 5)*.
- Hafidhudhin, D. (2002). *Zakat dalam Perekonomian Moderni*. Jakarta: Gema Insani.

- Hasan, M. (2002). *Pokok-pokok Materi Statistik (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pt. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Heidjrachman, & Husnan. (2002). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Jones. (2000). *Budaya Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Kartono, K. (2001). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Bandung: Rajawali Press.
- Koopmans, L. (2014). Construct Validity of The Individual Work Performance Questionnaire. *Journal of Occupational and Environment Medicine*, 331-337.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2014). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba empat.
- Kumala, H. R., & Agustina, T. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Pada Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Kabupaten Bogor. *Widya Cipta*.
- M Yusuf, P. (2010). *Komunikasi Intruksional: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A. P. (2005). *Evaluasi Kinerja*. Bandung: Refika Aditama.
- Mangkuprawira, & Hubeis. (2007). *Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Ghalia Indonesia.
- Muhyadi. (1989). *Organisasi, Teori, Struktur dan Proses*. Jakarta: LPTK Depdikbud.
- Nawawi, H. (2003). *Perencanaan SDM Untuk Organisasi Profit Yang Kompetitif, Edisi Pertama, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nimran, U. (2009). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Kencana.
- Novziransyah, N. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. PLN (Persero) Kantor Wilayah Sumatera Utara Medan. *Jurnal Jumentik*.
- Pandey, C., & Khare, R. (2012). Impact of Job Satisfaction and Organizational Commitmen on Employee Loyalty. *International Journal of Social Sciene & Interdisciplinary Research*, 26-41.
- Parashakti, R. D., & Setiawan, D. I. (2019). Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank BJB Cabang Tangerang. *Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 69-82.
- Poerwopoespito. (2000). *Mengatasi Krisis Manusia di Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Prasetyo, B. E. (2021, Februari 18). Gaya Kepemimpinan, budaya organisasi dan kinerja amil. (M. W. Syah, Interviewer)
- Priansa, D. J., & Garnida, A. (2013). *Manajemen Perkantoran Efektif, Efisien dan Profesional*. Bandung: Alfabeta.
- Rajagrafindo Persada.

- Rasimin. (2001). Membangun Service Quality untuk Mencapai Kepuasan Konsumen Diindustri Hospitaly. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* , 61-71.
- RI, D. A. (2006). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Surabaya: Pustaka Agung.
- Rivai, V. (2012). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ronaldy, A. C., Tricahyadinata, I., & Maria, S. (2019). Pengaruh Loyalitas Karyawan, Kecerdasan Emosional dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen*, 116-122.
- Saputra, A. T., Bagia, I. W., & Yulianthini, N. N. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*.
- Saputra, L. T., Fudholi, A., & Sumarni. (2014). Pengaruh Motivasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi*, 63-68.
- Sari, E. K. (2006). *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Saydam, G. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Human Reseources Management) Suatu Pendekatan Mikro*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Siagian, S. P. (2018). *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siahaan, S., Sihombing, C. N., & Tarigan, L. (2018). Hubungan Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Aka Sinar Group Jakarta Pusat. *Fundamental Management*, 59-66.
- Simamora, H. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BP STIE YKPN.
- Siswanto. (2012). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Askara.
- Spicer, A. (2020). Organizational culture and COVID-19. *Journal of Management Studies*, 57(8), 1737-1740.
- Steers, R. M., & Porter, L. W. (1983). *Motivation and Work Behavior*. New York: Mc Graw Hill.
- Stephen, R. P., & Coutler, M. (2016). *Human Resources management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudimin, T. (2003). Whistleblowing: Dilema Loyalitas dan Tanggung Jawab Publik. *Jurnal Manajemen dan Usahawan*, 11-32.
- Sugiyonoo. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandng: PT. Alfabet.
- Suripto, T. (2016). Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Budaya Organisasi Yang Islami. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 144-153.
- Suryani, D., & Budiono. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Kerta Rajasa Raya. *Journal of Researh in Economics and Management*, 29-43.
- Sutrisno, E. (2009). *Budaya Organisasi*. Jakarta: Kencana.

- Sutrisno, E. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pranada Media Group.
- Tan, B. S. (2019). In search of the link between organizational culture and performance: A review from the conclusion validity perspective. *Leadership & Organization Development Journal*, 40(3), 356-368.
- Taryaman, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Thoha, M. (2012). *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tika, M. P. (2006). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: PT.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa Edsisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Torang, S. (2014). *Organisasi & Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo. (2010). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Press.

Meningkatkan Minat Wakaf Uang Melalui Pengetahuan dan Religiusitas: Studi Kasus Lembaga Wakaf Uang UNISIA

Muhammad Ferry Rizky

Departemen Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

INFO ARTIKEL

Received: 8 Desember 2022
Accepted: 20 Desember 2022
Published: 21 Desember 2022

Email Penulis:
17423073@students.uui.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan wakaf selalu terjadi dari masa ke masa. Seiring berkembangnya zaman, mulai dikenal model wakaf baru yakni wakaf uang. Wakaf uang diperkenalkan oleh Prof. Muhammad Abdul Mannan, pada tahun 1998 di Bangladesh. Wakaf uang mengalami trend positif di Indonesia beberapa tahun terakhir. Hal ini dibuktikan dengan adanya fatwa tentang wakaf uang yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 11 Mei 2002 dan Undang-Undang nomor 41 tahun 2004 tentang wakaf. Selain itu ada pula gerakan nasional wakaf uang yang sudah digagas Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2010, dan kembali digaungkan pada era Presiden Jokowi pada 25 Januari 2021. Trend positif wakaf uang juga terjadi di Yayasan Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia (YBW UII) ditandai dengan dibentuknya Lembaga Wakaf Uang (LWU) UNISIA yang spesifik bergerak di bidang wakaf uang. Universitas Islam Indonesia mempunyai potensi besar dalam penghimpunan wakaf uang namun belum dimanfaatkan secara optimal. Penelitian ini mengambil sampel mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pengetahuan dan religiusitas terhadap minat mahasiswa UII untuk berwakaf uang di LWU UNISIA. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa UII untuk berwakaf uang, sedangkan variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa UII untuk berwakaf uang. Sebagian besar mahasiswa UII memiliki preferensi untuk berwakaf uang di LWU UNISIA ketika menjelang wisuda.

Keywords: wakaf uang, pengetahuan, religiusitas, minat berwakaf uang

A. Pendahuluan

Perkembangan wakaf selalu terjadi dari masa ke masa. Dimulai dari zaman Rasulullah, Khulafaur Rasyidin, kekhilafahan setelahnya hingga masa sekarang ini. Secara historis, wakaf uang sudah ada sejak zaman kekuasaan Turki Usmani tepatnya dimulai sejak tahun 1555 Masehi. Di era modern ini, wakaf uang diperkenalkan oleh Prof. Muhammad Abdul Mannan, pada tahun 1998 di Bangladesh. Beliau pertama kali memperkenalkannya melalui sebuah lembaga yang ia sebut Social Investment Bank Limited (SIBL). Beliau memperkenalkan produk Sertifikat Wakaf Tunai untuk yang pertama kali di dunia. SIBL mengumpulkan dana dari para aghniya' (orang kaya) untuk dikelola secara profesional sehingga menghasilkan keuntungan yang dapat disalurkan kepada para mustadh'afin atau fakir miskin (Sya'bani, 2016). Saat ini, wakaf uang sudah semakin dikenal oleh

masyarakat dan menjadi perbincangan ulama syariah di dunia. Hal ini terjadi karena dampak berkembangnya sistem perekonomian dan pembangunan yang terus memunculkan inovasi-inovasi baru (Anuar et al. 2022).

Wakaf uang atau *cash waqf* sudah lama dipraktikkan di berbagai negara seperti Bangladesh, Mesir, Kuwait, dan negara-negara Islam di timur tengah lainnya. Di Indonesia sendiri, fatwa tentang wakaf uang baru dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 11 Mei 2002. Meskipun begitu, dalam beberapa tahun terakhir instrumen wakaf uang mengalami trend yang sangat positif di Indonesia. Hal ini salah satunya ditandai dengan diadakannya gerakan yang diluncurkan oleh pemerintah yakni Gerakan Nasional Wakaf Uang (GNWU) pada 25 Januari 2021. Apabila dilihat lebih jauh, gerakan nasional wakaf uang pun juga sudah pernah dilakukan oleh presiden sebelumnya yakni Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2010. Hal ini menunjukkan adanya dukungan pemerintah untuk semakin meningkatkan perkembangan instrumen wakaf uang di tengah masyarakat (Sujono, 2022; Faisal et al. 2022).

Untuk mendukung penghimpunan wakaf uang, Badan Wakaf Indonesia (BWI) bersama Kementerian Agama RI dan Bank Indonesia pasca dicetuskan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang wakaf dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 tentang pelaksanaannya memberikan izin kepada bank-bank syariah di Indonesia untuk dapat menjadi Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU) sebagai lembaga yang sah untuk menerima wakaf uang (Nezliani, 2021).

Menelisis potensi penghimpunan wakaf uang, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar. Berdasarkan data dari Badan Wakaf Indonesia (BWI) menyatakan potensi wakaf uang mencapai Rp188 Triliun. Namun, akumulasi penghimpunan wakaf uang per 20 Januari 2021 baru mencapai Rp819,36 miliar yang terdiri dari wakaf melalui uang sebesar Rp 580,53 miliar dan wakaf uang sebesar Rp238,83 miliar dengan jumlah nazir wakaf uang di Indonesia mencapai 264 lembaga, sedangkan jumlah LKS-PWU mencapai 23 Bank Syariah. (Badan Wakaf Indonesia, 2021).

Trend positif wakaf uang secara lebih spesifik juga terjadi di dunia pendidikan khususnya di tingkat perguruan tinggi. Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam rangka peningkatan literasi wakaf uang di kalangan mahasiswa mengadakan berbagai program salah satunya yaitu program “Wakaf Goes to Campus”. Selain itu BWI juga mendorong perguruan tinggi untuk mendirikan lembaga wakaf. Hal ini dilakukan melihat besarnya potensi wakaf uang di tingkat perguruan tinggi.

Trend positif wakaf uang juga terjadi di Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta. Hal ini ditandai dengan didirikannya Lembaga Wakaf Uang (LWU) UNISIA di bawah Yayasan Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia (YBW UII). LWU UNISIA berdiri berdasarkan Keputusan Pengurus YBW UII Nomor 01 tahun 2020 tertanggal 3 Februari 2020 dan beralamat di Jalan Cik Di Tiro Nomor 01, Yogyakarta. LWU UNISIA memiliki program menghimpun, mengelola, dan menyalurkan manfaat wakaf uang sebagai upaya mengembangkan budaya wakaf yang bertujuan menunjang pengembangan Pendidikan, pengembangan usaha, dan pemberdayaan masyarakat (Lembaga Wakaf Uang UNISIA, 2020).

LWU UNISIA yang berdiri dibawah naungan YBW UII tentunya memiliki ikatan yang kuat dengan Universitas Islam Indonesia. Ikatan yang kuat inilah yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh kedua belah pihak (LWU UNISIA dan Universitas Islam Indonesia) dalam hal optimalisasi penghimpunan wakaf uang di lingkungan civitas akademika Universitas Islam Indonesia (UII). Terlebih lagi UII merupakan universitas Islam yang mana akan berpengaruh terhadap potensi penghimpunan wakaf uang yang besar dari civitas akademika UII. Hal ini dilihat dari jumlah civitas akademika UII yang begitu banyak dan mayoritas beragama Islam.

Tahun 2020, UII memiliki jumlah mahasiswa aktif lebih dari 23.000 mahasiswa (Universitas Islam Indonesia, 2021). Hal ini merupakan potensi yang besar apabila dilakukan penghimpunan wakaf uang secara sistemik dan terintegrasi oleh pihak-pihak terkait dalam hal ini Lembaga Wakaf

Uang UNISIA dan Universitas Islam Indonesia. UII memiliki jumlah mahasiswa aktif UII dengan mayoritas beragama Islam dan ini memiliki keterkaitan dengan objek yang diteliti. Mahasiswa aktif UII merupakan golongan sivitas akademika yang memiliki jumlah paling banyak diantara golongan sivitas akademika lainnya di UII. Bila dibandingkan dengan dosen tetap dan karyawan tetap UII, jumlah mahasiswa aktif UII jauh lebih banyak dibandingkan kedua golongan sivitas akademika UII tersebut. Hal ini dapat memberikan dampak yang lebih besar apabila diteliti menjadi subjek penelitian. Sehingga alasan dipilihnya mahasiswa aktif UII sebagai subjek penelitian diharapkan akan memberikan dampak yang besar kepada banyak pihak.

Fenomena yang terjadi pada masyarakat yakni mereka mengetahui tentang pahala yang didapat ketika berwakaf dan juga bisa memberi kenikmatan atau kepuasan terhadap diri mereka jika berwakaf tetapi terkadang masalah pendapatan yang mereka peroleh lebih diprioritaskan untuk konsumsi pribadi atau keluarga. Secara umum perilaku menabung maupun berwakaf setiap orang ditentukan oleh dua faktor keputusan penting (Wiliasih & Shadrina, 2017). Pertama adalah merujuk pada seberapa besar pendapatan riil yang diterima akan dimanfaatkan untuk keperluan konsumsi. Kedua adalah merujuk pada seberapa besar pendapatan riil yang diterima akan disisihkan untuk ditabung (Murwanti & Sholahuddin, 2013).

Pengetahuan tentang pahala yang didapatkan dalam mewakafkan harta di jalan Allah sangat diperlukan dalam situasi saat ini. Wakaf merupakan sebuah amalan sosial yang bermanfaat untuk masyarakat sekitar dan juga menjadi amalan jariah untuk masa depan di akhirat nanti. Religi atau agama pada umumnya mempunyai aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan yang semua itu berfungsi untuk mengikat dan mengutuhkannya diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia dan sekitarnya. Seseorang yang patuh kepada tuhan tentu saja akan berusaha untuk melaksanakan kewajiban yang diperintahkan oleh Tuhan. Demikian juga halnya dengan berwakaf, yang merupakan salah satu anjuran yang ada di dalam kitab suci Al Qur'an. Dorojatyas Noruska (2018) mengatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk berwakaf. Pengetahuan seseorang sampai pada tahap pemahaman tentang wakaf uang, dapat memotivasi seseorang untuk berwakaf uang (Falahuddin, 2019).

B. Kajian Literatur

Religiulitas dan Minat Dalam Berwakaf Uang

Menurut Jalaluddin (Jalaluddin, 2001) mendefinisikan religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dkk menunjukkan bahwa religiusitas Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen terhadap kosmetik halal (Ahmad et al., 2015). Semakin agamis seorang konsumen, maka ia akan membeli, menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa yang halal.

Konsep religiusitas yang dirumuskan oleh Glock dan Stark ada lima macam dimensi keagamaan, seperti yang dikutip oleh (Ancok, 2001):

- a. Dimensi keyakinan: dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang yang taat beragama berpegang teguh pada pandangan tertentu terhadap kebenaran. Dalam konteks ajaran Islam, dimensi ini menyangkut keyakinan terhadap rukun iman, kepercayaan seseorang terhadap agamanya dan keyakinan yang diajarkan agama.
- b. Dimensi praktik agama: dimensi ini mengukur seberapa jauh tingkat kepatuhan seseorang dalam melakukan kewajiban agama yang dianut. Misalnya pergi ke tempat ibadah, berdoa, berpuasa, zakat, sedekah dan kegiatan lainnya yang bersifat keagamaan.
- c. Dimensi Ihsan dan Penghayatan (Eksperensial): dalam melaksanakan ajaran agama tercapailah dimensi ihsan yaitu dimensi yang berkaitan dengan Tuhan. Dimensi ini dimensi

dimana ada kenikmatan dalam menjalankan ibadah, serta bersyukur atas nikmat yang telah dikaruniakan dalam kehidupan mereka.

- d. Dimensi pengetahuan agama: dimensi yang berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya. Dimensi ini mengacu kepada ajaran pokok yang termuat pada kitab suci.
- e. Dimensi pengalaman dan konsekuensi: dimensi ini berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dan berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya.

Selanjutnya Wakaf uang atau cash waqf adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, dan lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. Menurut (Syauqi beik, 2006), wakaf tunai dapat juga diartikan mewakafkan harta berupa uang atau surat berharga yang dikelola oleh institusi perbankan atau lembaga keuangan syari'ah yang keuntungannya akan disedekahkan, tetapi modalnya tidak bisa dikurangi untuk sedekahnya, sedangkan dana wakaf yang terkumpul selanjutnya dapat digulirkan dan di investasikan oleh pengelola wakaf (Nadzir) kedalam berbagai sektor usaha yang halal dan produktif, sehingga keuntungannya dapat dimanfaatkan untuk pembangunan umat dan bangsa secara keseluruhan. Wakaf uang merupakan salah satu bentuk wakaf yang diserahkan oleh seorang wakif kepada nadzir dalam bentuk uang kontan. Hal ini selaras dengan definisi wakaf yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia, tanggal 11 Mei 2002 saat merilis fatwa tentang wakaf uang.

Dasar syari'ah wakaf uang memang tidak disebutkan langsung secara tegas dalam al-Qur'an, tetapi makna ayat berikut dapat dijadikan sandaran hukum wakaf yang di dalamnya tentu termasuk wakaf uang:

“Siapa yang mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan, sedangkan dia seorang mukmin, sungguh, Kami pasti akan berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik daripada apa yang selalu mereka kerjakan.” (QS. An-Nahl:97)

Dari firman Allah diatas, terlihat bahwa berbuat kebaikan adalah hal yang dikehendaki Allah. Sedangkan salah satu kegiatan dalam menciptakan kebaikan dapat dilakukan dengan memberikan sebagian dari harta kekayaannya untuk digunakan oleh orang lain. Maka dari itu wakaf uang merupakan salah satu kegiatan yang dimaksud oleh surat diatas. Dalam konteks negara Indonesia, pemerintah telah menetapkan undang-undang khusus yang mengatur tentang perwakafan di Indonesia, yaitu Undang-undang nomor 41 tahun 2004 tentang Wakaf. Untuk melengkapi Undang-undang tersebut, pemerintah juga telah menetapkan Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2006 tentang Pelaksanaan Undang-undang nomor 41 tahun 2004.

Irawan (2020) menyatakan bahwa persepsi mahasiswa terhadap wakaf uang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh paling besar dibanding variabel bebas lainnya. Busry (2020) membahas lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa, khususnya di universitas swasta dalam berwakaf uang. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu sikap (X1), norma subjektif (X2), kontrol perilaku (X3), dan religiusitas (X4). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu minat untuk menyumbang wakaf tunai. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku dan religiusitas sangat mempengaruhi minat untuk berkontribusi wakaf tunai di kalangan mahasiswa KUIPSAS.

Pengetahuan dan Minat Dalam Berwakaf Uang

Studi (O'Cass, 2004) menemukan bahwa pengetahuan konsumen berhubungan dengan kepercayaan konsumen dalam mengambil keputusan. Penulis percaya bahwa pengetahuan konsumen

sangat penting karena dapat mempengaruhi kekuatan hubungan antara sikap dan perilaku. Individu dengan lebih banyak pengetahuan cenderung lebih percaya diri dalam membuat keputusan yang benar dan kurang tertarik pada informasi dan pendapat orang lain. Puskas-BAZNAS membangun konsep awal dalam menyusun indeks literasi zakat yang terdiri dari dua dimensi. Kedua dimensi itu antara lain dimensi pengetahuan dasar tentang zakat dan dimensi pengetahuan lanjutan tentang zakat (BAZNAS, 2019).

Adapun minat menurut Hurlock (1991) adalah motif yang menunjukkan arah perhatian individu kepada obyek yang menarik serta menyenangkan, apabila individu berminat terhadap obyek atau aktivitas tertentu maka ia akan cenderung untuk berhubungan lebih aktif dengan obyek atau aktivitas tersebut. Minat juga dapat diartikan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antar diri sendiri dengan sesuatu yang diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya (Suryabrata, 2006).

Menurut (Ferdinand, 2006) minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.
- c. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Ahmad (2019) menunjukkan bukti empiris bahwa kesediaan seseorang untuk berwakaf uang dipengaruhi secara signifikan oleh faktor-faktor seperti pengetahuan, pendapatan, sosial budaya dan promosi. Selanjutnya Fathurrahman & Maulana (2018) mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi niat wakif untuk berpartisipasi dalam memberikan kontribusi wakaf uang dalam konteks muslim Indonesia khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Darussalam Gontor (UNIDA Gontor) Ponorogo. Variabel bebas dalam penelitian ini antara lain sikap (X1) dan norma subjektif (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah intensi untuk berwakaf uang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sikap dan norma subjektif mempengaruhi intensi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor (UNIDA Gontor) Ponorogo untuk berwakaf uang.

Huda et al. (2019) menemukan bahwa bahwa variabel tingkat keimanan seseorang dan usia seseorang dapat mempengaruhi persepsi untuk melakukan wakaf uang secara signifikan. Osman (2014) memvalidasi penerapan teori perilaku terencana (Theory of Planned Behaviour) dalam konteks baru wakaf uang. Variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan dan religiusitas merupakan faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf uang mahasiswa International Islamic University of Malaysia.

Dennis et al. (2018) menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap sikap, egalitarianisme Islam, dan niat perilaku berwakaf uang. Adapun Mokhtar (2016) menemukan bahwa religiusitas sangat mempengaruhi niat staf Muslim USM untuk melakukan wakaf uang berdasarkan persepsi mereka. Pengaruh religiusitas juga mendasari faktor-faktor lain seperti pengetahuan wakaf tunai, kedermawanan dan anjuran.

Kassim & Hudzaifah (2021) juga menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat umat muslim di Indonesia untuk berpartisipasi dalam berwakaf uang. Faktor-faktor tersebut antara lain pengetahuan (X1), pendapatan (X2), sosial budaya (X3) dan promosi (X4). Hasil dari penelitian ini didapati bahwa semua faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat umat muslim di Indonesia untuk berwakaf uang. Hiyanti et al. (2020) menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk memberikan sukuk terkait wakaf tunai yang terdiri dari variabel literasi dan religiusitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap

niat memberikan CWLS. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi dan religiusitas akan meningkatkan niat untuk memberikan CWLS.

C. Metodologi Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti berbentuk kuantitatif. Subjek yang dipakai dalam penelitian ini meliputi Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Objek dalam penelitian ini adalah terkait dengan pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap minat berwakaf uang pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda yang mana variabel independennya adalah pengetahuan dan religiusitas, sedangkan variabel dependennya adalah minat berwakaf uang.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil pada uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,116 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang di LWU UNISIA pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Mubarak (2011), pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia itu sendiri dan pengetahuan akan bertambah sesuai dengan proses pengalaman yang dialaminya. Pengalaman mahasiswa UII dalam berwakaf uang dapat menjadikan kurangnya pengetahuan mengenai wakaf uang. Menurut teori (Budiman, 2013), hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya pendidikan mengenai wakaf uang, kurangnya media informasi yang dilakukan dalam mempromosikan wakaf uang, faktor ekonomi, dan juga lingkungan.

Pada penelitian ini, pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang. Hal ini bisa jadi disebabkan karena mahasiswa UII berwakaf uang tidak disebabkan oleh karena pengetahuan mereka tentang wakaf uang, tetapi karena pemahaman agama dan tingkat religiusitas mereka yang tinggi yang menyebabkan mereka berwakaf uang. Sehingga, meskipun tidak memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai wakaf uang, namun minat untuk berwakaf uang itu tetaplah ada.

Hasil yang didapat dalam penelitian ini berbeda dengan hasil yang didapatkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ahmad, 2019), (Kassim & Hudzaifah, 2021), (Hiyanti et al., 2020) dan (Nawawi, 2012) yang mana didapati bahwa faktor pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang pada penelitian-penelitian tersebut. Di lain sisi, hasil penelitian ini mempunyai kesamaan dan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Huda et al., 2019) dan (Mokthar, 2016) yang didapati bahwa faktor pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang.

Selanjutnya pada hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwakaf uang di LWU UNISIA pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini didukung dengan penelitian serupa yang dilakukan oleh (Hiyanti et al., 2020) terkait dengan intensi berwakaf pada CWLS yang menunjukkan bahwa religiusitas memengaruhi intensi berwakaf pada CWLS secara signifikan dan positif. Kemudian, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tho'in & Marimin, 2019), berdasarkan hasil penelitian serupa terkait instrumen filantropi Islam, menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Religiusitas dapat mendorong seseorang untuk bertingkah laku dan bertindak sesuai dengan ajaran agama, tak terkecuali dengan kegiatan beramal termasuk wakaf.

Religiusitas berkenaan dengan religi atau sifat religi yang melekat pada diri seseorang. Menurut Jalaluddin (Jalaluddin, 2001) mendefinisikan religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya. Dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah sejauh mana seseorang berkomitmen terhadap agamanya, yang tercermin dalam sikap dan perilakunya. Ini membuktikan hasil dari penelitian ini, yang mana semakin religius seseorang, maka minatnya untuk berwakaf uang juga semakin positif.

Beberapa faktor akan mempengaruhi mahasiswa UII dalam berwakaf uang. Salah satu faktor tersebut adalah religiusitas, yang secara umum diartikan sebagai keyakinan kuat yang mengendalikan manusia atau institusi untuk menunjukkan kepercayaannya kepada Tuhannya (Briliana & Mursito, 2017). Mahasiswa yang memiliki religiusitas tinggi akan memiliki perilaku konsumsi sesuai aturan agama, termasuk dalam konteks berwakaf uang.

Religiusitas adalah tingkat keberagamaan seseorang. Sedangkan agama adalah ajaran yang berasal dari Tuhan dan terkandung dalam kitab suci yang diwariskan oleh suatu generasi ke generasi berikutnya dengan tujuan, memberi tuntunan dan pedoman hidup bagi manusia agar mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dalam agama, mengandung unsur kepercayaan kepada hal gaib yang dapat menimbulkan respon emosional dan keyakinan bahwa kebahagiaan hidup bergantung pada adanya hubungan baik dalam hal-hal baik tersebut. Agama adalah wahyu yang diturunkan oleh Tuhan untuk manusia. Disamping sebagai sebuah keyakinan (belief) agama juga merupakan gejala sosial. Artinya, agama yang dianut melahirkan berbagai perilaku sosial, yakni perilaku yang tumbuh dan berkembang dalam sebuah kehidupan bersama, termasuk dalam kegiatan filantropi Islam yang salah satunya adalah berwakaf uang. Fungsi dasar agama tersebut ialah memberikan orientasi, motivasi dan membantu manusia untuk mengenal dan menghayati sesuatu yang sakral. Lewat pengalaman beragama yaitu penghayatan kepada Tuhan, manusia menjadi memiliki kesanggupan, kemampuan dan kepekaan rasa untuk mengenal dan memahami eksistensi sang Illahi. Hal-hal inilah yang mendorong seseorang atau dalam hal ini mahasiswa Universitas Islam Indonesia untuk berpartisipasi dalam melakukan wakaf uang.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu lainnya yang mengatakan bahwa faktor religiusitas mempengaruhi minat berwakaf secara signifikan. Penelitian-penelitian itu antara lain dilakukan oleh (Irawan, 2020), (Busry, 2020), (Huda et al., 2019), (Amirul Faiz Osman, 2014), (Dennis et al., 2018), (Mokthar, 2016), dan (Syafira et al., 2020). Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan hasil yang sejalan dengan penelitian ini, yang mana faktor religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat untuk berwakaf uang.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang di LWU UNISIA pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Selanjutnya religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang di LWU UNISIA pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Dari hasil tersebut dapat ditarik benang merah bahwa dalam peningkatan minat wakaf uang aspek yang terpenting untuk dioptimalkan adalah religiusitas konsumen. Sedangkan pada aspek pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat dalam berwakaf uang. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan LWU UNISIA untuk menargetkan konsumen atau nasabah yang memiliki religiusitas tinggi karena memiliki pengaruh dalam meningkatkan minat wakaf uang.

Referensi

- Ahmad, A. N., Rahman, A. A., & Rahman, S. A. (2015). Assessing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior towards Halal Food and Cosmetic Products. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(1). <https://doi.org/10.7763/ijssh.2015.v5.413>
- Ahmad, H. (2019). Factors Influencing Willingness to Contribute in Cash Waqf: Case of South Tangerang, Indonesia. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2). <https://doi.org/10.32678/ijeiv10i2.135>
- Amirul Faiz Osman. (2014). An analysis of cash waqf participation among young. *9th International Academic Conference, April*, 572–584.
- Ancok, D. (2001). *Psikologi Islam*. Pustaka Belajar.
- Anuar, N. A., Sulaiman, M. A., Mokhtar, N. N. A., Zainol, N. N., Isa, M., & Wan Yusoff, W. Z. (2022). Evaluating the performance of waqf land development: a case study of Wakaf Seete Aisah, Pulau Pinang. *ESTEEM Journal of Social Sciences and Humanities*, 6, 109-121.
- Briliana, V., & Mursito, N. (2017). Exploring antecedents and consequences of Indonesian Muslim youths' attitude towards halal cosmetic products: A case study in Jakarta. *Asia Pacific Management Review*, 22(4). <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.012>
- Budiman, R. (2013). *Kapita Selektakuisiner Pengetahuan dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*. Salemba Medika.
- Busry, L. H. (2020). Factors Influencing the Intention To Contribute To Cash Waqf Among Kuipsas Students. *Jurnal Al-Sirat*, 19, 20–33. <https://ejournal.kuipsas.edu.my/index.php/qwefqwefq/article/view/25>
- Dennis, D., Qoyum, A., & Sakti, M. P. (2018). Determinant of Cash Waqf Nahdatul Ulama (Case of Muslim Students in Indonesia). *MADANIA: JURNAL KAJIAN KEISLAMAN*, 22(1). <https://doi.org/10.29300/madania.v22i1.886>
- Faisal, F., Zainuddin, Z., Simatupang, N., Koto, I., & Sitorus, I. (2022). Development of a Model of Utilizing Cash Wakaf to Realize a Legal Tourism Area in Medan City. *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*, 8(1), 81-87.
- Fathurrahman, R. M. . S., & Maulana, H. (2018). Factors That Influence Students ' Awareness in Participating of Cash Waqf. *Islamic Business and Management Journal*, 1(2).
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hiyanti, H., Fitrijanti, T., & Sukmadilaga, C. (2020). Pengaruh Literasi dan Religiusitas Terhadapintensi Berwakaf Pada Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS). *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3).
- Huda, N., Sentosa, P. W., & Novarini, N. (2019). PERSEPSI SIVITAS AKADEMIKA MUSLIM TERHADAP WAKAF UANG. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(1). <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i1.1328>
- Hurlock, E. B. (1991). Psikolgi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Terjemahan oleh Istiwidayanti dan Soedjarwo). *Jakarta: Penerbit Erlangga*.
- Irawan, M. A. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Terhadap Wakaf Uang (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam). *Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya*.
- Jalaluddin. (2001). *Psikologi Agama*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kassim, S., & Hudzaifah, A. (2021). *Identification of Influencing Factors in Contributing to Cash*

- Waqf* (pp. 152–166). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-6811-8.ch010>
- Mokhtar, M. Z. (2016). Perceptions of Universiti Sains Malaysia Muslim Staff on Factors Influencing their Intention to Perform Cash Waqf. *Journal of Islamic Studies and Culture*, 4(2). <https://doi.org/10.15640/jisc.v4n2a11>
- Nasional, P. K. S.-B. A. Z. (2019). *Indeks Literasi Zakat: Teori dan Konsep*. Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- Nawawi, Z. M. (2012). Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Mahasiswa Fakultas Syari'ah IAIN Sumatera Utara tentang Cash Waqf. In *Library. Walisongo.Ac.Id*.
- Nezliani, L. (2021, March). Analisis peran Bank Umum Syariah sebagai potential investor untuk mengoptimalkan cash wakaf Link Sukuk. In *Annual Conference of Ihtifaz: Islamic Economics, Finance, and Banking* (pp. 203-218).
- O'Cass, A. (2004). Fashion clothing consumption: antecedents and consequences of fashion clothing involvement. *European Journal of Marketing*, 38(7). <https://doi.org/10.1108/03090560410539294>
- Suryabrata, S. (2006). Psikologi Pendidikan. In *Psikologi Pendidikan*.
- Sujono, R. I., Wibowo, F. W., & Musoffi, A. (2022). The Effectiveness and Efficiency of Cash Waqf Management in Tabung Wakaf Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1442-1447.
- Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). The Effect Of Religiosity And Trust On Intention To Pay In Ziswaf Collection Through Digital Payments. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 6(1). <https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.17293>
- Syauqi beik, I. (2006). Wakaf Tunai dan Pengentasan Kemiskinan. *ICMI Online*.
- Tho'in, M., & Marimin, A. (2019). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Tingkat Pendidikan, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3). <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.678>

Penilaian Akuntabilitas Pada BAZNAS Kabupaten Pati Ditinjau Dari Perspektif *Shariah Enterprise Theory* (SET)

Hana Nabila Rizka

Departemen Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

INFO ARTIKEL

Received: 8 Desember 2022
Accepted: 21 Desember 2022
Published: 21 Desember 2022

Email Penulis:
17423057@students.uui.ac.id

ABSTRAK

Sebagai lembaga sosial keagamaan BAZNAS Kabupaten Pati dalam melakukan pertanggungjawaban lembaga selain menekankan pada aspek fisik dan aspek mental juga menekankan pada aspek spiritual berupa sifat ihsan dan takwa yang diwujudkan dalam ketaatan etika syariah yang mengontrol laporan keuangan dan pencapaian program. Shariah enterprise theory merupakan suatu integrasi sosial yang diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam yang menjadi alat ukur dalam akuntabilitas Islam atau trilogi akuntansi syariah dengan pertanggungjawaban tertinggi kepada Tuhan, kemudian pertanggungjawaban kepada manusia dan alam. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk mengetahui kesesuaian antara informasi pelaporan dana ZIS pada BAZNAS Kabupaten Pati dengan perspektif syariah enterprise theory (SET). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penilaian akuntabilitas BAZNAS Kabupaten Pati dalam perspektif syariah enterprise theory belum sepenuhnya sesuai, dikarenakan presentase program tanggung jawab kepada Allah hanya pada posisi ketiga terendah yaitu sebesar 3,05%. Sedangkan posisi kedua pertanggungjawaban yaitu kepada manusia dengan presentase sebesar 40,35%, dan posisi pertama yaitu pertanggungjawaban kepada alam dengan presentase sebesar 56,6% tingginya presentase tersebut disebabkan dalam pertanggungjawabannya ada program unggulan dari BAZNAS Kabupaten Pati yang juga merupakan arahan program dari Bupati Pati untuk memprioritaskan bantuan bedah rumah sebagai icon atau program unggulan sehingga dana yang didistribusikan sangatlah besar.

Keywords: Akuntabilitas, Shariah Enterprise Theory (SET), Pengelolaan ZIS, Zakat, Infaq, Shadaqoh

A. Pendahuluan

Akuntabilitas atau tanggung jawab sosial adalah sebuah komitmen untuk memberikan pertanggungjawaban atas semua kegiatan dan memperjelas kinerja pelayanan kegiatan kepada individu atau golongan yang memiliki kekuatan wewenang untuk meminta data informasi pelaksanaan kegiatan (Halim, 2002; Jayanto & Munawaroh, 2019). Akuntabilitas sangat penting karena menjadi tolak ukur keberhasilan pencapaian tujuan dan pencapaian substansi suatu lembaga (Rini et al. 2021). Beberapa literatur terdahulu banyak membahas akuntabilitas dari suatu perusahaan (Kraak et al. 2019; Young et al. 2019). Akan tetapi masih minim literatur yang menganalisis akuntabilitas pada lembaga Zakat (Roziq et al. 2021).

Penelitian ini menilai akuntabilitas BAZNAS Kabupaten Pati yang sudah berdiri kurang lebih 16 tahun sebagai pengelola dana ZIS dan penerimaan serta penyaluran dana kebajikan dan terus

tumbuh berkembang dengan kegiatan operasional sehari-harinya berlandaskan prinsip syariah harus tetap menjalankan praktik pengelolaan yang etis dan bertanggung jawab yaitu salah satunya dengan melakukan aktivitas tanggung jawab sosial lembaga (akuntabilitas) yang tentu sudah memiliki pelaksanaan akuntabilitas yang baik, sehingga akan meningkatkan kepercayaan para muzakki untuk mendistribusikan hartanya ke BAZNAS Kabupaten Pati.

Jika ditinjau ulang, kekuatan zakat terbesar ada di kalangan pebisnis, namun yang menjadi persoalan saat ini adalah tingkat muzakki dari para pebisnis masih terbilang sedikit, hampir 90% muzakki berasal dari Aparatur Sipil Negara (ASN) yang ini merupakan suatu bentuk otorisasi kepada ASN dari Pemerintah Kabupaten untuk meningkatkan aset penerimaan dana ZIS. Jika tidak di inisiasi untuk mengusulkan otorisasi untuk penghimpunan dana ZIS dari ASN, maka penghimpunan dana ZIS oleh BAZNAS Kabupaten Pati akan sedikit dengan signifikansi perkembangan lembaga yang lamban.

Meskipun dana yang dihimpun sampai tahun 2021 mencapai 5 miliar terlihat bahwa penerimaan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Pati belum merata dari semua kalangan muzakki yang seharusnya mampu untuk lebih banyak menghimpun dana ZIS dan menyalurkan dana tersebut kepada cakupan mustahik yang lebih luas dan merata, karena Organisasi Pengelola Zakat di Pati sangat sedikit dan hanya BAZNAS Kabupaten Pati satu-satunya yang sudah memiliki otorisasi langsung dari Pemerintah Kabupaten Pati. Fenomena di atas menunjukkan bahwa muzakki membutuhkan kepercayaan lebih dalam lagi dalam pengelolaan aset zakat, infak dan sedekah (ZIS) oleh BAZNAS. Pihak pengelola ZIS harus memberikan pertanggungjawaban publik terhadap penyelenggaraan ZIS agar kepercayaan dapat terjalin. BAZNAS harus menunjukkan sifat amanahnya, kejujuran pengelolaan, transparansi dan bekerja maksimal untuk menunjukkan kinerja yang hebat sehingga muzakki memiliki keyakinan dalam menyalurkan zakatnya kepada lembaga.

Selain itu BAZNAS Kabupaten Pati sebagai lembaga keagamaan dan dana yang dihimpun hampir keseluruhan berasal dari umat Islam apakah dalam penyaluran dana tersebut sudah dipergunakan untuk dakwah Islamiyyah sebagai pertanggungjawaban kepada Allah penguasa alam semesta yang memberikan sumber daya seluruhnya kepada manusia secara maksimal atau belum tercapai sesuai dengan tujuan lembaga sosial keagamaan. Kemudian pertanggungjawaban untuk kesejahteraan masyarakat dan juga pada alam semesta.

Akuntabilitas pengelolaan dana ZIS dalam perspektif akuntansi syariah perlu dilakukan karena akuntansi syariah yang terwujud dalam sebuah laporan tidak saja sebagai bentuk akuntabilitas manajemen terhadap pemilik perusahaan, tetapi juga sebagai akuntabilitas kepada stakeholders dan Tuhan. Oleh karena itu, konsep akuntansi syariah diajukan dengan tujuan dapat memberikan dasar dalam pembuatan pelaporan yang berasaskan pada kepentingan stakeholders dibandingkan pada kepentingan stockholders. Dengan kata lain, pelaporan dana ZIS merupakan praktik yang dibentuk berdasarkan nilai-nilai etika dan norma yang digunakan adalah nilai-nilai agama Islam atau disebut juga dengan nilai-nilai syariah. Untuk melihat sejauh mana dalam mengendalikan dan melaksanakan akuntabilitas atau tanggung jawab sesuai dengan sudut pandang syariah enterprise theory, maka jenis dari organisasi sosial keagamaan yang menjadi ketertarikan peneliti adalah BAZNAS Kabupaten Pati.

B. Kajian Literatur

Akuntabilitas

Sari et al. (2018) menjelaskan bahwa akuntabilitas dari segi konsep dimaknai sebagai proses di mana seseorang atau kelompok organisasi diperlukan untuk mengungkapkan laporan kegiatan operasional sesuai pedoman dalam menyelesaikan tugas tanggung jawabnya. Dalam perspektif

Islam, ungkapan dalam Al-Qur'an menegaskan bahwa akuntabilitas diartikan sebagai “hisab” yaitu perhitungan.

Perhitungan dari perspektif arti yang luas mengidentifikasikan terhadap keharusan seorang individu untuk membuat pelaporan kepada Allah segala sesuatu yang diidentikkan dengan usaha manusia selama di dunia. Semua sumber daya alam yang tersedia dapat dimanfaatkan oleh manusia karena suatu bentuk kepercayaan yang telah Allah anugerahkan kepada para hambaNya. Manusia diizinkan untuk membuat inovasi sesuai apa yang telah diberikan kepada mereka terkait sumber daya alam namun didasarkan pada pengaturan syariah dan pencapaian manusia di masa yang kekal yaitu akhirat tergantung pada upaya manusia di bumi ini (Kholmi, 2012).

Pertanggungjawaban merupakan hal yang sangat penting dilakukan untuk menciptakan kemudahan mudah bagi individu mengetahui data informasi yang disajikan. Dalam hal pertanggungjawaban salah satu yang perlu diperhatikan yaitu pedoman keterbukaan (transparansi) dalam pengelolaan zakat oleh para pelaksana (amil) karena diidentikkan dengan kepercayaan muzakki (pemberi dana zakat) yang merupakan sumber penerimaan dana ZIS dan dikelola oleh Badan Amil Zakat.

Menurut triyuwono (2007) konsep akuntabilitas terhadap pengelolaan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) ditinjau dari perspektif *shariah enterprise theory* (SET) memberikan situasi yang vital dalam kehidupan sehari-hari, karena memang akuntansi syariah bukan hanya menjadi bentuk akuntabilitas pengelolaan terhadap pemilik lembaga eksekutif tetapi sebagai akuntabilitas kepada *stakeholders* dan Tuhan. Dalam hal ini penilaian akuntabilitas menggunakan perspektif *shariah enterprise theory* dibandingkan dengan perspektif yang lain, karena perspektif *shariah enterprise theory* lebih tepat, transendental, humanis dan menyeluruh serta lebih tepat untuk kegiatan perekonomian yang bergantung pada standar atau prinsip syariah pada lembaga sosial keagamaan apabila dibandingkan dengan pandangan dari penilaian akuntabilitas yang lain.

Desiana (2018) membahas tentang bagaimana interaksi pengungkapan CSR ditinjau dari gagasan *syariah enterprise theory* menunjukkan bahwa pelaporan kewajiban tanggung jawab sosial masih terbatas, sukarela, dan jauh dari gagasan *syariah enterprise theory*. Penelitian ini secara praktis hampir sama dengan penelitian sekarang, namun obyek penelitian yang dilakukan peneliti sekarang berbeda yaitu di BAZNAS Kabupaten Pati yang secara kepentingan memang merupakan lembaga sosial. Serta teknik dan instrumen pengumpulan sumber data yang berbeda untuk menguatkan hasil penelitian yang di dapat.

Lubis & Latifah (2019) membahas mengenai strategi pengembangan ZIS menggunakan analisis SWOT dengan hasil bahwa dalam pengembangan ZIS terdapat enam di antaranya yaitu (1) digitalisasi zakat, infak, bantuan sedekah (2) keuangan yang komprehensif, (3) Database pengelolaan, (4) penerapan regulasi (5) E-Zakat, (6) *Assessment* pajak bagi Muzakki. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sekarang karena penelitian sebelumnya menjelaskan strategi ZIS pengembangan secara general, sedangkan penelitian penulis sekarang berfokus pada analisis penilaian akuntabilitas serta penyajian laporan keuangan serta kegiatan di BAZNAS Kabupaten Pati.

Permana & Baehaqi (2016) membahas manajemen LAZ menjadi *good governance* dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip sebagai berikut (1) keterbukaan, di antaranya penggambaran data laporan anggaran, data informasi program, transparansi dalam penyusunannya serta penyebarluasan pembagian dana ZIS. (2) Akuntabilitas, yaitu LAZ harus bertanggungjawab dan amanah terhadap kinerjanya. (3) Tanggungjawab, yaitu pihak amil LAZ harus responsif terhadap muzakki dan juga kebutuhan mustahiq. (4) Kewajaran dan keadilan, LAZ harus bersikap seadil-adilnya dalam pendistribusian dana zakat. Penelitian ini berbeda dengan peneliti sekarang karena peneliti sekarang lebih spesifik lagi menjelaskan praktik akuntabilitas yang ditinjau dari perspektif *trilogi akuntabilitas* berdasar *shariah enterprise theory*.

Zakat, Infaq, Shadaqoh (ZIS)

Zakat, infak, dan sedekah merupakan kebiasaan budi pekerti dan kedermawanan yang dapat diterima dalam konseptualisasi altruisme dalam masyarakat muslim. ZIS merupakan salah satu jenis pendapatan dalam Islam yang dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya yaitu para mustahik zakat. Zakat merupakan bagian dari rukun Islam dengan mewajibkan umat Islam untuk tunduk dan menjalankannya.

Zakat menjadi amal ubudiyah yang menjalin hubungan antar individu untuk saling tolong-menolong, sehingga seorang hamba (pekerja) yang memiliki limpahan harta dapat memberikan sebagian hartanya untuk membantu kelompok mustahik zakat. Zakat juga merupakan bentuk ketaatan (*hablum minallah*) terhadap prinsip-prinsip dan penutup keyakinan kepada Allah *Subānahu wa ta'ālā*. Kemudian terkait infak dan sedekah merupakan pernyataan rasa syukur dan mahabbah (rasa cinta) seorang hamba atas karunia Allah yang senantiasa ditakdirkan untuk hambanya sehingga ia dapat memberikan sebagian dari hartanya untuk tujuan yang keagamaan dan ketauhidan, dengan tujuan yang layak khususnya membantu individu yang membutuhkan dan dakwah Islam.

Soemitra (2009) menjelaskan pada sebagian manfaat zakat, infak, dan sedekah yaitu menjauhi ketidakseimbangan status sosial, membersihkan dan menghapus perbuatan keji (*madzmumah*), menciptakan dan memberdayakan potensi individu melalui program yang bermanfaat, membersihkan kekayaan dan ungkapan syukur atas nikmat Allah *Subānahu wa ta'ālā*, dan dukungan moral untuk para muallaf. Ketiga instrumen pendapatan ZIS tersebut akan sangat baik penggunaannya jika dapat dikelola dan diawasi dengan baik (Septiarini, 2011). Kedudukan ZIS sangat penting dan memiliki kekuatan nyata atas 2 perbaikan dalam pengembangan negara seperti fasilitas pelayanan publik jika diarahkan dan dilaksanakan dengan baik serta diawasi secara tepat oleh para amil di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

Muchtamarini & Jalaluddin (2020) membahas tentang tanggung jawab pengelola zakat di Baitul Maal Kota Banda Aceh ditinjau dari *shariah enterprise theory*. Hasil ini menunjukkan bahwa zakat yang dijalankan para pengurus di Baitul Maal Kota Banda Aceh dari trilogi pertanggungjawaban sudah sesuai dengan *shariah enterprise theory*, namun dari tanggung jawab ke alam bersifat kurang tepat. Lembaga tersebut belum melakukan program yang beridentitas dengan perlindungan alam, dengan alasan bahwa titik fokus pengelolaan dana zakat diharapkan langsung ke daerah, selain melalui dana infak.

Selanjutnya Mardiantari (2019) membahas pengelolaan zakat di LAZISNU Kota Metro diantaranya yaitu 1. Memimpin pengadaan sosialisasi 2. Membentuk kelompok UPZ 3. Memberikan dukungan yang besar kepada muzakki dari segi pelayanan. Untuk fungsi dari dana zakat, infak dan sedekah dialokasikan sebagai peningkatan perekonomian daerah di Kota Metro sebagai program bantuan konsumtif dan produktif. Pengimplementasiannya berdasarkan prinsip keIslaman dan Undang-undang. Letak perbedaan dengan penulis sekarang adalah penelitian ini menjelaskan mengenai penilaian akuntabilitas yang diterapkan BAZNAS Kabupaten Pati berdasarkan perspektif tiga unit hubungan yakni, pertama akuntabilitas tertinggi terkait hubungan manusia dengan Tuhan, kedua dalam hubungan manusia dengan manusia, dan ketiga akuntabilitas dalam hubungan manusia dengan alam.

Alam (2018) membahas terkait efisiensi pengelolaan dana ZIS dengan fokus penelitian di BAZNAS se-karesidenan Surakarta dengan menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data Penelitian itu menunjukkan bahwa 100% BAZNAS di karesidenan Surakarta sudah optimal akan tetapi ada salah satu faktor inefisiensi yaitu masih adanya pegawai BAZNAS yang merangkap pekerjaan sehingga kurang fokus dalam pengelolaan zakat. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sekarang, karena teknik penelitian sekarang menggunakan strategi kualitatif deskriptif dan

menonjolkan penilaian pada tanggung jawab dilihat menurut sudut pandang trilogy akuntabilitas yaitu *shariah enterprise theory*.

C. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif deskriptif sebagai pendekatan dengan cara mengumpulkan data-data informasi untuk tujuan eksplisit dan kegunaan yang khusus. Jenis penelitian kualitatif ini dicirikan sebagai proses penelitian yang diidentikkan dengan pemahaman yang bergantung pada metodologi pendekatan yang melakukan penyelidikan atas fenomena persoalan sosial (Mulyadi, 2011).

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari (1) Kepala BAZNAS Kabupaten Pati, (2) Staf manajerial dan umum sebagai administrasi Muzakki dan Munfiq, (3) muzakki/Kontributor dana zakat dan (4) mustahik/ Penerima manfaat dana zakat. Objek dalam penelitian ini adalah kantor BAZNAS Kabupaten Pati serta pengevaluasian akuntabilitas berdasarkan *shariah enterprise theory*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer melalui proses wawancara secara top to bottom atau sangat mendalam dan sumber data sekunder melalui proses pengkajian literatur. Penulis menggunakan uji keabsahan data melalui triangulasi sumber data informasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Akuntabilitas Pada BAZNAS Kabupaten Pati Berdasarkan Perspektif *Shariah Enterprise Theory*.

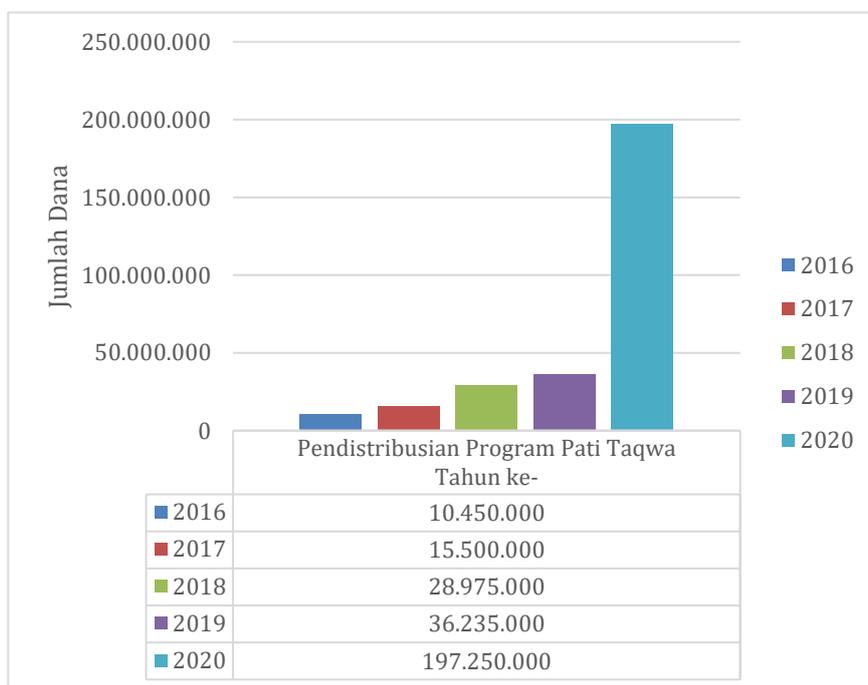
Dalam penilaian akuntabilitas berdasarkan perspektif *shariah enterprise theory*, salah satu yang dijadikan tolak ukur adalah mengenai moralitas pelaksana pada suatu lembaga yang disini adalah BAZNAS Kabupaten Pati. Standar operasional prosedur manajemen amil pada BAZNAS Kabupaten Pati diatur dalam Peraturan Perundang-undangan BAZNAS Pati Nomor: Nk/Baznas-Pati/Viii/2019, yang menyatakan bahwa amil zakat adalah perseorangan atau kelompok orang yang diangkat dan atau diberi kewenangan oleh Pemerintah untuk melaksanakan pengelolaan zakat. Amil BAZNAS Kabupaten Pati sesuai yang terlampir harus mewujudkan pengelola atau amil zakat yang berkualitas dan sadar akan tanggung jawabnya sebagai unsur pengelola zakat dan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana nilai-nilai syariah Islam yaitu diantaranya nilai keadilan, nilai kebenaran, nilai kejujuran, amanah, dan pertanggungjawaban yang dapat dinilai dari kinerja amil zakat. Nilai kejujuran (*Shidiq*) yang harus dijalankan sudah dijelaskan dalam dasar peraturan sesuai Peraturan BAZNAS Nomor 01 Tahun 2018 tentang kode etik amil zakat. Hasil observasi dan analisis data penelitian memperlihatkan konsep pertanggungjawaban BAZNAS Kabupaten Pati dengan telah memerintahkan amilnya untuk melaksanakan standar operasional prosedur yang sudah ditetapkan.

Hal ini dapat dilihat dari aturan kode etik Amil zakat yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial dan budaya yang terdapat di BAZNAS Kabupaten Pati telah sesuai dengan lingkungan dalam Islam seperti melakukan senyum, sapa, salam, kemudian menutup aurat bagi karyawan wanita dan larangan merokok bagi karyawan laki-laki untuk kemashlahatan bersama. Sedangkan implementasi nilai *tabligh* dan amanah di BAZNAS Kabupaten Pati, telah berusaha dijalankan dengan sebaik-baiknya melalui adanya alokasi dana yang berasal dari *muzakki* maupun *munfiq* dan diberikan kepada masyarakat sekitar melalui program-program rancangan yang bermanfaat dan adanya pemberian gaji yang cukup serta beberapa bonus yang ditunjukkan kepada seluruh pengelola BAZNAS Kabupaten

Pati sehingga dapat disimpulkan bahwa BAZNAS Kabupaten Pati juga memperhatikan kesejahteraan para pegawai melalui berbagai fasilitas dan juga yang diberikan sehingga membuat pegawai merasa nyaman bekerja di BAZNAS Kabupaten Pati. Sedangkan untuk pertanggungjawaban program dana ZIS menurut *Shariah Enterprise Theory* adalah sebagai berikut:

Akuntabilitas (Kontribusi) Vertikal: Allah SWT

Konsep akuntabilitas perspektif akuntansi syariah mengacu pada konsep *shariah enterprise theory* yang pertama, yaitu akuntabilitas atau kontribusi pertanggungjawaban program kepada Allah SWT, BAZNAS Kabupaten Pati sudah menerapkan hal tersebut yang tercermin dalam program kerja “Pati Taqwa”. Berikut merupakan grafik dari capaian tingkat pendistribusian dana zakat pada program “pati taqwa” tahun 2016-2020.



Sumber: Data Diolah, 2021

Gambar 1. Capaian Pendistribusian Pada Program Pati Taqwa Tahun 2016-2020

Pendistribusian dana untuk program Pati Taqwa ini dalam periode 2016-2020 adalah sebesar Rp288.410.000,00 dan dalam rincian tersebut dapat dilihat bahwa dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 selalu mengalami peningkatan jumlah pendistribusian dana ZIS. Dengan rincian di tahun 2016 berjumlah Rp10.450.000,00 yaitu untuk sosial keagamaan (TPQ, Madin, Masjid, Musholla) sejumlah Rp10.000.000,00 dan Ibnu Sabil/Musafir sejumlah Rp450.000,00. Kemudian di tahun 2017 berjumlah Rp15.500.000,00 yaitu untuk sosial keagamaan (TPQ, Madin, Masjid, Musholla) sejumlah Rp15.000.000,00 dan Ibnu Sabil/Musafir sejumlah Rp500.000,00. Kemudian di tahun 2018 berjumlah Rp28.975.000,00 yaitu untuk sosial keagamaan (TPQ, Madin, Masjid, Musholla) sejumlah Rp20.000.000,00. untuk pembinaan muallaf sejumlah Rp8.250.000,00 dan Ibnu Sabil/Musafir sejumlah Rp725.000,00.

Kemudian di tahun 2019 berjumlah Rp36.235.000,00 yaitu untuk sosial keagamaan (TPQ, Madin, Masjid, Musholla) sejumlah Rp35.750.000,00 dan Ibnu Sabil/Musafir sejumlah Rp485.000,00. Kemudian di tahun 2020 berjumlah Rp197.250.000,00 yaitu untuk sosial keagamaan (TPQ, Madin, Masjid, Musholla) sejumlah Rp194.205.000,00 untuk pembinaan muallaf sejumlah

Rp2.000.000,00 dan Ibnu Sabil/Musafir sejumlah Rp1.045.000,00. Dari tabel tersebut terlihat adanya capaian yang baik dari pendistribusian dana zis pada program pati taqwa karena jumlah yang didistribusikan selalu meningkat setiap tahunnya.

Berdasarkan pemaparan diatas, BAZNAS Kabupaten Pati dalam hubungannya kepada Allah SWT dapat dikatakan cukup baik karena terdapat peningkatan penyaluran dana ZIS di setiap tahunnya namun dalam hal ini kurang maksimal dalam arti belum sepenuhnya sesuai dengan konsep akuntabilitas berdasarkan *shariah enterprise theory* karena dalam konsep *shariah enterprise theory* memposisikan tanggungjawab terbesar pertamanya kepada Allah SWT. Namun pelaksanaan pendistribusian zakat untuk program ini dengan nominal yang cukup besar membuktikan adanya motivasi yang tinggi dan memprioritaskan program pati taqwa dari BAZNAS Kabupaten Pati sebagai bentuk akuntabilitasnya dalam perspektif akuntansi syariah konsep SET yang pertama, yaitu hubungan kepada Allah (*hablumminallah*).

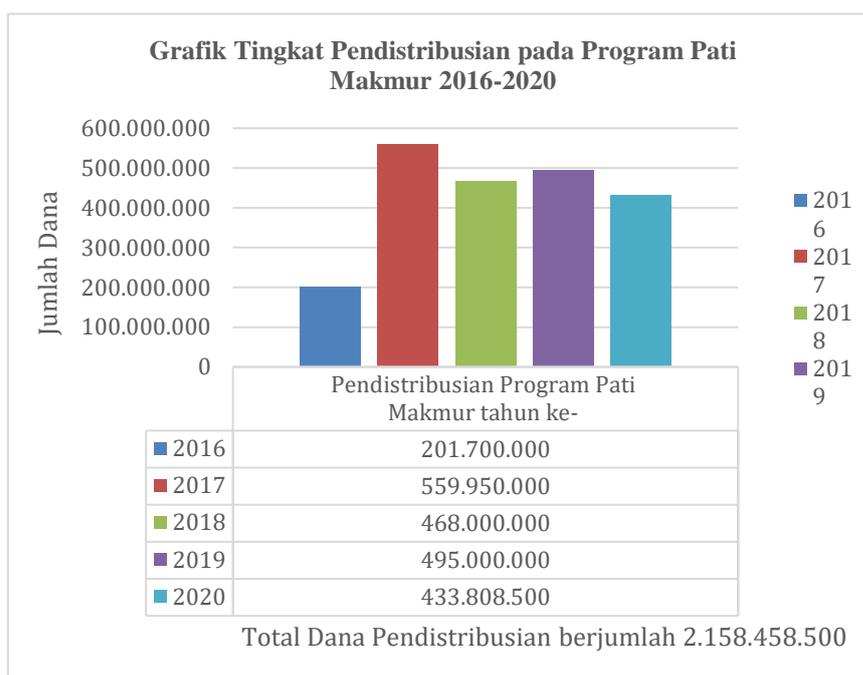
Akuntabilitas (Kontribusi) Horizontal: Manusia

Manusia menurut konsep akuntabilitas perspektif akuntansi syariah (mengacu pada SET) yang kedua, yaitu kontribusi kepada manusia, BAZNAS Kabupaten Pati sudah menerapkan hal tersebut yang tercermin dalam tiga program kerjanya, yaitu “Pati Makmur”, “Pati Cerdas”, dan “Pati Sehat”. Ketiga program ini berfokus kepada pengembangan masyarakat dalam bidang ekonomi, pendidikan, dan kesehatan yang merupakan tiga sektor penting dalam pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM).

Yang pertama yaitu program “Pati Makmur” yang melakukan pendistribusian untuk kaum yang membutuhkan yaitu fakir dan miskin, karena fokus dalam kesejahteraan masyarakat yaitu dengan mengurangi dan memberdayakan masyarakat yang kurang mampu baik itu berupa zakat konsumtif maupun produktif. Selain itu program pati makmur juga mempunyai keinginan yang dicapai yaitu untuk memberdayakan ekonomi umat kepada masyarakat yang mempunyai usaha kecil melalui bantuan zakat produktif (dengan sistem kelompok). Sasaran utama program ini adalah masyarakat kurang mampu yang mempunyai usaha produktif tetapi tidak berdaya dalam bidang permodalan. Latar belakang program ini adalah banyaknya pedagang usaha kecil yang tidak memiliki modal cukup, sehingga perlu dukungan bantuan berupa permodalan.

Dalam menjalankan operasionalnya program ini memberikan bantuan modal usaha tanpa bunga dari skala kecil dan secara bertahap. Gagasan dari bantuan permodalan ini adalah pada saat mereka memperoleh modal mereka selaku mustahiq dan mereka dianjurkan untuk menabung dari hasil usahanya setiap bulannya kepada kelompok usaha yang telah dibentuk (seperti arisan). Kemudian akan digulir dana tabungan tersebut setiap bulannya untuk tambahan modal usaha. Apabila dinyatakan sudah cukup mampu dan memiliki permodalan yang kuat dalam usahanya dan ingin mengembangkan usahanya lebih besar lagi akan dibimbing oleh BAZNAS Kabupaten Pati melalui jasa pelatihan bisnis dan pengembangan bisnis. Dalam periode 2016-2020 total untuk program Pati Makmur tersebut adalah sebesar Rp 2.158.458.500,00.

Berikut merupakan capaian BAZNAS Kabupaten Pati dalam mendistribusikan dana zakat pada program “pati makmur” dalam periode tahun 2016-2020:



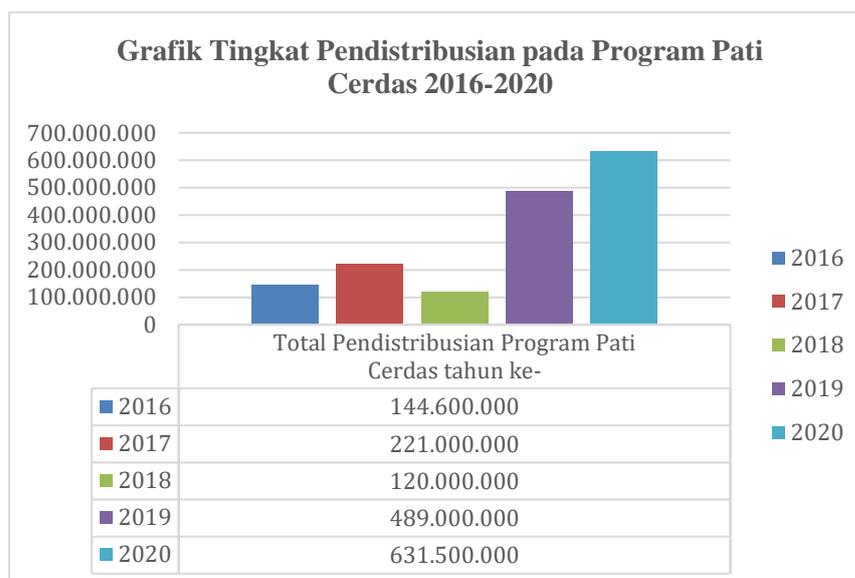
Sumber: Data Diolah, 2021

Gambar 2. Capaian Pendistribusian Pada Program Pati Makmur Tahun 2016-2020

Dari tabel tersebut dijelaskan rincian pendistribusian di tahun 2016 sebesar Rp 201.700.000,00 yaitu untuk fakir miskin konsumtif sejumlah Rp19.200.000,00 dan Usaha kecil (ekonomi produktif) sejumlah 182.500.000. kemudian di tahun 2017 sebesar Rp 559.950.000,00 yaitu untuk fakir miskin konsumtif sejumlah Rp 232.950.000,00 dan Usaha kecil (ekonomi produktif) sejumlah Rp 327.000.500,00. Kemudian di tahun 2018 sebesar Rp 468.000.000,00 yaitu untuk fakir miskin konsumtif sejumlah Rp 146.000.000,00 dan Usaha kecil (ekonomi produktif) sejumlah Rp 322.000.000,00. Kemudian di tahun 2019 sebesar Rp 495.000.000,00 yaitu untuk fakir miskin konsumtif sejumlah Rp 356.000.000,00 dan Usaha kecil (ekonomi produktif) sejumlah Rp 139.000.000,00. Kemudian tahun 2020 sebesar Rp 433.808.500,00 yaitu usaha kecil (ekonomi produktif) sejumlah Rp 197.140.000,00 dan bantuan dampak covid-19 sejumlah Rp 236.668.500,00.

Kedua yaitu Program “Pati Cerdas” yang bertujuan memberikan bantuan beasiswa pendidikan bagi warga miskin yang anaknya berprestasi serta memberikan dana bantuan penunjang pendidikan bagi anak-anak SD atau orang tua yang tidak mampu. Kegiatan yang telah dijalankan selama tahun 2016-2020 di antaranya bantuan beasiswa pendidikan diperuntukkan siswa SMP maupun MTs, bantuan beasiswa pendidikan untuk siswa SMA/ SMK atau MA dan bantuan beasiswa untuk Mahasiswa kurang mampu.

Berikut merupakan capaian dari pendistribusian pada program “pati cerdas” periode tahun 2016-2020:



Sumber: Data Diolah, 2021

Gambar 3. Capaian Pendistribusian Pada Cerdas Tahun 2016-2020

Pada tahun 2016 jumlah pendistribusian mencapai 280 orang dengan jumlah dana yang disalurkan yaitu Rp144.600.000,00. Kemudian pada tahun 2017 jumlah pendistribusian mencapai 610 orang dengan jumlah dana yang disalurkan sebesar Rp221.000.000,00. Tahun 2018 jumlah pendistribusian mencapai 229 orang dengan dana yang disalurkan sebesar Rp120.000.000,00. Pada tahun 2019 jumlah pendistribusian mencapai 699 orang yaitu 675 orang untuk pelajar kurang mampu dan 24 orang untuk beasiswa lanjut sekolah dengan total dana yang disalurkan sebesar Rp489.000.000,00.

Untuk beasiswa pendidikan dalam program kegiatan pati cerdas ini, BAZNAS Kabupaten Pati memberikan paling banyak pada tahun 2020 sebanyak 1140 orang yaitu 1115 siswa kurang mampu, (SMP/MTs), (SMA/SMK/MA), (Mahasiswa Lokal) dan beasiswa lanjut sekolah sebanyak 25 orang. Dengan total pendistribusian pada tahun 2020 yaitu mencapai Rp631.500.000,00 dengan rincian sejumlah Rp557.500.000,00 disalurkan kepada siswa kurang mampu, (SMP/MTs), (SMA/SMK/MA), (Mahasiswa Lokal). Sejumlah Rp51.000.000,00 untuk beasiswa lanjut sekolah dan sejumlah Rp23.000.000,00 untuk wiyata bhakti korwilcam. Hal itu sangat baik mengingat pada awalnya BAZNAS Kabupaten Pati hanya menargetkan penyaluran maksimal 100 orang. Hal ini menjadi tolak ukur atau penilaian yang baik karena pada tahun tersebut, BAZNAS Kabupaten pati memperoleh pemasukan dana ZIS yang tinggi untuk penunjang pendidikan pelajar.

Sedangkan untuk Program “Pati Sehat” bertujuan memberikan bantuan diantaranya yaitu:

- a) Penyaluran bantuan kesehatan untuk masyarakat desa se-Kabupaten Pati.
- b) Kegiatan khitanan massal secara terprogram.
- c) Pembuatan jamban/ sanitasi.
- d) Kerohanian pasien.

Namun dalam pendistribusian dana ZIS untuk program Pati Sehat, BAZNAS Kabupaten Pati mengalokasikan dana tersebut untuk bantuan jambanisasi dan juga bantuan pengobatan. Berikut merupakan capaian pertanggungjawaban BAZNAS Kabupaten Pati dalam mendistribusikan dana zakat pada program “pati sehat” dalam periode tahun 2016-2020:



Sumber: Data Diolah, 2021

Gambar 4 Capaian Pendistribusian Pada Sehat Tahun 2016-2020

Selama tahun 2016- 2020 telah menthasarrufkan bantuan kesehatan untuk 61 orang sebesar Rp56.495.000,00. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa di tahun 2020 menunjukkan grafik yang tinggi dikarenakan dalam periode tersebut bantuan pengobatan yang diberikan oleh BAZNAS Kabupaten Pati lebih besar. Dari ketiga program diatas, BAZNAS Kabupaten pati secara keseluruhan telah menyalurkan dana sebesar Rp3.821.053.500,00. Angka tersebut sangatlah besar. Meskipun penthasarrufkan dari gabungan pendistribusian ketiga program ini angkanya jauh lebih besar dari program pati taqwa, namun tujuan yang dihadirkan adalah untuk kemashlahatan umat yang nantinya berorientasi untuk semangat mensyukuri segala nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT sebagaimana terdapat dalam dalil al-Qur'an Suroh alBaqoroh ayat 172. Dan hal itu menjadikan semangat beribadah yang diniatkan hanya untuk kepada Allah SWT sehingga terjalin relasi kebatinan dengan Allah (hablumminallah) serta hubungan dengan manusia (hablumminannas).

Akuntabilitas (Kontribusi) Horizontal: Alam

Dalam konsep akuntabilitas perspektif akuntansi syariah (mengacu pada SET) yang ketiga, yaitu kontribusi kepada alam, BAZNAS Kabupaten Pati sudah menerapkan hal tersebut yang tercermin dalam program kerjanya, yaitu "Pati Peduli". Program Pati peduli merupakan program yang mengalokasikan dana untuk bantuan bencana dan kebutuhan sesaat untuk fakir miskin, ghorim, dan ibnu sabil. Berikut merupakan capaian pertanggungjawaban BAZNAS Kabupaten Pati dalam mendistribusikan dana zakat pada program "pati peduli" dalam periode tahun 2016-2020:



Sumber: Data Diolah, 2021

Gambar 5 Capaian Pendistribusian Pada Pati Peduli Tahun 2016-2020

Dari program tersebut, BAZNAS Kabupaten Pati telah menjalankan kegiatan pendistribusiannya dengan baik, sesuai prosedur yang telah ditetapkan. BAZNAS menjalankan program tersebut bersinergi dengan lembaga terkait sehingga memudahkan dalam pelaksanaan misalnya yaitu bekerja sama dengan KANWIL KEMENAG, Pemerintah Kabupaten, Dinas Sosial, dan lain sebagainya. Dalam kegiatan kepedulian terhadap bencana alam ini biasanya meliputi banjir, kekeringan, tanah longsor, dan musibah lainnya.

Kemudian BAZNAS Kabupaten Pati juga melakukan pelestarian alam melalui penanaman mangrove bersama dengan komunitas pecinta lingkungan, Selain itu terdapat bantuan kepedulian berbentuk perbaikan rumah tidak layak huni bagi masyarakat tidak mampu berupa rehabilitasi yang merupakan program unggulan dari BAZNAS Kabupaten Pati, hal itu dapat dilihat dari grafik diatas yang menjelaskan bahwa program bedah rumah menunjukkan grafik yang lebih tinggi dari pada program bantuan yang lain. Dalam pelaksanaannya kegiatan ini terbagi dua yaitu berupa usulan dan dampak bencana. Selain itu program pati peduli bersinergi dengan program bantuan yang lainnya.

Hal tersebut menunjukkan BAZNAS Kabupaten Pati dalam hubungannya kepada Alam dapat dikatakan baik karena jumlah pendistribusiannya cukup besar dan BAZNAS Kabupaten Pati sendiri memiliki tim BAZNAS tanggap bencana yang sigap dan siaga apabila terdapat bencana alam di suatu wilayah, walaupun ditahun 2020 pendistribusian dana ZIS banyak digunakan juga untuk bantuan masyarakat yang terpapar virus covid 19. Total dari seluruh pendistribusian program pati peduli dari tahun 2016-2020 yaitu sebesar Rp 5.349.513.125,00 angka tersebut sangat membuktikan prioritas dari BAZNAS Kabupaten Pati sebagai bentuk akuntabilitasnya dalam perspektif akuntansi syariah konsep SET yang ketiga, yaitu *hablumminal'alam*. Dari pemaparan diatas maka penulis telah mempresentasikan penilaian akuntabilitas BAZNAS Kabupaten Pati berdasarkan pada perspektif syariah enterprise theory yang kemudian dapat menjadi tolak akur dalam melihat seberapa besar pertanggungjawaban BAZNAS Kabupaten Pati dengan tabel berikut:

Tabel 2 Akuntabilitas BAZNAS Kabupaten Pati Tahun 2016-2020 Perspektif *Shariah Enterprise Theory* (SET)

No	Konsep SET	Program Kerja	Jumlah (Rp)	Presentase (%)
1	Pertanggungjawaban Kepada Allah	Pati Taqwa	Rp 288.410.000	3.05%
2	Pertanggungjawaban Kepada Manusia	Pati Makmur	Rp 2.158.458.500	40.35%
		Pati cerdas	Rp 1.606.100.000	
		Pati Sehat	Rp 56.495.000	
		Jumlah	Rp 3.821.053.500	
3	Pertanggungjawaban Kepada Alam	Pati Peduli	Rp 5.359.513.125	56.6%
		Jumlah	Rp 9.468.976.625	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Dari data di atas, posisi pertanggungjawaban tertinggi yang pertama yaitu pertanggungjawaban secara horizontal kepada alam dengan presentase 56,6% dengan jumlah pendistribusian sebesar Rp5.359.513.125,00. Kemudian posisi yang kedua yaitu pertanggungjawaban horizontal kepada manusia dengan presentase sebesar 40,35%, jumlah dana yang disalurkan sebesar Rp3.8.21.053.500. Dan posisi ketiga yaitu pertanggungjawaban vertikal kepada Allah SWT dengan presentase sebesar 3.05%, jumlah dana yang disalurkan sebesar Rp288.410.000,00.

Tingginya presentase pertanggungjawaban kepada alam dari program pati peduli ini disebabkan karena di dalam pertanggungjawabannya ada program unggulan dari BAZNAS Kabupaten Pati yang juga merupakan arahan program dari Bupati Pati untuk memprioritaskan bantuan bedah rumah sebagai icon atau program unggulan yang masuk dalam program pati peduli, sehingga dana yang didistribusikan sangatlah besar karena sudah tersebar sampai ke desa pelosok-pelosok se-kabupaten Pati. Program pati peduli juga bersinergi dengan pendistribusian program yang lainnya seperti bantuan disabilitas dan bencana alam. Sedangkan untuk program pati taqwa yang merupakan bentuk kontribusi pertanggungjawaban langsung kepada Allah SWT memang belum sepenuhnya maksimal namun sudah berjalan cukup baik, karena BAZNAS Kabupaten Pati sifatnya hanya membantu dari program pemerintah daerah ataupun KEMENAG dimana ada beberapa program yang belum terealisasi.

E. Kesimpulan

Dari pemaparan hasil penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa dalam akuntabilitas manajemen lembaga BAZNAS Kabupaten Pati sudah menerapkan nilai-nilai syariah Islam yaitu diantaranya nilai keadilan, nilai kebenaran, nilai kejujuran, amanah, dan pertanggungjawaban yang dapat dinilai dari kinerja amil zakat serta adanya peraturan standar operasional prosedur yang sudah ditetapkan melalui regulasi hukum positif maupun dari Al-Qur'an, Sunnah, Ijma' dan Qiyas. BAZNAS Kabupaten Pati juga sudah dikatakan transparan karena telah memberikan informasi yang lugas, dan sesuai fakta terhadap pihak-pihak yang berkepentingan maupun masyarakat publik. Pihak lembaga juga memberikan dana insentif, fasilitas yang memadai serta pelatihan yang layak untuk para amil zakat sehingga ini merupakan pertanggungjawaban lembaga kepada para pekerja dinilai sudah cukup baik.

Kemudian untuk pelaporan dana ZIS yang berkaitan dengan program pelaksanaan yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Pati belum sepenuhnya sesuai terhadap akuntabilitas berdasarkan pada perspektif syariah enterprise theory. Akuntabilitas pada BAZNAS Kabupaten Pati

dikatakan belum sepenuhnya sesuai berdasarkan pada perspektif shariah enterprise theory dikarenakan periode tahun 2016- 2020, kontribusi pertanggungjawaban kepada Allah SWT menduduki posisi yang rendah yaitu ketiga dengan jumlah Rp 288.410.000,00 atau dalam persentasenya sebesar 3,05%. Kemudian pertanggungjawaban kepada manusia di posisi kedua dengan jumlah Rp 3.821.053.500,00 atau dalam persentasenya sebesar 40,35%. pertanggungjawaban kepada alam di posisi pertama paling tinggi dengan jumlah Rp 5.359.513.125 atau dalam persentasenya sebesar 56,6%. Maka hal ini belum sesuai dengan konsep akuntabilitas dalam perspektif Syariah Enterprise Theory yang menempatkan kedudukan Pertama yaitu kontribusi secara vertikal kepada Allah SWT dan seharusnya sebagai akuntabilitas primer (tertinggi) dalam pelaksanaannya, kemudian kontribusi horizontal kepada manusia dan alam sebagai akuntabilitas sekunder dalam kedudukan setelahnya

Referensi

- Alam, A. (2018). *Analisis Efisiensi Pengelolaandanazakat Infak Sedekah (Zis) Di Baznas Kabupaten/Kota Se-Karesidenan S Urakarta Dengan Menggunakan Metode Data Envelopment Analysis Dea*. Iqtishoduna,262-290. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/234>
- BAZNAS.Pati. (2014). Profil BAZNAS Kabupaten Pati. Pati: Sekretariat BAZNAS Pati.
- Desiana. (2018). Pelaporan Corporate Sosial Responsibility (CSR) Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory. Jurnal Akuntansi. Jurnal Akuntansi Volume 13 (1) (Januari-Juni) 10-20. <https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jak/article/view/706/456>
- Furqon, A. (2015). *Manajemen Zakat*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya.
- Halim, A. (2002). *Akuntansi Keuangan Daerah*. Yogyakarta: UPP AMP.
- Kholmi, M. (2012). *Akuntabilitas dan Pembentukan Perilaku Amanah Dalam Masyarakat Islam*. *Jurnal Salam*, 15 (1). <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/salam/article/view/1099>
- Jayanto, P. Y., & Munawaroh, S. (2019). The influences of reputation, financial statement transparency, accountability, religiosity, and trust on interest in paying zakat of profession. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11(1), 59-69.
- Kraak, V. I., Rincón-Gallardo Patiño, S., & Sacks, G. (2019). An accountability evaluation for the International Food & Beverage Alliance's Global Policy on Marketing Communications to Children to reduce obesity: A narrative review to inform policy. *Obesity Reviews*, 20, 90-106.
- Lubis, R. H. and Latifah, F. N. (2019) '*Analisis Strategi Pengembangan Zakat, Infaq, Shadaqoh dan Wakaf di Indonesia (Analysis of Zakat, Infaq, Shadaqoh and Wakaf Development Strategies in Indonesia)*', Perisai : Islamic Banking and Finance Journal, 3(1), p.45.doi:10.21070/perisai.v3i1.1999. <https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai/article/view/1570/1736>
- Lutviana, N. I. (2009). Evaluasi Pengumpulan dan Penyaluran Dana Zakat. <http://lib.uin-malang.ac.id/thesis/fullchapter/05610033-nurulsnaini-lutviana.ps.>>
- Mardiantari, A. (2019). *Peranan Zakat, Infak Dan Sedekah (Zis) Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Metro (Studi Pada Lazisnu Kota Metro)*. DIKTUM : Jurnal

Syariah dan Hukum, 151-165
<https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/diktum/article/download/640/557/>

- Muchtamarini, Y. and Jalaluddin, J. (2020) '*Analisis Akuntabilitas Pengelolaan Zakat Berdasarkan Syariah Enterprise Theory Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh*', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 5(3), pp. 328–336. doi: 10.24815/jimeka.v5i3.15628. <https://jim.unsyiah.ac.id/EKA/article/download/15628/pdf>
- Mulyadi, M. (2011). "Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 127-138. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Permana, A. and Baehaqi, A. (2016) '*Manajemen Pengelolaan Lembaga Amil Zakat Dengan Prinsip Good Governance*', *Al-Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan)*, 3(2), pp. 117–131 <https://core.ac.uk/download/pdf/229197765.pdf>
- Rachim, H. (2018). *Analisis Akuntabilitas Dalam Pengelolaan Zakat di Badan Amil Zakat Kabupaten Mamuju*. Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.
- Raditya Sukmana, F. (2019). *Analisis Pengumpulan Dan Pengelolaan Zakat, Infaq Dan Shodaqoh Di Lazis Muhammadiyah*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2393-2408. <https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/download/14141/Fauzul%20Mizanul%20Ahsan>
- Rini, R., Purwanti, A., & Farah, W. (2021). Accountability index for zakat management institutions in Indonesia. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(3), 1-10.
- Roziq, A., Sulistiyo, A. B., Shulthoni, M., & Anugerah, E. G. (2021). An escalation model of muzakki's trust and loyalty towards payment of zakat at baznas Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 551-559.
- Sari, M., Mintarti, S. and Fitria, Y. (2018) "*Akuntabilitas pengelolaan keuangan organisasi keagamaan*", *Kinerja*, 15(2), p. 45. doi: 10.29264/jkin.v15i2.4029. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/4029>
- Septiarini, D. F. (2011). *Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Pengumpulan Dana Zakat, Infaq Dan Shodaqoh Pada Laz Di Surabaya*. *Akrual Jurnal Akuntansi*, 172-199. <https://doi.org/10.26740/jaj.v2n2.p172-199>
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Prenada Media.
- Triyuwono. (2007). *Akuntansi Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Young, M., Rodriguez, L., Keller, E., Sun, F., Sa, B., Whittington, J., & Howe, B. (2019, January). Beyond open vs. closed: Balancing individual privacy and public accountability in data sharing. In *Proceedings of the Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (pp. 191-200).