

MENGANGKAT NILAI “ZAKAT DENGAN HATI” : REFLEKSI FENOMENOLOGIS ZAKAT PERUSAHAAN PENGUSAHA ARAB

Haekal Reza

Yayasan Al Irsyad Malang
Jl. Pierre Tendean, Malang.

Abstract: Bringing Up “Zakat by Heart” : Phenomenological Reflection of Corporate Zakat by Arabic Entrepreneur. This study aims to provide a discourse on the meaning of corporate zakat in the perspective in viewing Arab ethnicity. The author uses phenomenological approach to do an interview with the Arab ethnic entrepreneurs who already have a company with legal status. The results of this study indicate that there are different views among the Arab ethnic entrepreneurs because of the differences in the implementation of the Arab culture itself. This study also results in the concept of “distribution of zakat by heart”, which is full of charity and free from *riya*.

Abstrak: Mengangkat Nilai “Zakat Dengan Hati” : Refleksi Fenomenologis Zakat Perusahaan Pengusaha Arab. Studi ini bertujuan untuk memberikan wacana atas pemaknaan *zakat* perusahaan menurut pandangan Etnis Arab. Pendekatan yang penulis lakukan adalah pendekatan fenomenologi dengan melakukan wawancara kepada para pengusaha Etnis Arab yang telah memiliki perusahaan dengan berbadan hukum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pandangan di kalangan pengusaha Etnis Arab yang satu dengan yang lainnya karena adanya perbedaan penerapan budaya Arab itu sendiri. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan usaha yang dilakukan oleh pengusaha-pengusaha Etnis Arab itu sendiri. Penelitian ini juga menghasilkan konsep distribusi “*zakat dengan hati*”, yaitu *zakat* penuh keikhlasan dan bebas *riya*.

Kata kunci: *Zakat* Perusahaan, Budaya Arab, Pandangan Pengusaha Etnis Arab, Fenomenologi, *Zakat Dengan Hati*.

Kesenjangan sosial yang semakin besar antara yang kaya dan yang miskin, membuat para cendekiawan muslim memiliki pandangan untuk menggali ke dalam ajaran Islam tentang bagaimana sistem perekonomian yang seharusnya (Azzuhri 2011). Konsep pemberdayaan ekonomi umat melalui *zakat* merupakan salah satu metode yang tepat dalam meminimalisir kesenjangan sosial yang ada, jika kita bisa melihat hakekat atau peran dari *zakat* itu sendiri.

Potensi *zakat* di Indonesia pada tahun 2011 melalui penelitian yang dilakukan oleh Badan Amil *Zakat* Nasional (Baznas)

adalah sebesar Rp 217 triliun. Potensi ini terdiri dari: (1) potensi *zakat* rumah tangga sebesar Rp 82,7 triliun; (2) potensi *zakat* industri swasta Rp 114,89 triliun; (3) potensi *zakat* BUMN Rp 2,4 triliun; (4) potensi *zakat* tabungan Rp 17 triliun, namun realisasinya baru mencapai Rp 1,5 triliun selama tahun 2011 (Irfan 2012). *Zakat* perusahaan muncul sebagai fenomena baru yang memiliki potensi terbesar diantara potensi *zakat* lainnya. Banyaknya potensi *zakat* perusahaan yang belum tergali, disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap perkembangan *zakat* kekayaan ini, karena masih



terdoktrin bahwa *zakat* hanya sebatas *zakat* fitrah dan kekayaan pribadi.

Jika kita telisik lebih dalam, sebenarnya penetapan perusahaan sebagai wajib *zakat* telah disetujui oleh para ulama peserta muktamar internasional pertama di Kuwait yang diadakan pada tanggal 30 April 1984 Masehi, dimana mereka menganalogikan perusahaan sebagai badan hukum yang dianggap sebagai orang. Pernyataan ini berasal dari perilaku dalam perusahaan berupa aktivitas transaksi, meminjam, menjual, berhubungan dengan pihak luar, dan menjalin kerjasama. Suatu usaha yang diawali bersama, makabaik kewajiban dan hasil akhirpun dinikmati secara bersama, termasuk di dalamnya kewajiban kepada Allah SWT dalam bentuk *zakat* (Hafidhuddin 2002:101).

Selain hal tersebut di atas, dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 tahun 1999 tentang pengelolaan *zakat*, bab IV pasal 11 ayat (2) bagian (b), dikemukakan bahwa di antara objek *zakat* yang wajib dikeluarkan *zakatnya* adalah sektor perdagangan dan perusahaan (Amin, 2008). Selain UU RI, Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat Hasil Ijtima Ulama Komisi Fatwa Se-Indonesia III yang diadakan di Padang Panjang, tanggal 24-26 Januari 2009, bagian kedua nomor II, telah memutuskan bahwa perusahaan berkewajiban untuk menunaikan *zakat* apabila telah memenuhi *nishabnya* (Irfan 2012).

Zakat sebenarnya bisa menjadi suatu nilai tambah dari perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Mulawarman (2006), yang menyatakan bahwa *zakat* bila dilihat lebih dalam adalah sebuah pemaknaan laba berdasarkan titik temu antara hakikat kemanusiaan dan nilai-nilai keadilan. Hakikat kemanusiaan sebagai manusia yang memiliki kebebasan dan memancarkan nilai-nilai fitri Ketuhanan akan memunculkan *value added* (VA). Nilai-nilai keadilan merepresentasikan substansi dari distribusi yang lebih konkret. Sedangkan Triyuwono (2000) menganggap *zakat* sebagai wujud akuntansi syariah yang tercermin dalam metafora “amanah”. Orientasi *zakat* sebagai tujuan penting dari akuntansi syariah memberikan pandangan bahwa laba bersih tidak lagi menjadi suatu ukuran kinerja perusahaan, tetapi sebaliknya, *zakat* menjadi ukuran kinerja perusahaan.

Orientasi penggunaan metafora *zakat* diciptakan untuk realitas organisasi dengan beberapa makna

1. Terdapat transformasi dari pencapaian laba bersih (yang maksimal) ke pencapaian *zakat*.
2. Karena yang menjadi tujuan adalah *zakat*, maka segala bentuk operasi perusahaan harus tunduk pada aturan main yang ditetapkan dalam syariah (etika bisnis).
3. *Zakat* mengandung perpaduan karakter kemanusiaan yang seimbang antara karakter egoistik dan altruistik.
4. *Zakat* mengandung nilai emansipatoris.
5. *Zakat* adalah penghubung antara aktivitas manusia yang *profane* (duniawi) dan suci (*ukhrawi*).

Jika perusahaan mempunyai pandangan seperti yang dinyatakan oleh Mulawarman (2006) dan Triyuwono (2000), maka tujuan akuntansi syariah sebagai instrumen untuk membebaskan manusia dari ikatan jaringan kuasa kapitalisme atau jaringan kuasa lainnya yang semu, dan kemudian diikatkan pada jaringan kuasa Ilahi akan semakin dapat terealisasi.

Penulis mengambil sampel pengusaha dikarenakan penulis menganggap bahwa pengusaha yang memiliki perusahaan yang berbadan hukum akan melakukan suatu pelaporan akuntansi yang nantinya dapat digunakan sebagai dasar penghitungan *zakat* perusahaannya. Sampel tentang Etnis Arab, dirasa penulis tepat karena memiliki karakteristik tersendiri yang tidak terpisahkan dari agama Islam yang nantinya dikaitkan dengan *zakat*. Selain itu karena metode yang digunakan adalah kualitatif dan penulis juga merupakan keturunan Etnis Arab, maka hal ini akan dapat mempermudah penelitian atau yang biasa kita sebut dengan *rapport*.

Studi ini mengupas tentang pemaknaan *zakat* perusahaan dari sudut pandang pengusaha Etnis Arab. Pertanyaan studi ini adalah: “Bagaimana pemaknaan *zakat* perusahaan menurut pandangan pengusaha Etnis Arab melalui usaha yang dikerjakannya?”

Pada saat ini hampir sebagian besar perusahaan dikelola tidak secara individual, melainkan secara bersama-sama dalam sebuah kelembagaan dan organisasi dengan manajemen yang modern. Menurut para ahli ekonomi sekarang, paling tidak ada tiga kelompok jenis perusahaan, pertama, perusahaan yang menghasilkan produk-produk tertentu. Kedua, perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Ketiga, perusahaan yang bergerak dibidang keuangan (Hafidhuddin 2002:99). Qardhawi dalam Fakhruddin (2008:144) menyebutnya dengan istilah *al-mustaghallat*, yaitu harta benda yang tidak

diperdagangkan, akan tetapi diperkembangkannya dengan disewakan atau dijual hasil produksinya, benda hartanya tetap, akan tetapi manfaatnya berkembang. Perusahaan yang dimiliki orang-orang muslim dapat dikenakan *zakat* karena suatu perusahaan mengalami suatu perkembangan harta dan aktivitas bisnisnya.

Mufraini (2006:124) menyebutkan bahwa:

“Yang dimaksud dengan perusahaan dalam konteks perhitungan *zakat* adalah sebuah usaha yang diorganisir sebagai sebuah kesatuan resmi yang terpisah dengan kepemilikan dibuktikan dengan kepemilikan saham.”

Perusahaan wajib mengeluarkan *zakat*, karena keberadaan perusahaan adalah sebagai badan hukum (*recht person*) atau yang dianggap orang. Oleh karena itu diantara individu itu kemudian timbul transaksi meminjam, menjual, berhubungan dengan pihak luar, dan juga menjalin kerjasama. Segala kewajiban dan hasil akhirnya pun dinikmati secara bersama-sama, termasuk di dalamnya kewajiban kepada Allah SWT dalam bentuk *zakat*.

Kewajiban *zakat* perusahaan juga didukung sebuah hadist riwayat Bukhari dari Anas bin Malik, bahwasanya Abu Bakar menulis surat kepadanya yang berisikan pesan tentang *zakat* binatang ternak yang didalamnya ada unsur syirkah. Sebagian isi surat itu antara lain:

“Jangan dipisahkan sesuatu yang telah tergabung (*berserikat*), karena takut mengeluarkan *zakat*. Dan apa-apa yang telah digabungkan dari dua orang yang telah berserikat (*berkongsi*), maka keduanya harus dikembalikan (*di-perjuangkan*) secara sama.”

Teks hadist tersebut sebenarnya berkaitan dengan perkongsian *zakat* binatang ternak, akan tetapi ulama menerapkannya sebagai dasar *qiyas* untuk perkongsian yang lain, seperti perkongsian dalam perusahaan. Dengan dasar ini, maka keberadaan perusahaan sebagai wadah usaha di pandang sebagai *syakhsiah hukmiyah*. Para individu di perusahaannya. Segala kewajiban ditanggung bersama dan hasil akhirpun dinikmati bersama, termasuk di dalamnya kewajiban

kepada Allah, yakni *zakat* harta.

Tentang bagaimana dan kapan *zakat* perusahaan itu dikeluarkan Al-Hambali dan madzhab Hadawiyah menyatakan pendapatnya, bahwa perusahaan disamakan dengan harta perdagangan. Karena itu, tiap-tiap akhir tahun semua permodalan diperhitungkan, termasuk modal tetap dan tidak tetap, termasuk masukan yang ada, dan apabila jumlah keseluruhannya mencapai satu *nishab*, yaitu seharga 85 gram atau 94 gram emas murni, kemudian dipungut 2,5% untuk *zakat*.

Pengertian akuntansi secara umum adalah suatu proses pencatatan, pengklasifikasian, pemrosesan, peringkasan, pengalisan, dan pelaporan kejadian (*transaksi*) yang bersifat keuangan. Dalam pengertian lain, akuntansi didefinisikan sebagai suatu aktivitas jasa untuk memberikan informasi kuantitatif terutama yang bersifat finansial kepada pihak-pihak yang membutuhkan informasi tersebut untuk pembuatan keputusan.

Pengertian akuntansi tersebut dapat dirumuskan dari dua sudut pandang, yaitu pengertian dari sudut pandang pemakai jasa akuntansi, dan dari sudut pandang proses kegiatannya. Informasi yang dihasilkan akuntansi diperlukan untuk membuat perencanaan yang efektif, pengawasan dan pengambilan keputusan oleh manajemen, serta pertanggungjawaban organisasi kepada para *muzakki*, badan pemerintah untuk kepentingan pajak, dan pihak-pihak lain yang terkait.

Informasi akuntansi bermanfaat untuk pengambilan keputusan, terutama untuk membantu manajer dalam melakukan alokasi *zakat*. Selain itu, informasi akuntansi dapat digunakan untuk membantu dalam pemilihan program yang efektif dan tepat sasaran. Pemilihan program yang tepat sasaran, efektif, dan ekonomis akan sangat membantu dalam proses alokasi dana *zakat*, *infak*, *sodaqoh*, *hibah*, dan *wakaf* yang diterima.

Zakat dalam informasi akuntansi juga dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja perusahaan, jika perusahaan tersebut telah menggunakan metafora amanah sebagai ukuran kinerjanya. Pada tahap akhir dari proses pengendalian manajemen, akuntansi *zakat* dibutuhkan dalam pembuatan laporan keuangan yang merupakan bagian penting dari proses akuntabilitas publik (*konsep amanah*).

Salah satu hal yang penting dalam akuntansi untuk setiap kejadian transaksi adalah bagaimana perlakuan akuntansi terhadap akun-akun yang bersangkutan. Perlakuan akuntansi untuk *zakat* perusahaan harus tetap mengacu pada prinsip dan ketentuan *zakat* secara umum, yakni adanya ketetapan akan *haul* yakni kepemilikan harta selama satu tahun hijriyah. Prinsip tahunan dalam akuntansi berkaitan dengan periodisitas pembuatan dan pelaporan laporan keuangan. Inilah yang menjadi garis merah keterkaitan antara dua hal tersebut. Hal yang ingin ditekankan dalam prinsip ini menurut Mufraeni (2006) adalah naik turunnya nilai aset yang dimiliki selama satu *haul* berjalan tidak menjadi pertimbangan dalam kewajiban *zakat*, yang terpenting adalah nilai aset pada akhir masa *haul*. Pencatatan dan pelaporan akuntansi untuk dana *zakat* ini dilakukan setelah aset wajib *zakat* itu mencapai *haul*.

a. Pada saat perhitungan dan pembebanan kewajiban *zakat*:

Beban <i>zakat</i>	XXX	
	Hutang <i>zakat</i>	XXX

Pada saat pencatatan dan pembebanan, *zakat* disisi kredit dianggap sebagai hutang, sebab belum dibayarkan dan hanya dibebankan saja.

b. Ketika *zakat* dibayarkan:

Hutang <i>zakat</i>	XXX	
	Kas	XXX

Dengan perlakuan akuntansi diatas, maka *zakat* perusahaan disajikan (muncul) dalam laporan laba/rugi pada akun beban *zakat* pada saat *zakat* perusahaan diakui untuk dibebankan. Beban *zakat* ini dapat dikurangkan pada laba bersih sebelum pajak. Perlakuan akuntansi yang lain juga muncul pada neraca dalam kelompok hutang dengan menambah pembebanan hutang *zakat*. Saat dibayarkan, perlakuan akuntansi yang terjadi adalah mengurangi hutang *zakat* dan kas.

Para pendatang keturunan Arab pada umumnya bertempat tinggal dalam komunitas tertentu yang disebut Kampung Arab. Kampung Arab seringkali berlokasi didekat pantai, karena berdasarkan sejarahnya para pedagang Arab menyebar dari pantai ke pantai di Indonesia pada zaman Belanda. Hal ini didukung oleh penelitian Berg (2010) yang menyatakan bahwa sebelum abad XIX, sejumlah orang Arab telah menetap di pelabuhan-pelabuhan penting di Nusantara.

Keturunan Arab yang berada di Nusantara cenderung berasimilasi dengan masyarakat pribumi, yang akhirnya mereka menjadi koloni-koloni yang besar dan tersebar hingga ke daerah-daerah.

Mata pencaharian mereka umumnya sebagai pedagang. Mereka berjualan aneka macam barang, mulai dari pakaian, buku-buku bacaan Islam, kitab, minyak wangi, peralatan ibadah, hingga buah kurma. Pola komunikasi Etnis Arab pada umumnya termasuk salah satu tipe komunikasi yang amat ekspressif yang memadukan antara bahasa verbal dengan non-verbal sekaligus, seperti dengan mimik/raut wajah, *gesture*/gerak tubuh, dan pendukung non-verbal lainnya guna meyakinkan lawan bicaranya. Berikut ini adalah beberapa contoh adat kebiasaan Etnis Arab dalam kehidupan sehari-hari (Fadhli2011) : 1.) Karena menegakkan syariat Islam, orang Arab dilarang berbaur dengan lawan jenis. Sangat diharamkan untuk berjalan-jalan apalagi pegangan tangan dengan orang yang bukan *muhrim*; Semiskin apapun orang Arab tetap dapat menjaga anak perempuannya dari pelacuran; Sekaya apapun orang Arab, mereka akan tetap memuliakan kedua orang tuanya walaupun kedua orang tuanya miskin dan telah renta. 2.) *Sisha*, *gahwa* (kopi), *shahi* (teh) maupun Arab merupakan minuman yang wajib untuk acara kumpul-kumpul bersama teman-teman (*majlas*), dan kebanyakan dari orang Arab ketika sedang *majlas*, sering melakukan perdebatan hingga berujung pertikaian ketika tidak ada satupun dari mereka yang mengalah. 3.) Etnis Arab bila bertemu dengan kerabat biasanya beradu pipi kanan dan kiri sebanyak tiga kali, bahkan ada yang beradu hidung kalau bertemu, tergantung dengan siapa dia bertemu. 4.) Kalau ada acara nikahan, mempelai laki laki terpisah dengan mempelai perempuan, begitu juga undangan yang hadir, jadi perempuan sama perempuan, laki-laki sama laki-laki saja kumpulnya (*rahatan*). 5.) Sebagian kecil dari orang Arab tidak ramah dalam berdagang (*bakhil*).

METODE

Studi ini mengambil kasus pada tiga perusahaan yang dimiliki oleh pengusaha Etnis Arab. Pertama adalah PT. Duta Reka Bumi yang bergerak pada bidang konstruksi (penyedia alat berat) berlokasi di kota Surabaya. Perusahaan kedua adalah CV. Appaiser, perusahaan yang bergerak pada bidang pembuatan *bathtub* (pabrikasi) yang

berlokasi di kota Pasuruan. Ketiga adalah PT. Alam Mahameru, perusahaan yang bergerak pada bidang *real-estate* yang berlokasi di kota Malang.

Dalam melaksanakan studi ini, penulis menggunakan metode kualitatif untuk pengambilan data dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menjelaskan fenomena-fenomena sosial yang ada dengan mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis.

Menurut Sahputra (2009) metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dilakukannya dengan mendalami kajian pustaka, data dan angka sehingga realitas dapat dipahami dengan baik.

Penelitian kualitatif adalah prosedur yang menghasilkan data-data deskriptif, yang meliputi kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang memahami objek penelitian yang sedang dilakukan yang dapat didukung dengan studi literatur berdasarkan pendalaman kajian pustaka, baik berupa data penelitian, maupun angka yang dapat dipahami dengan baik (Moleong 2006:6).

Istilah fenomenologi adalah hasil refleksi pemikiran filosofis dari Edmund Husserl di Jerman pada sekitar tahun 1890-an. Husserl sangat tertarik dengan penemuan makna dan hakikat dari pengalaman. Dia berpendapat bahwa terdapat perbedaan antara fakta dan esensi dalam fakta, atau dengan kata lain perbedaan antara yang real dan yang tidak.

Fenomenologi adalah gejala dalam situasi alaminya yang kompleks, yang hanya mungkin terjadi pada bagian alam kesadaran manusia, sekomprensif apapun ketika telah direduksi ke dalam suatu parameter yang terdefiniskan sebagai fakta, dan yang demikian terwujud sebagai suatu realitas (Bungin 2001).

Pendekatan fenomenologi bertujuan memahami respon atau keberadaan manusia/masyarakat, serta pengalaman yang dipahami dalam berinteraksi (Rahayu 2007). Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu (Afriani 2009).

Langkah-langkah analisis data pada studi fenomenologi, yaitu: (a.) Peneliti memulai mengorganisasikan semua data

atau gambaran menyeluruh tentang fenomena pengalaman yang telah dikumpulkan. (b.) Membaca data secara keseluruhan dan membuat catatan pinggir mengenai data yang dianggap penting kemudian melakukan pengkodean data. (c.) Menemukan dan mengelompokkan makna pernyataan yang dirasakan oleh informan dengan melakukan *horizontalizing*, yaitu setiap pernyataan pada awalnya diperlakukan memiliki nilai yang sama. Selanjutnya, pernyataan-pernyataan yang tidak relevan dengan topik dan pertanyaan, serta pernyataan yang bersifat repetitif atau tumpang tindih dihilangkan, sehingga yang tersisa hanya *horizons*. (d.) Pernyataan tersebut kemudian di kumpulkan ke dalam unit makna (*noema* dan *noesis*) lalu ditulis gambaran tentang bagaimana pengalaman tersebut terjadi. (e.) Selanjutnya peneliti mengembangkan uraian secara keseluruhan dari fenomena tersebut (*intentional analysis*), sehingga menemukan esensi dari fenomena tersebut. Kemudian mengembangkan fenomena yang ada dengan membandingkannya dengan struktur budaya yang ada (*eidetic reduction*) (f.) Peneliti kemudian memberikan penjelasan secara naratif mengenai esensi dari fenomena yang diteliti dan mendapatkan makna pengalaman responden mengenai fenomena tersebut. (g.) Membuat laporan pengalaman setiap partisipan. Setelah itu, gabungan dari gambaran tersebut ditulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu budaya Arab yang terlihat pertama kali ketika memasuki perusahaan konstruksi adalah budaya *rahatan*. Hal ini dapat diketahui melalui pemisahan karyawan yang bekerja, antara pria dan wanita. Kemudian, seluruh wanita yang bekerja dalam perusahaan memakai jilbab yang menutupi aurat mereka, hal ini juga merupakan salah satu karakteristik budaya yang menjalankan syariat islam.

Selain itu penulis juga menangkap adanya budaya *majlas* dalam perusahaan, dimana sebelum melakukan diskusi, yang pertama kali dilakukan Humam adalah menawarkan *gahwa* dan *shahi*. Karena tanpa adanya *gahwa* ataupun *shahi* tidak mungkin ada *majlas*. Seperti pernyataan Dolah, salah seorang rekan penulis yang pernah mengatakan, "walaupun mau begadang sampai jam berapapun, asalkan ada *gahwa* atau *shahi*, ana ladehi bah". Hal itu mencerminkan bahwa *majlas* identik dengan *gahwa* dan *shahi*.

Mengenai *zakat*, Humam Bakhtir ST., yang merupakan manajer keuangan dari PT. Duta Reka Bumi. menyatakan pendapatnya, yakni :

“*Zakat* adalah berkah, yang artinya bahwa Allah SWT akan memberikan keberkahan pada harta dan kehidupan kita dengan kita mengeluarkan *zakat* itu sendiri.”

Keberkahan adalah harga mutlak saat meniti dunia usaha. Apapun jenis usaha yang digeluti, berkah hendaknya jadi tujuan yang diprioritaskan. Dengan menempatkan keberkahan sebagai tujuan, maka berbagai manfaat akan kita tuai. Diantaranya adalah hati yang tenang, nyaman dan kokoh dalam keyakinan kepada Allah. Selain itu, pertolongan Allah akan mudah mengalir dalam setiap aspek kehidupan. Begitu juga dengan kemudahan dalam beribadah, akan menjadi salah satu manfaat dari usaha yang berkah. Ibadah yang dikerjakan akan menjadi ringan, tanpa kesulitan berarti. Manfaat lainnya, kerja akan menjadi efektif dan efisien.

Tidak ada yang terbuang percuma. Semuanya menjadi *straight to the point*, karena apa yang dilakukan senantiasa dalam tuntunan Allah. Dan yang paling penting, keselamatan dunia akhirat menjadi jaminan atas janji Allah untuk setiap usaha dengan nilai-nilai keberkahan. Alasan informan atas pernyataan tersebut sesuai dengan sebuah hadis yang berbunyi, “Barang siapa yang memudahkan urusan seseorang, maka Allah SWT akan memudahkan urusannya.” Hendaknya hadis itu menjadi tuntunan dalam menganyam usaha yang berkah, yang mendatangkan keselamatan dan rahmat dari Allah SWT. Kemudian Humam melanjutkan dengan menyatakan,

“...dengan melaksanakan *zakat*, sebenarnya kita telah melakukan dua tanggung jawab, yakni *habluminallah* dan *habluminannas*.”

Artinya, ketika kita melaksanakan *zakat*, maka kita sudah melaksanakan tanggung jawab sebagai *kholifatul fil ‘ardh*, yakni kita melaksanakan rukun Islam, artinya tanggung jawab kepada Allah SWT, dan juga kita telah melaksanakan kebajikan, karena dengan *zakat*, kita menolong saudara kita yang memang membutuhkan, sehingga kehidupan kedepannya diharapkan jauh lebih baik.

Humam juga menyatakan bahwa perusa-

haannya juga menyalurkan *zakat*, seperti pernyataannya:

“Alhamdulillah, perusahaan kita juga mengeluarkan *zakat* perusahaan. Disamping tanggung jawab dalam bentuk *Corporate Sosial Responsibility*, yang disini kita realisasikan dalam bentuk sedekah untuk biaya pendidikan, kesehatan dan pangan. *Zakat* perusahaan juga dinilai penting, karena selain sebagai kewajiban sebagai umat Islam, juga mengharapkan keberkahan Allah pada perusahaan kami.”

Jadi tidak hanya laba yang diharapkan, tetapi juga keridhaan Allah Ta’ala atas laba yang diperoleh perusahaan dengan menyalurkan *zakat* dan juga sedekah. Kemudian juga adanya *zakat* dapat disebut sebagai *amar ma’ruf nahi munkar* yaitu mengajak seseorang kepada kebaikan dan mencegah seseorang kepada kejelekan. Sehingga laba dari segi *financial* atau yang menjadi tujuan utama seorang pengusaha, telah bergeser menjadi tujuan kedua dengan adanya keinginan mendapat berkah dari Allah SWT melalui penyaluran *zakat* yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, yang diutamakan sebelum mencari keuntungan dunia adalah keuntungan akhirat.

Konsep *zakat* sebenarnya sudah sesuai dengan bangsa Indonesia, dimana seharusnya menerapkan sistem ekonomi kerakyatan yang berpihak kepada banyak rakyat. *Zakat* juga memegang peranan besar dalam kehidupan sosial kita, jika saja *zakat* tersebut disalurkan dan didistribusikan secara tepat dan amanah.

“*Zakat* perusahaan yang dikeluarkan, kami distribusikan kepada karyawan perusahaan kami yang sesuai diantara delapan *asnaf* yang disebutkan pada Al-Qur’an dan As-Sunnah, baru kemudian kami titipkan kepada agen-agen kami diluar untuk mendistribusikan kepada yang berhak selanjutnya.”

Hal tersebut juga diperbolehkan oleh Syaikh Abdullah bin Abdurrahman Al-Jibrin, dalam kitab Fatawa Al-Lu’lu Al-Makin min Fatawa Syaikh Ibnu Jibrin, hal 141, yang menyatakan:

“Karyawan boleh menerima *zakat* harta, dengan syarat ia memang mempunyai hutang dan tidak mampu melunasinya dengan penghasilannya (upahnya) setelah dialokasikan untuk menafkahi keluarganya tidak ada lebihnya yang cukup untuk melunasi hutang tersebut. Lain dari itu, perusahaan pun dengan itu tidak boleh bermaksud untuk memotivasinya dalam bekerja atau untuk menumbuhkan keikhlasannya bekerja pada perusahaan serta dengan tidak mengurangi gaji/upahnya dan tidak melebihi yang dibutuhkannya.”

Lebih lanjut Humam Bakhtir menyatakan “...perusahaan sengaja tidak menyalurkan *zakat* perusahaan kepada amil *zakat*, dikarenakan amil *zakat* yang ada masih belum amanah.” Belum amanah mengandung makna kurang dapat dipercaya dalam pengelolaan dana *zakat* dan juga kurang maksimal dalam penyaluran *zakat*. Dengan demikian, perusahaan lebih percaya kepada orang terdekat dalam melakukan pendistribusian *zakat*, selain itu orang-orang tersebut juga tahu orang-orang yang harus dibantu dan biasanya juga kenal. Untuk perhitungan *zakat* perusahaan Humam memberikan pendapatnya, yakni “...dana *zakat* diperoleh dari total ekuitas selama setahun dikalikan 2,5%, baru setelah itu dilakukan pembagian deviden.” Pernyataan tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan al-Qardhawi dan an-Nawawi, dimana perhitungan *zakat*nya dipungut dari keseluruhan modal dengan angka pungutan 2,5%.

Dalam perusahaan pabrikasi *bathtub*, penulis kurang begitu mendapatkan poin akan budaya Arab *rahatan* yang ada di perusahaan. Hal ini dikarenakan dalam perusahaan tersebut, tidak ditemui seorang wanita pun yang bekerja di dalamnya, artinya bahwa semua pekerjaan perusahaan dilakukan oleh kaum pria. Budaya Arab yang nampak jelas hanya budaya *majlas*, sama seperti pada perusahaan pertama dimana *gahwa* dan *shahi* seperti minuman wajib yang harus selalu ada.

Kemudian tentang *zakat*, Fahmi Baya'sud SE., yang merupakan Presiden Direktur dari CV Apaiser berpendapat, bahwa *zakat* adalah:

“Harta yang wajib dikeluarkan

oleh orang yang beragama Islam dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya (fakir miskin, dsb) dan ada ketentuan-ketentuan berapa persen yang harus di keluarkan dari harta yang kita miliki.”

Fahmi kemudian menambahkan penjelasannya tentang *zakat* perusahaan:

“Sebenarnya saya tidak begitu familiar dan tidak mengetahui banyak tentang *zakat* perusahaan. Tetapi menurut hemat saya, *zakat* perusahaan itu kurang lebih sama definisinya dengan *zakat* pada umumnya tetapi ini lebih mengarah ke hasil laba penjualan dari perusahaan tersebut yang akan di *zakatkan*. Perusahaan kami tidak mengeluarkan *zakat* perusahaan, alasan yang pertama, karena dengan membayar pajak ke pemerintah yang sudah ditetapkan kami tidak perlu lagi dan sudah cukup, toh pemerintah yang akan mengolah uang pajak yang kami setorkan setiap bulannya. Alasan yang kedua, kami tidak begitu menguasai makna *zakat* perusahaan tersebut dan sistem yg diterapkan, sebagai contoh kalo perusahaan kami membayar *zakat* perusahaan pertama, kemana harus membayarnya. Kedua, bagaimana prosedurnya (apakah sama dengan kita membayar pajak ke pemerintah melalui instansi pajak). Ketiga, uang *zakat* perusahaan yg telah di bayarkan itu akan di bawa kemana? Masuk instansi apa? Siapa yang akan menerima? Apa manfaatnya bagi perusahaan kami? Apakah *zakat* perusahaan ini sudah di implementasikan dan disosialisasikan oleh pemerintah? dan apakah *zakat* perusahaan ini wajib? Bagaimana dengan perusahaan yg sudah rutin membayar pajak pemerintah?”

Pernyataan Fahmi tersebut tidak sesuai dengan Afandi (2009), yang menyatakan ada tiga unsur yang membedakan antara pajak dan *zakat*, yakni: 1. Unsur Paksaan. Bagi seorang muslim yang hartanya telah memenuhi syarat *zakat* maka ia harus me-

nunaikan kewajibannya yang diwakili oleh petugas *zakat* yaitu amil. Demikian halnya dengan orang yang sudah masuk kategori wajib pajak, dapat dikenakan tindakan paksa kepadanya, baik secara langsung maupun tidak langsung. 2. Unsur Pengelola. Asas pengelolaan *zakat* didasarkan pada firman Allah SWT yang terdapat dalam surat at-Taubah ayat 60. Pengelolaan *zakat* bukanlah semata-mata dilakukan secara individual, dari *muzakki* diserahkan langsung kepada *mustahik*, akan tetapi dilakukan oleh sebuah lembaga yang menangani *zakat* yang memenuhi persyaratan tertentu. Sedangkan pengelolaan pajak, jelas harus diatur oleh negara. 3. Dari Sisi Tujuan. Dari sudut pembangunan kesejahteraan masyarakat, *zakat* memiliki tujuan yang sangat mulia bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan, keamanan dan ketentraman. Demikian pula dengan pajak sebagai sumber dana untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata dan berkesinambungan antara kebutuhan material dan spiritual.

Kebijakan-kebijakan dari pemerintah memang dirasa kurang efektif dan efisien, salah satunya adalah pengakuan *zakat* perusahaan, dimana yang diakui hanya *zakat* yang disetorkan melalui amil *zakat* pemerintah atau bersifat nasional, sedangkan apabila melalui amil *zakat* swasta maka hal itu tidak diakui sebagai pengurang pajak. Hal ini menyebabkan para pengusaha enggan membayar *zakat* perusahaan, karena nantinya justru akan mengurangi laba perusahaan. Jika saja pemerintah mau lebih longgar dalam menerapkan praktik *zakat*, maka tentu hakikat *zakat* sebagai pemutus kesenjangan antara yang kaya dan miskin akan semakin dapat terealisasi.

Budaya Arab *rahatan* juga dapat ditemui pada perusahaan *real estate* ini. Sama seperti yang ada pada perusahaan pertama, dimana dalam bekerja terdapat pemisahan ruangan antara karyawan pria dan wanita. Walaupun sedikit berbeda dengan perusahaan pertama, dimana tidak semua karyawan wanitanya memakai jilbab.

Sama seperti pada perusahaan pertama, penulis juga menangkap adanya budaya *majlas* dalam perusahaan, dimana sebelum melakukan diskusi penulis sempat menunggu sebentar untuk dipanggil, di waktu itulah terdapat seorang karyawan yang langsung menawarkan *gahwa* atau *shahi* pada penulis. Dari sini dapat diketahui bahwa, per-

usahaan sudah sangat kental dengan budaya *majlas*.

Akan tetapi ada perbedaan yang nampak antara perusahaan ketiga ini, dengan perusahaan pertama, yakni tentang *berzakat*, dimana pendapat Ir. Luqman M. Baisa, yang merupakan direktur produksi dari PT Alam Mahameru akan *zakat* adalah:

“*Zakat* itu kewajiban menyisihkan sekian persen untuk diberikan kepada *fukorok wal masakin*, dan hal ini merupakan komitmen kita sebagai pribadi kepada Allah.”

Luqman juga memberikan pendapatnya tentang *zakat* perusahaan, yakni: “*zakat* itu hakekatnya adalah kewajiban pribadi, maka tidak bisa dikaitkan dengan perusahaan yang bersifat lebih luas.” Jadi, *zakat* perusahaan itu tidak ada menurut Luqman, karena hakekatnya *zakat* itu bersifat pribadi dan tidak dapat dikorporasikan. Luqman juga memaparkan sedikit tentang perusahaannya, dimana dalam suatu usaha, perusahaan dapat digolongkan ke dalam tiga jenis, yakni perusahaan berskala kecil, menengah, dan besar. *Real-estate* merupakan salah satu jenis perusahaan berskala besar. Berikut pemaparan Luqman:

“Perusahaan berskala besar tidak hanya dimiliki oleh satu orang saja, bisa jadi 20,000 ribu orang pemegang saham. Diantara pemegang saham itu bisa jadi ada pemegang saham yang non-muslim, seperti pada perusahaan kita ini. Selain itu dana dari usaha *real-estate* ini selalu berputar. Hal itu dikarenakan usaha *real-estate*, adalah jenis usaha jangka panjang, yang terbagi pada tiga tahapan, yakni: *Pre Development* (Pekerjaan awal); *Development* (Tahap Pembangunan); dan *Pasca Development* (Tahap Penyelesaian). *Zakat* itu dihitung per tahun, bagaimana mungkin kita bisa menentukan *zakat* dengan dana yang selalu berputar. Artinya setiap ada penjualan, langsung kita keluarkan untuk kewajiban perusahaan, dan belum tentu kita mendapatkan untung. Oleh sebab itu perusahaan kami tidak mengeluarkan *zakat* perusahaan.”

Dari pernyataan diatas, dapat dipahami bahwa perusahaan sengaja tidak mengeluarkan *zakat*, dikarenakan menghargai salah satu diantara banyak pemegang saham yang berbeda agama demi menghindari suatu *kedzoliman*. Selain itu, *nisab* dari dana *real-estate* juga belum bisa ditentukan karena usaha ini merupakan jenis usaha jangka panjang yang dananya selalu berputar. Lebih lanjut Luqman menyatakan,

“Walaupun perusahaan tidak mengeluarkan *zakat*, akan tetapi *corporate sosial responsibility* (CSR) yang dikeluarkan, bisa dianalogikan sebagai pengganti *zakat*, karena sama-sama diambil dari keuntungan bersih dan bahkan nilai dari CSR ini dapat dikatakan melebihi persentase dari *zakat* perusahaan yang seharusnya dikeluarkan.”

CSR yang dikeluarkan oleh PT. Alam Mahameru bertanggung jawab atas beberapa aspek, yakni untuk sebagai berikut: 1. Pembangunan masjid, 2. Membantu warga sekitar yang tidak mampu, dan 3. Partisipasi sosial lain.

Walaupun demikian, *zakat* tetap memiliki nilai yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan CSR, karena *zakat* sangat jelas tentang bagaimana dan dari siapa *zakat* itu dipungut. Begitu juga penjelasannya tentang siapa yang berhak menerima *zakat* tersebut. Inilah hebatnya islam, untuk urusan *zakat* saja memiliki perincian yang jelas dan pemberlakuan yang merata sesuai proporsinya. Sehingga kewajiban dapat ditunaikan dengan jelas dan hak pun dapat diterima secara jelas pula, karena *zakat* bukan sekedar pemberian atas seseorang, tetapi *zakat* adalah pembersihan atas seseorang terhadap apa yang dimilikinya baik harta atau pun jiwanya.

SIMPULAN

Dari keterangan-keterangan diatas tentang makna *zakat* perusahaan, ditemukan banyak perbedaan pandangan antara pengusaha Etnis Arab yang satu dengan yang lainnya. *Zakat* perusahaan yang pertama dapat diartikan sebagai pertanggung-jawaban kepada Allah SWT, dan juga kepada delapan *asnaf* yang telah ditentukan. *Zakat* perusahaan yang kedua dapat diartikan sebagai pajak yang dikeluarkan setiap bulan maupun setiap tahunnya, dan *zakat* per-

usahaan yang ketiga adalah dalam bentuk *Corporate Sosial Responsibility* yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Dari Pemaknaan *zakat* perusahaan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa *zakat* perusahaan menurut pengusaha Etnis Arab merupakan suatu berkah, yang nilainya dapat dianalogikan sebagai pajak ataupun *Corporate Sosial Responsibility*.

Dalam melaksanakan *zakat* hati ini, hal yang harus kita tinggalkan adalah sikap ingin “dilihat” oleh orang lain, atau *riya*’ atau secara penuh menerapkan *unsure* keikhlasan. Melihat kondisi tersebut, maka hal pertama yang harus dilakukan oleh pemerintah adalah memperbaiki kinerja amil *zakat* yang ada untuk lebih profesional, agar mendapatkan kepercayaan yang lebih dari para *muzakki*.

Kedua, dilakukan upaya sosialisasi guna menarik para *muzakki* untuk menunaikan kewajiban *zakatnya*. Ketiga, tata cara pendistribusiannya yang dilakukan secara *privat door-to-door* melalui data yang kita dapatkan dari RT atau RW sekitar.

DAFTAR RUJUKAN

- Afandi, A. 2009. Perbandingan *Zakat* dan Pajak. (www.aafandia.wordpress.com diakses 18 Februari 2012)
- Al Bugis, F. 2010. Persepsi Pedagang Arab di Surabaya Terhadap Konsep Laba. Skripsi. Surabaya: Program Sarjana (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Aldino. 2011. Fenomenologi. (www.alldienow.blogspot.com diakses 23 Februari 2012)
- Asaeng. 2011. *Zakat* Perusahaan (www.adiyusfim.blogspot.com diakses 15 Mei 2012)
- As-Syahatah, H. 2004. Akuntansi *Zakat*. Jakarta: Pustaka Progressif.
- Azzuhri, S.H. 2011. Problematika *Zakat* di Era Kapitalisme. (www.syadiashare.com diakses 18 Februari 2012)
- Bablily, M.M. 1990. Etika Bisnis. Solo: CV. Ramadhani
- Beik, I. S. 2011. Potensi *Zakat* Nasional 217 T. (www.sabili.co.id diakses 25 Februari 2012).
- Beik, I.S. 2010. Menggali *Zakat* Perusahaan. (www.irfansb.blogdetik.com diakses 27 Februari 2012).
- Chapra, M. U. 1999. *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Surabaya: Risalah Gusti

- Cokroaminoto. 2011. *Pendekatan Fenomenologi Transedental Husserl Dalam Penelitian Kualitatif*. (www.menulisproposal.blogspot.com diakses 20 Maret 2012)
- Fakhruddin. 2008. *FIQH & Manajemen Zakat di Indonesia*. Malang: UIN-Malang Press.
- Hafidhuddin, D. 2002. *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hafidhuddin, D. 2006. *Anda Bertanya Zakat Infaq dan Shadaqah Kami Menjawab*. Jakarta: Baznas.
<http://adiyusfim.blogspot.com>
<http://jondrapianda.blogspot.com>
<http://backup.majalahekonomisyariah.com>
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2008. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan nomor 109 Tentang Zakat, Infaq dan Sedekah*. (www.boutiquesoftware.wordpress.com diakses 27 Januari 2012)
- Moleong, L.J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : ROSDA
- Moustakas, C. 1994. *Phenomenological Research Methods*. California: SAGE Publications.
- Mufraini, M. A. 2006. *Akuntansi dan Manajemen Zakat: Mengkomunikasikan Kesadaran Dan Membangun Jaringan*. Jakarta: Kencana.
- Muhajjir. 2004. *Manfaat Zakat Hati Dan Zakat Harta*. (www.salafyonline.com diakses 25 Januari 2012)
- Muhammad. 2011. *Evaluasi Penerapan Akuntansi Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Berdasarkan ED Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 109 (Studi kasus pada pusat kajian Zakat dan Wakaf EL-ZAWA)*. Skripsi. Malang: Program Sarjana (S1) Universitas Brawijaya.
- Mulawarman, A.D. 2006. *Menyibak Akuntansi Syariah*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Mulawarman, A.D. 2011. *Akuntansi Syariah Teori, Konsep, dan Laporan Keuangan*. Malang: Bani Hasyim Press
- Presiden Republik Indonesia. *Rancangan Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 38 tahun 1999 tentang pengelolaan Zakat*. (www.google.com diakses 20 November 2011)
- Prianti, D.D. 2011. *Petunjuk Praktis Cara Melakukan Penelitian Fenomenologi*. (desidwiprianti.lecture.ub.ac.id diakses 12 Februari 2012)
- Riyanti, E. 2007. *Analisis Aplikasi Metode Perhitungan Zakat Perusahaan Studi Kasus PD. Lisha Mart (Simulasi laporan keuangan yang berakhir pada 31 Desember 2006)*. Skripsi. Program Sarjana (S1) Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI.
- Salim, A. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sofyan, M. 2007. *Zakat Alternatif Pengentasan Kemiskinan*. (www.alrasah.uii.ac.id diakses 18 Februari 2012)
- Sula, A.E. 2010. *Zakat Terhadap Aktiva Konsepsi, Aplikasi Dan Perlakuan Akuntansi*. Simposium Nasional Akuntansi XIII, Purwokerto.
- Syaamil AL-Qur'an Terjemah Per-Kata, Jakarta: Departemen Agama.
- Triuwono, I. 2000. *Organisasi dan Akuntansi Syari'ah*. LkiS. Yogyakarta
- Van Den Berg, L.W.C.. 2010. *Orang Arab di Nusantara*. Depok: Komunitas Bambu.