
PHENOMENOLOGY REFLECTION THE MEANING OF ZAKAT AS SHARIA VALUE ADDED OF A COMPANY

Rismawati¹, I. Ketut Patra² and Dan Supriadi³^{1,2}Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palopo, Indonesia³Cokroaminoto University of Palopo, Indonesia**ABSTRACT**

This study aims to explore, understand, and reveal the meaning of zakat for companies as Sharia Value Added (SVA) for companies that issue zakat in Palopo City. A qualitative method with an interpretive phenomenological approach is used to reveal the informant's perception of the meaning obtained from the zakat issued by the company. Data were collected through observation, interviews, and documentation. Interviews were conducted in depth with a semi-structured model. This study found that zakat issued by the company is interpreted as a reflection of the SVA concept, namely material (economic) added value in the form of increased income, mental value added in the form of altruistic behavior that brings satisfaction, and spiritual value added in the form of blessing value as a way to bring pleasure of Allah SWT. This study also found that zakat is interpreted as a corporate image and as a catastrophe rejection (Tolak Bala). The presence of these meanings illustrates that zakat as a concept of Sharia Value Added is able to create added value for justice in the company.

Keywords: Zakat, Sharia Value Added, Qualitative, Phenomenology

INTRODUCTION

Zakat memiliki posisi sangat penting dan strategis baik dilihat dari sisi ajaran Islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat (Saad et al., 2014). Mengingat zakat adalah ibadah *maaliyyah ijtima'iyah* yang didalamnya mengandung nilai rasa kemanusiaan, keadilan, keimanan, serta ketaqwaan yang mendalam yang harus muncul dalam sikap seseorang yang melaksanakannya (Khan, 2010). Berdasarkan penelitian Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) potensi zakat di Indonesia pada tahun 2015 sudah mencapai Rp 286 triliun yang naik dari perkiraan sebelumnya Rp 217 triliun, namun realisasinya baru mencapai Rp. 3,7 triliun (Sumber : *Outlook Zakat Indonesia, 2017:6*, diakses tanggal 21 November 2020). Data tersebut menunjukkan kesenjangan yang cukup tinggi antara potensi zakat dengan penghimpunan dana zakatnya sehingga dapat dikatakan bahwa kesadaran masyarakat untuk berzakat masih relatif rendah.

Penghimpunan dana zakat yang dikelola oleh BAZNAS menunjukkan realita bahwa pembayaran zakat secara personal masih mendominasi dibanding secara lembaga/institusi (Ramadani et al., 2015; Zaenal, 2017). Padahal potensi zakat yang berasal dari lembaga jauh melebihi potensi zakat personal (Firdaus et al., 2012). Zakat perusahaan (*Corporate Zakat*) menjadi fenomena baru yang muncul sebagai potensi zakat yang besar dari potensi zakat lainnya. Perusahaan wajib mengeluarkan zakat karena keberadaan perusahaan adalah sebagai badan hukum yang dianggap orang sehingga perusahaan termasuk *musakki* atau subjek zakat (Kholidah, 2015). Dasar hukum kewajiban zakat perusahaan ialah dalil yang bersifat umum sebagaimana terdapat dalam (Q.S. Al-Baqarah: 267 dan Q.S. At-Taubah: 103). "Wahai orang-orang yang beriman, infaqkanlah (zakatkanlah) sebagian dari hasil usaha-usahamu yang baik-baik...". Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, bab IV pasal 11 ayat (2) bagian (b) dikemukakan bahwa diantara obyek zakat yang wajib dikeluarkan zakatnya adalah perdagangan dan perusahaan. 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* (Ramadani & Ratten, 2015; Alim, 2015).

Pembahasan mengenai perusahaan tentunya tidak akan jauh dari pembahasan keuntungan, karena tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan (*profit oriented*) (James & Iii, 2015). Namun hari ini, kritik tentang tujuan utama perusahaan tersebut telah beredar, tujuan perusahaan hanya berfokus pada keuntungan merupakan perilaku egoistik sebuah perusahaan (Widokarti, 2014; Rismawati, Triyuwono & Adib, 2020). Perusahaan cenderung memikirkan dirinya sendiri akan mengabaikan pihak lain (Rismawati, 2015a). Sejatinya sebuah perusahaan tidak akan berjalan baik tanpa ada turun tangan pihak lain. Perspektif *profit oriented* tersebut semakin bergeser pada perspektif *stakeholder-oriented* yang berarti perusahaan harus mampu memberikan manfaat untuk *stakeholder*-nya dalam (Kusdewanti et al., 2016)

Perspektif *stakeholder-oriented* memberikan sebuah gambaran yang lebih baik tentang bagaimana sebuah bisnis itu berjalan, bahwa memaksimalkan laba *stockholders* bukanlah tujuan utama. Bagaimana perusahaan mampu

memberikan kontribusinya untuk *stakeholders* merupakan tujuan utama (O’Riordan, 2018). *Zakah oriented* menjadikan sebuah entitas berorientasi bukan pada besarnya laba yang dihasilkan (Akram et al., 2021). Namun, berapa besar nilai zakat yang mampu dikeluarkan oleh perusahaan berdasarkan *nishab*, dan disalurkan kepada yang berhak, dalam perspektif *zakah oriented* ini, sebuah entitas bisnis itu dikatakan baik apabila memberikan kontribusi zakat yang maksimal (Triyuwono & Riduwan, 2012).

Jika ditelisik secara dalam, zakat sebenarnya menjadi suatu nilai tambah bagi perusahaan. Mulawarman, (2009) menyatakan bahwa *zakah* bila dilihat lebih mendalam adalah sebuah pemaknaan laba berdasarkan titik temu antara hakikat kemanusiaan dan nilai-nilai keadilan. Dapat dinyatakan bahwa hakekat kemanusiaan sebagai manusia yang memiliki kebebasan dan memancarkan nilai-nilai fitri ke-Tuhan-an akan memunculkan *value added* (VA). Nilai-nilai keadilan mempersentasikan substansi dari distribusi yang lebih konkret. Dua hal tersebut, *value added* dan distribusi, terwujud dalam zakat. Sehingga peneliti percaya zakat mampu memberikan nilai tambah bagi sebuah perusahaan yang memberikan nilai-nilai keadilan dalam mewujudkan pengembangan perusahaan. Berdasarkan pada tujuan ekonomi, yaitu pemerataan kesejahteraan bagi seluruh umat. Kesejahteraan seharusnya didistribusikan kepada seluruh masyarakat dan tidak hanya diperuntukkan pada seseorang atau golongan orang saja. Islam menyediakan sarana untuk pemerataan kesejahteraan dengan sistem zakat. Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang ketiga dan akan difokuskan peneliti dalam penelitian ini.

American Accounting Assosiation (AAA) mendefinisikan akuntansi sebagai proses mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi ekonomi, untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut (Soemarso, 2009p.3; Farizal et al., 2015). Perkembangan ilmu akuntansi semakin pesat terutama yang mengintegrasikan ajaran agama Islam ke dalam akuntansi sehingga lahirlah ilmu baru yaitu akuntansi syariah (Triyuwono, 2006).

Akuntansi syariah adalah salah satu upaya mendekonstruksi akuntansi modern kedalam bentuk yang lebih humanis dan sarat nilai (Mohamed et al., 2015). Hanif (2015) mengatakan akuntansi syariah merupakan suatu proses akuntansi yang menyediakan informasi yang tepat/sesuai (yang tidak dibatasi pada data keuangan saja) kepada *stakeholders* dari suatu entitas yang akan memungkinkan mereka untuk meyakini bahwa entitas beroperasi secara kontinyu dalam koridor syariah Islam (Triyuwono & Kamayanti, 2014). Hal tersebut membentuk pandangan baru bahwa tujuan akuntansi Syariah adalah *falah*, yaitu mencapai kebahagiaan dunia-akhirat dan kesejahteraan material-spiritual. Dari pengertian tersebut secara jelas menunjukkan tujuan utama akuntansi syariah adalah mencapai *falah* sebagai pemenuhan kebutuhan ekonomi, mental, dan spiritual manusia (Haniffa et al., 2016). Informasi akuntansi syariah digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia secara utuh yaitu bukan semata-mata untuk kebutuhan materi manusia, tetapi juga kebutuhan mental dan spiritualnya (Triyuwono, 2015).

Tujuan penelitian ini adalah menguak makna zakat bagi perusahaan di kota Palopo. Lebih lanjut, tujuan lain studi ini adalah menggali secara mendalam bagaimana makna zakat bagi perusahaan sebagai sebuah konsep SVA pada perusahaan di kota Palopo. Merujuk dari tujuan, maka paradigma interpretif dengan metode fenomenologi sangat selaras dengan penelitian ini.

METODOLOGY

Burrell dan Morgan (1979:20) menggambarkan sifat interpretif sebagai paradigma yang memiliki karakteristik untuk memahami dan menjelaskan dunia sosial yang tidak terlepas dari kacamata personal yang terlibat langsung dalam sebuah proses sosial. Peranan sosial masyarakat, penelitian terikat kepada norma-norma, aturan-aturan tertentu dan keyakinan, serta pandangan dan sikap dari informan (Muhadjir 2000:12). Paradigma interpretif lebih menekankan pada makna atau interpretasi seseorang (*to understand*) terhadap objek, sehingga paradigma ini tidak untuk menjelaskan (*to explain*) dan meramalkan (*to predict*) (Yüksek, 2018). Interpretif dapat dijadikan suatu cara pandang saat menggali kesadaran informan (Chapman, 2018) tentang makna zakat bagi informan; makna zakat akan diungkapkan sesuai dengan realitas yang disadari oleh para informan. Hal tersebut sesuai dengan ciri khas paradigma interpretif dimana realitas sosial dipahami sebagai realitas yang dibangun manusia melalui interaksi sosial, penuh dengan makna, penuh dengan sistem makna, dinamis dan berkembang (One et al., 2015).

Informan adalah para pengusaha muslim yang berjumlah 3 (tiga) orang yang masuk dalam kategori pengusaha sukses di Kota Palopo. Ketiga informan ini adalah mereka yang memiliki pengalaman individu, mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan dimana usaha mereka berkembang (Creswell 2007:79). Untuk itu, dalam kehidupan sosialnya manusia menciptakan tatanan simbol dan makna sebagai tanda eksistensinya. Makna yang diciptakannya berakar pada perbuatan subjektif manusia dan keseluruhan social artefacts dan cultural objects adalah bukti dari perbuatan manusia (Boudelaa & Marslen-Wilson, 2010). Kehadiran peneliti sebagai instrumen

penting dalam penelitian ini agar pengalaman langsung dapat memperkuat pemahaman dan mempertajam analisis atas informasi yang disampaikan oleh informan (Bungin 2012:104).

Melalui penelitian kualitatif peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari. Sementara Kahn (2000) memaparkan apa yang ditulis oleh Miles dan Huberman (1994: 6) yang menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah dilakukan secara intensif dengan melakukan kontak dalam waktu yang panjang dengan 'field' atau situasi kehidupan yang diamati. Situasi ini berjalan secara lumrah (banal) atau normal dan reflektif dengan kehidupan sehari-hari individu, kelompok, masyarakat, dan organisasi (Denzin & Lincoln, 2000; Denzin & Ryan, 2007). Dari penjelasan tersebut maka peneliti menganggap bahwa metode fenomenologi sangat tepat digunakan dalam penelitian ini. Fenomenologi adalah ilmu dari struktur esensial kesadaran atau pengalaman yang tidak menekankan pada pengalaman ataupun pada objek dari pengalaman, melainkan pada titik kontak di mana "*being and consciousness*" bertemu. Inti fenomenologi adalah untuk mendapatkan visi yang murni tentang "*essentially is*". Untuk mendapatkan visi tersebut, fenomenologi menggunakan tahapan-tahapan yang terdiri dari: (1) *Intentional Analysis*; (2) *Epoche*; dan (3) *Eidetic Reduction*.

Hasil dan Pembahasan

Konsep *Sharia Value Added (SVA)* diformulasikan oleh Triyuwono merupakan nilai ekonomi, mental, dan spritual yang diperoleh, diproses, dan didistribusikan dengan cara yang halal (Triyuwono, 2011). Konsep SVA berasal dari metafora atas konsep zakat yang mengandung makna sebagai berikut :

Pertama, ada transformasi dari pencapaian laba yang maksimal ke pencapaian zakat. Ini berarti bahwa pencapaian laba bukan merupakan tujuan akhir (*the ultimate goal*) perusahaan, tetapi hanya sekedar tujuan antara. Kedua segala bentuk operasi perusahaan harus tunduk pada aturan main (*rules of the game*) yang ditetapkan dalam syariah. Ketiga, zakat mengandung perpaduan yang seimbang antara karakter egoistik dan altruistik. Keempat, zakat merupakan nilai emansipatoris. Ia adalah lambang pembebas alam dari penindasan dan eksploitasi manusia. Kelima, zakat adalah penghubung antara aktivitas manusia yang *profan* (duniawi) dan suci (*ukhrowi*) (Birton et al., 2015).

Makna tersebut, memberikan gambaran zakat sebagai bagian dari konsep SVA mampu memunculkan nilai tambah dan nilai-nilai keadilan terhadap individu atau lembaga yang mengeluarkannya. Berangkat dari kajian teoritis di atas, menjadi titik awal peneliti untuk menggali, memahami, mengungkapkan, dan menelusuri makna zakat sebagai konsep SVA perusahaan di Kota Palopo. Atas dasar tersebut, pada bab ini akan membahas secara khusus hasil temuan peneliti berupa nilai-nilai yang dikonsepsikan dalam masing-masing sub tema pembahasan.

Mengungkap makna zakat bagi perusahaan yang ada di Kota Palopo diawali dengan melakukan penelusuran terhadap pengalaman para informan dalam memahami zakat perusahaan. Penelusuran ini dilakukan pada informan yang bersentuhan langsung dengan perusahaan yang menjadi objek penelitian. Sebagai upaya menggali kesadaran informan mengenai makna zakat, peneliti berusaha untuk mengesampingkan pengalaman, teori, dan pengetahuan terhadap zakat (*epoche*). Peneliti berusaha menggali informasi dari informan untuk mendapatkan esensi murni dari pengalamannya mengenai zakat.

Peneliti memulai penelusuran pada UD. Sinar Bangunan dimana yang menjadi informan adalah Bapak Afry sebagai *Owner* (pemilik) perusahaan. Informan memahami zakat sebagai sebuah perintah Allah SWT yang diwajibkan kepada orang muslim apabila telah mencapai *nishabnya* guna membersihkan harta. Bapak Afry mengatakan "*sesuai saja dengan syariat Islam, 2,5% dari keuntungan bersih, itulah yang kami keluarkan*". Informasi ini menunjukkan pola perhitungan zakat yang dilakukan oleh UD. Sinar Bangunan. Besarnya nilai zakat yang dipahami Informan terbentuk dari pengalamannya yang selalu mengeluarkan zakat tiap bulan. Sejalan dengan apa yang ditemukan oleh Farhan (2013) pemungutan zakat perusahaan di CV. Minakjinggo berdasar atas 2,5% dari *omset* (penghasilan) bersih (Lubis & Ovami, 2020; Rahim, 2017).

Menggali lebih jauh pola perhitungan zakat UD. Sinar Bangunan, Informan menyisihkan penghasilannya tiap bulan ke dalam buku tabungan yang telah disediakan, Bapak Afry menuturkan :

"Zakat saya keluarkan dengan menyisihkannya tiap bulan. Kalau misalnya dikumpulkan per tahun, sangat susah bisa terkumpul karena uangnya nanti pasti dipakai untuk keperluan lain. Seperti ini (menunjukkan buku tabungan), tiap bulannya saya sisihkan zakat saya dalam tabungan ini. Jadi pada saat sudah terkumpul setahun baru disalurkan."

Upaya yang dilakukan oleh Bapak Afry dengan menyisihkan zakatnya setiap bulan merupakan bentuk kesadaran dan pengalaman dalam mengumpulkan zakat. Berdasarkan pengalaman yang telah lalu, zakat yang tidak langsung disisihkan setiap bulan pada rekening yang berbeda akan terpakai untuk keperluan lain. Langkah

antisipasi tersebut dilakukan agar jumlah zakat bulanan tidak tercampur dengan modal usaha. Total zakat yang terkumpul dalam satu tahun kemudian diserahkan kepada BAZNAS, LAZISMU, dan juga disalurkan secara pribadi.

Penelusuran kedua dilakukan pada PT. Putri Saltika dengan informan Bapak Saleh sebagai *Owner* PT. Putri Saltika mengatakan:

“kami menghitung zakat 5% dari jumlah harta bersih perusahaan. Tapi biasa juga saya lebihkan, tahun ini saya menyampaikan kepada bendahara untuk mengeluarkan 150 juta untuk disalurkan. Jadi terkadang tidak dikali 5%, 150 juta ini lebih besar dari nilai 5%. Mengapa demikian? Ya, sebagai pemilik saya memiliki insting bisnis yang kuat. Saya meyakini jika saya memberi maka saya akan menerima”

Pernyataan Bapak Saleh memberikan informasi bahwa perusahaan mengeluarkan zakat 5% dari jumlah harta bersih (harta dikurangi hutang). Zakat yang dikeluarkan didasari atas kesadaran semakin banyak zakat yang dikeluarkan akan semakin luas jangkauan penerima zakat. Informan juga meyakini semakin banyak zakat yang dikeluarkan maka semakin lancar rezeki yang didapat. Ini merupakan bentuk kesadaran eksplisit (*noema*) dari Informan yang menganggap bahwa PT. Putri Saltika menentukan besarnya zakat tidak berdasar atas aturan yang berlaku bahkan lebih tinggi dari kadar zakat yang sebenarnya. Untuk menggali kesadaran lebih dalam (*noesis*) yang membentuk pemahaman tersebut, Bapak Saleh melanjutkan,-

“Kenapa harus dilebihkan, artinya kalau kita bisa memberikan lebih ke orang lain dan saya tidak terbebani dengan hal itu, ikhlas mengeluarkannya, tentu banyak juga orang yang bisa menerima zakat. Saya menganggap bahwa nilai lebih yang dikeluarkan sebagai bentuk sedekah perusahaan ke masyarakat.”

Pernyataan Bapak Saleh tersebut, menunjukkan alasan mengapa harus melebihi jumlah zakat yang dikeluarkan. Informan melebihi jumlah zakat yang dikeluarkan agar banyak masyarakat bisa menikmati zakat. Informan memahami bahwa sudah menjadi kewajiban perusahaan memberikan jumlah zakat lebih tanpa adanya beban bagi perusahaan, sehingga dapat memberikan kebahagiaan kepada orang lain. Informan menganggap bahwa nilai lebih zakat yang dikeluarkan adalah salah satu bentuk sedekah yang dikeluarkan perusahaan. Perilaku dalam membayar zakat dilanjutkan Bapak Saleh bahwa zakat perusahaan PT. Putri Saltika disalurkan secara langsung kepada yang membutuhkan.

“Kami mengumpulkan masyarakat yang sudah kami data sebelumnya, tentu masyarakat yang memenuhi syarat sebagai penerima zakat, setelah itu kami bagikan secara langsung. Artinya kami sebagai pemilik perusahaan ingin bersentuhan langsung dengan para penerima zakat kami.”

Bapak Saleh menginginkan penyaluran zakat perusahaan harus dilakukan secara langsung. Hal ini dilakukan sebagai salah satu upaya perusahaan memberikan peran sosialnya kepada masyarakat. Dalam penelitian yang berbeda Rismawati, (2015b) mengatakan yang sama bahwa lingkungan perusahaan memiliki beberapa kelompok yang berkepentingan secara langsung dan mereka ini dapat mempengaruhi jalannya aktivitas perusahaan.

Penelusuran selanjutnya dilakukan pada PT. Hartono Media Jasa (HMJ) dengan informan Bapak Hartono sebagai pemilik perusahaan. Peneliti menggali pemahaman Bapak Hartono mengenai zakat perusahaan dan ia mengatakan bahwa zakat perusahaan artinya adalah zakat yang dikeluarkan perusahaan dimana nilainya diambil dari nilai harta yang dimiliki oleh perusahaan dikurangi seluruh hutang. Zakat dikeluarkan sebagai perintah Allah SWT yang wajib dilaksanakan dan zakat juga sebagai jalan untuk membantu orang lain.

Ungkapan Bapak Hartono tersebut menunjukkan bahwa zakat perusahaan dipahami sebagai kewajiban yang harus dikeluarkan perusahaan sebagai bentuk ketaatan pada perintah Allah SWT. Selain bentuk ketaatan juga sebagai jalan untuk membantu orang yang membutuhkan. Nilai zakat PT. HMJ diambil dari total bersih harta yang dimiliki perusahaan. Ini menggambarkan bahwa zakat yang dipahami oleh Informan sebagai bentuk tanggung jawab kepada Allah SWT (*habluminallah*) dan tanggung jawab kepada sesama manusia (*habluminannas*). Mengeluarkan zakat berarti telah melaksanakan perintah Allah SWT dengan memenuhi rukun Islam-Nya dan juga telah melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan karena kita telah menolong orang lain yang memang membutuhkan (Yasmin & Haniffa, 2017).

Zakat dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memiliki peran tanggung jawab atas kesejahteraan orang banyak. Namun, zakat memiliki *power* yang lebih kuat dibandingkan CSR karena zakat merupakan perintah dari Allah SWT yang sangat jelas tentang bagaimana zakat itu dipungut dan didistribusikan kepada mereka yang berhak. Zakat yang dikeluarkan oleh PT. HMJ dihitung dengan pola perhitungan berdasarkan neraca yaitu 2,5% dari jumlah harta lancar dikurangi dengan jumlah hutang lancar perusahaan.

“Kami menyalurkannya secara langsung ke masyarakat, karena disekitar perusahaan masih banyak yang membutuhkan. Bukan berarti kami tidak mempercayai lembaga zakat, tapi bersentuhan langsung kepada masyarakat kami anggap lebih baik.”

Memahami maksud pernyataan Bapak Hartono yang menyalurkan zakatnya secara langsung karena dia melihat secara langsung masyarakat yang berada di sekitar perusahaan masih banyak yang tidak mampu. Pengamatan langsung inilah yang membentuk kesadaran lebih dalam bahwa menyalurkan zakat sebaiknya dilakukan secara langsung. Upaya yang dilakukan PT. HMJ adalah bentuk Tindakan penyaluran zakat yang tepat sasaran (Rahim, 2017). Menurut Rismawati, (2006) tindakan yang dilakukan oleh PT HMJ adalah upaya perusahaan untuk menjalin kemesraan, dimana perusahaan memposisikan diri sebagai entitas yang saling membutuhkan, saling melengkapi, dan saling mengisi antara satu pihak dengan pihak yang lain. Informan memahami bahwa mengutamakan lingkungan sekitar terutama keluarga karyawan dan masyarakat sekitar perusahaan adalah hal yang harus dilakukan perusahaan.

Pola perhitungan zakat perusahaan dan perilaku informan dalam membayar zakat adalah bentuk dari pengalaman dan pengetahuan informan dalam menyalurkan zakat. Secara jelas, terdapat perbedaan dari pola perhitungan ketiga perusahaan. UD. Sinar Bangunan menggunakan pola perhitungan atas dasar 2,5% dari keuntungan bersih tiap bulan, PT. Putri Saltika menggunakan dasar perhitungan 5% dari harta bersih (Harta dikurangi Hutang), dan PT. Hartono Media Jasa menggunakan pola perhitungan zakat atas dasar neraca yaitu 2,5% dari harta bersih.

Nilai Tambah Materiil: Makna Zakat Sebagai Upaya Peningkatan Penghasilan

Penelusuran yang dilakukan peneliti menemukan kesadaran informan mengenai zakat dimaknai sebagai peningkatan penghasilan. Peneliti merasakan bahwa kesadaran mereka timbul dari pengalaman yang mereka dapatkan selama menunaikan zakat perusahaan. Salah satu perusahaan yang mengalami peningkatan penghasilan adalah PT. Putri Saltika. Hal ini disampaikan oleh Bapak Saleh yang mengatakan:

“Manfaat zakat ke usaha ini..., Alhamdulillah penghasilan yang didapat tidak pernah berkurang, justru ada peningkatan hasil yang di dapat. Saya rasa juga selama ini, bayar zakat tidak pernah mengurangi hasil pendapatan karena hasilnya ada saja yang bisa dinikmati. Jika memang ini tujuannya untuk hal-hal yang baik, pasti yang akan kita peroleh juga hal-hal yang baik.”

Pernyataan awal yang di *breketing* sebagai *noema* adalah Bapak Saleh yang berbunyi: “... Alhamdulillah penghasilan yang didapat tidak pernah berkurang, justru ada peningkatan hasil yang di dapat. ...” menunjukkan adanya peningkatan penghasilan bagi perusahaan. Informan merasa bahwa dengan mengeluarkan zakat, perusahaan tidak mengalami pengurangan penghasilan. Informan mengungkapkan rasa syukurnya atas penghasilan usaha yang meningkat selama mengeluarkan zakat perusahaan. Dari pernyataan awal Informan, peneliti perlu memahami lebih dalam lagi mengapa kemudian kesadaran tersebut terbentuk sebagai *epoche*.

Memahami lebih dalam Pernyataan Informan di atas (*intensional analysis*), menunjukkan bahwa zakat bukan hanya sebagai pengeluaran tetapi lebih dari itu, sebagaimana pernyataan (*noesis*) Bapak Saleh “... Saya rasa juga selama ini, bayar zakat tidak pernah mengurangi hasil pendapatan karena hasilnya ada saja yang bisa dinikmati”. Secara sadar Informan memahami hal tersebut karena pengalaman yang diperoleh selama membayar zakat, pimpinan PT. Putri Saltika selalu menikmati hasil usahanya. Informan percaya bahwa melakukan sesuatu hal yang baik maka hasil yang diperoleh juga akan baik. Pada titik ini, pemahaman atas “Aku” oleh Bapak Saleh adalah “Aku memahami zakat dapat meningkatkan penghasilan perusahaan karena Aku sadar melakukan sesuatu untuk tujuan baik maka hasilnya juga akan baik”.

Zakat yang dikeluarkan oleh seorang muslim dipandang sebagai bentuk pengalokasian pendapatan untuk keperluan konsumtif yang berdampak produktif (Bachmid, 2012). Pandangan tersebut, menunjukkan arti bahwa zakat merupakan salah satu bentuk aktivitas pengeluaran yang dapat meningkatkan pendapatan (produksi) suatu usaha. Sejalan dengan itu, zakat memberikan nilai materiil bagi perusahaan juga dirasakan oleh Bapak Afry yang mengatakan:

“Sebenarnya jika zakat sudah dikeluarkan, kita sudah dapat mengetahui jumlah penghasilan bersih yang didapat dari usaha ini. Ketika zakat dikeluarkan berarti kita telah menghitung seluruh penghasilan bersihnya yang telah dikurangi dengan pengeluaran. Jadi nanti penghasilan yang saya dapat, sudah dapat diketahui apakah meningkat atau tidak.”

Kesadaran eksplisit Bapak Afry di atas, menunjukkan bahwa dengan mengeluarkan zakat Beliau sudah dapat mengetahui penghasilan yang didapatkan selama setahun. Sesuai dengan pengalamannya bahwa ketika zakat dikeluarkan Informan sudah menghitung seluruh penghasilannya yang telah dikurangkan dengan biaya yang

dikeluarkan. Peneliti kemudian menelusuri lebih dalam lagi, bagaimana zakat bisa meningkatkan penghasilan usaha.

Nilai Tambah Mental: Refleksi Makna Zakat Sebagai Perilaku Altruistik Yang Mendatangkan Kepuasan Hati

Konsep nilai tambah syariah yang diformulasikan oleh Triyuwono merupakan nilai ekonomi, mental, dan spritual yang diperoleh, diproses, dan didistribusikan dengan cara yang halal. Dalam penelitian ini, peneliti juga menemukan zakat dimaknai sebagai nilai tambah mental (*mental value added*). Nilai tambah mental dapat berupa rasa altruistik, rasa senang, dan rasa persaudaraan (Triyuwono, 2011). Hal ini juga ditemukan oleh peneliti berdasarkan atas kajian fenomenologi, sehingga dirumuskan tema mengenai zakat sebagai perilaku altruistik perusahaan.

Perilaku altruistik merupakan tindakan suka rela yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk menolong orang lain tanpa mengharapkan imbalan, kecuali perasaan telah melakukan perbuatan baik (Rismawati, Triyuwono & Adib, 2020). Perilaku altruistik dapat menciptakan perasaan senang (*happiness*) kepada orang lain (Akbar et al., 2018). Perasaan senang ini kemudian dapat memunculkan rasa yang luar biasa berpengaruh terhadap seseorang. Perilaku altruistik dapat dilihat peneliti dalam zakat yang dikeluarkan oleh perusahaan (Syamsuriana, 2019). Peneliti menemukan bahwa zakat sebagai perilaku altruistik merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendatangkan nilai kepuasan hati bagi pihak-pihak yang ada di dalam perusahaan. Perilaku altruistik sebagai upaya untuk mendatangkan kepuasan hati digambarkan oleh Bapak Hartono, tercermin dalam penuturannya berikut ini:

“... Berbagi kepada orang lain secara langsung itu, sangat penting dilakukan. Apalagi zakat salah satu perintah Allah SWT yang wajib dilaksanakan dan juga sebagai alat untuk menolong orang lain. Nah, tentunya saya merasa senang berbagi kepada mereka.”

Perilaku altruistik yang ditampakkan oleh Informan, tergambar jelas dalam penuturan di atas. Bapak Hartono menegaskan bahwa “berbagi kepada orang lain secara langsung sangat penting dilakukan”. Menjalankan kewajiban untuk saling berbagi merupakan salah satu upaya mendekatkan diri kepada Allah SWT. Ekspresi yang ditampakkan Informan, menggambarkan kepuasan dalam hatinya. Kepuasan hati yang dirasakan oleh Informan muncul dari rasa senang bisa berbagi kepada orang lain. Hal ini juga dirasakan oleh Sahrir sebagai akuntan PT. HMJ yang terlibat langsung dalam menyalurkan zakat kepada masyarakat.

Ungkapan yang disampaikan oleh Bapak Saleh dan Sulaiman membentuk makna zakat sebagai pemenuhan kepuasan hati. Kepuasan hati dapat dipenuhi dengan berbuat baik kepada orang lain. Kepuasan hati yang dipahami oleh Bapak Saleh, bukan kepuasan kepemilikan harta perusahaan tetapi rasa senang memanfaatkan harta bagi lingkungan masyarakat sekitar. Kesadaran ini membentuk nilai tambah mental yaitu nilai yang dimiliki perusahaan untuk menyenangkan lingkungan masyarakat sekitarnya, yang mana nilai ini selalu dirasakan oleh Informan.

Kepuasan hati juga dirasakan oleh pemilik UD. Sinar Bangunan, berikut adalah pemaparan Bapak Afry :

“... Kalau itu lebih banyak dibatiniah (dalam hati). Zakat saya sebagai ibadah. Persoalan usaha saya itu urusan belakang yang penting kita sudah jalankan perintah.”

Pernyataan Bapak Afry mengenai “lebih banyak dibatiniah (dalam hati)” menunjukkan secara eksplisit Informan memaknai zakat sebagai sesuatu yang mendatangkan manfaat bagi hatinya. Secara tersirat kutipan wawancara di atas menunjukkan adanya kepuasan hati yang dirasakan oleh Informan. Informan meyakini bahwa membayar zakat bukan untuk mendapatkan imbalan tetapi yang terpenting bagi Informan adalah menjalankan Perintah Allah SWT. Inilah yang mungkin dirasakan oleh Informan sebagai kepuasan hati menjalankan perintah Allah SWT.

Nilai Tambah Spritual: Makna Zakat Mendatangkan Nilai Berkah dari Tuhan

Bagian ini akan membahas nilai berkah yang diperoleh dari mengeluarkan zakat perusahaan. Berkah adalah harga mutlak saat meniti dunia usaha. Apapun jenis usaha yang digeluti, berkah hendaknya menjadi tujuan yang diprioritaskan (Reza, 2012). Dengan menempatkan berkah sebagai tujuan, berbagai manfaat akan bisa dinikmati. Keyakinan kepada Allah atas pertolongan-Nya, akan memudahkan dalam setiap aspek kehidupan. Usaha yang berkah memberikan kemudahan dalam beribadah dan bekerja menjadi efektif dan efisien. Begitu juga yang dirasakan oleh para informan yang bekerja di perusahaan yang selalu mengeluarkan zakat. Apa yang dilakukan oleh perusahaan adalah upaya untuk mendapatkan berkah dari Allah SWT. Keberkahan menjadi alasan utama Bapak Afry dalam menjalankan kewajiban zakatnya, seperti ungkapan berikut:

“Dalam berusaha bukan hanya keuntungan yang utama, tetapi bagaimana usaha yang kita jalankan mempunyai berkah. Percuma jika misalnya kita banyak penghasilan tapi sakitnya juga tiap tahun, usaha tidak aman. Jadi supaya kesehatan terjaga dan aman usaha, ya tentu harus berzakat. Bukan dilihat dari jumlah materinya suatu usaha berkembang, tetapi berkahnya yang penting, harus kita selalu percaya itu. Syukur lah dek alhamdulillah masih sehat sampai sekarang, usaha juga lancar.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa nilai materi tidak menjadi tujuan utama bagi Informan. Informan menganggap bahwa nilai materi tidak mengukur keberhasilan suatu usaha, tetapi dilihat dari berkah yang didapatkan dari mengeluarkan zakat. Pemilik UD. Sinar Bangunan tersebut ketika menyalurkan zakat menginginkan keberkahan untuk dirinya dan usaha yang dijalankan. Pernyataan Informan yang mengatakan “berkahnya yang penting, harus kita selalu percaya itu” secara implisit menunjukkan nilai berkah sangat penting. Pada titik ini, pemahaman atas “Aku” oleh Bapak Afry adalah “Aku memaknai zakat sebagai nilai berkah karena Aku percaya mengeluarkan zakat memberikan berkah pada diriku”.

Corporate Image: Refleksi Makna Zakat Sebagai Pemberi Nama Baik Perusahaan

Pada umumnya perusahaan memiliki nama yang menciptakan citra di kalangan masyarakat maupun para pelanggan bisnisnya. Untuk itu sangat penting bagi setiap pelaku bisnis agar menjaga nama baik perusahaan dengan tepat. Nama baik inilah yang akan menciptakan kepercayaan di kalangan pelanggan dan masyarakat yang ada disekitar lingkungan perusahaan.

Karyawan dan semua elemen yang ada di dalam perusahaan bertanggungjawab untuk menjaga reputasi perusahaan agar selalu baik di mata publik. Caranya dengan melaksanakan tugasnya secara sungguh- sungguh dan penuh tanggung jawab (Tom, 2016). Selain dari sisi internal perusahaan melaksanakan tugas dan tanggung jawab, tentunya hubungan perusahaan ke lingkungan masyarakat juga sangat penting untuk menjaga citra perusahaan (*corporate image*). Berdasarkan penelusuran peneliti, menemukan bahwa salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk menjaga nama baiknya di kalangan masyarakat yaitu menyalurkan zakat. Peneliti menemukan makna zakat secara tersirat sebagai sebuah pemberi nama baik perusahaan. Utamanya pada perusahaan PT. Putri Saltika, yang disampaikan oleh Sulaiman sebagai berikut ini:

“Manfaatnya bisa menjaga nama baik perusahaan. Secara tidak langsung manfaatnya ke kami itu tidak dalam bentuk material tapi lebih kepada rasa terima kasihnya masyarakat ke kami. Ketika kita menyalurkan zakat, mereka merasa senang dan ada juga biasa merasa terharu atas pemberian zakat yang kami salurkan. Kami merasa secara tidak langsung masyarakat akan lebih dekat lagi dengan kami.”

Pernyataan Informan yang berbunyi “ manfaatnya bisa menjaga nama baik perusahaan” secara reflektif menunjukkan bahwa zakat memberikan nama baik bagi perusahaan. Informan memandang bahwa mengeluarkan zakat perusahaan akan mendatangkan nilai kembali yang dirasakan bukan hanya dalam bentuk nilai material tetapi lebih kepada ungkapan rasa terima kasih masyarakat. Ungkapan rasa terima kasih yang disampaikan oleh masyarakat memberikan pemahaman ke Informan bahwa secara tidak langsung masyarakat akan dekat dengan perusahaan. Informan merasakan rasa senang dihati ketika masyarakat memberikan rasa terima kasih kepada perusahaan.

Memahami lagi secara dalam yang diungkapkan oleh Sulaiman kemudian terbesik di kepala peneliti, bagaimana cara ucapan terima kasih dapat memberikan nama baik kepada perusahaan. Pernyataan Informan mengatakan “secara tidak langsung masyarakat akan lebih dekat lagi dengan kami” dipahami peneliti bahwa dengan menyalurkan zakat secara langsung, masyarakat akan memberikan nilai tambah ke perusahaan berupa nama baik perusahaan

Zakat Sebagai Refleksi Penolak *Bala*

Setiap informan meyakini bahwa zakat sebagai penolak *bala*. Bapak Saleh dan Bapak Afry memahami menolak *bala* dapat diartikan dengan menghindari musibah atau kemudharatan (Faza & Indriani, 2021). Peneliti menemukan kesadaran informan bahwa selain dari sedekah, zakat yang dikeluarkan perusahaan dapat menolak *bala*. Bapak Saleh mengatakan :

“Keluarkan zakat juga untuk menghindari musibah ke usaha. Artinya kita tidak bisa menghindari musibah apa yang akan datang, jadi istilahnya zakat kita keluarkan untuk menolak *bala*. Agar perusahaan aman, maka kita keluarkan zakat. Apalagi usaha ini sudah sampai nilainya untuk dikeluarkan zakat. Saya menganggap jika memang itu baik untuk perusahaan harus dikeluarkan.”

Pernyataan Informan yang berbunyi “keluarkan zakat juga untuk menghindari musibah” menunjukkan bahwa Informan memahami zakat sebagai penolak *bala*. Dari pengalaman yang didapat Informan, membentuk kesadaran lebih dalam bahwa zakat apabila tidak dikeluarkan jika mencapai *nishab*nya akan mendatangkan

berbagai musibah. Informan menganggap bahwa zakat yang dikeluarkan perusahaan dapat menghindari atau memperkecil musibah yang terjadi pada perusahaan dan menciptakan rasa aman bagi perusahaan.

Zakat sebagai penolak *bala* (menghindari musibah) disampaikan juga dalam penelitian Sutikno (2012) beberapa hasil penelitian yang menyatakan bahwa, orang yang senang memberi atau berbuat baik terhadap orang lain akan merasakan aliran gairah *euforia* (rasa senang) yang diikuti dengan periode rasa tenang dan bahagia. Perasaan yang disebut "*Luks Helper's High*" ini melibatkan sensasi-sensasi yang sangat kuat yang mengindikasikan adanya penurunan tingkat stres dan melepaskan pembunuh rasa sakit alamiah dalam tubuh yang disebut *endorfin* (Sutikno, 2012). Menolong orang lain, merupakan cara terbaik memberikan rasa percaya dan menambah keyakinan untuk terhindar dari musibah. Makna zakat sebagai penolak *bala* juga dipahami oleh Bapak Afry yang mengatakan :

"Menolak *bala* termasuk juga manfaat zakat. Kalau misalnya ada yang kurang bagus, Insya Allah, mudah-mudahan dengan adanya zakat bisa lebih bagus usaha yang dijalankan. Kemudian kita bisa lebih tenang, yang paling utama itu, kita tidak selalu risau terhadap masalah yang ada."

Informan memahami zakat sebagai amalan penolak *bala* bagi dirinya. Informan mengharapkan balasan kelancaran usahanya dari membayar zakat perusahaan. Ditelisik secara dalam Informan merasakan ketenangan ketika melaksanakan kewajiban zakat perusahaannya. Inti dari esensi pernyataan Bapak Afry memaknai zakat sebagai penolak *bala* berupa menghindari rasa risau dalam dirinya.

Penelitian terkait zakat sebagai penolak *bala* ditunjukkan juga oleh penelitian yang dilakukan Sutikno (2012) dan Kurniadi (2017). Sutikno menemukan bahwa informan merasakan balasan sedekah dalam bentuk kesehatan dan terhindar dari musibah. Kurniadi menemukan bahwa kesadaran informan membayar zakat karena mengharapkan balasan berupa menolak *bala* seperti menghindari penyakit dan kesusahan. Dari apa yang juga ditemukan peneliti, kemudian disimpulkan bahwa zakat juga dapat dimaknai sebagai penolak *bala* oleh informan Bapak Saleh dan Bapak Afry.

SIMPULAN

Melalui studi fenomenologi dengan pendekatan interpretif, peneliti telah menggali, memahami, dan mengungkap kesadaran informan mengenai makna zakat perusahaan di kota Palopo. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dan juga menyinergikan makna-makna yang ditemukan sepanjang penelusuran, peneliti menemukan bahwa zakat yang dikeluarkan perusahaan dimaknai sebagai refleksi dari konsep *sharia value added* yaitu nilai tambah- materiil, nilai tambah-mental, dan nilai tambah-spiritual.

Pertama, zakat yang dikeluarkan perusahaan dimaknai sebagai nilai tambah-materiil berupa peningkatan penghasilan. Saat mengeluarkan zakat perusahaan, para informan percaya bahwa melalui keyakinan terhadap Allah SWT, mengeluarkan zakat perusahaan dengan penuh keikhlasan memberikan nilai lebih yang dapat menumbuh-kembangkan harta yang dimiliki perusahaan. Peningkatan penghasilan yang dirasakan oleh informan merupakan hasil dari rasa syukur kepada Allah SWT atas rezeki yang diperoleh oleh perusahaan.

Kedua, zakat yang dikeluarkan perusahaan dimaknai sebagai nilai tambah-mental berupa perilaku altruistik yang mendatangkan kepuasan hati. Perilaku altruistik adalah perilaku yang ditunjukkan melalui tolong menolong secara sukarela diwujudkan dengan pemberian zakat. Zakat dimaknai sebagai alat untuk menolong masyarakat yang ada di lingkungan sekitar perusahaan memunculkan kepuasan dalam hati berupa rasa senang atas nilai kesyukuran kepada Allah SWT. Zakat yang dikeluarkan sepenuh hati memberikan kepuasan bagi para informan.

Ketiga, zakat yang dikeluarkan perusahaan dimaknai sebagai nilai- tambah spritual berupa nilai berkah sebagai jalan mendatangkan keridhaan Allah SWT. Nilai berkah yang dirasakan oleh informan dapat berupa berkah kesehatan, rasa aman, tambahan rezeki dari Allah SWT, dan nilai kebaikan yang mengarahkan untuk selalu semangat bekerja, serta penuh dengan percaya diri.

Peneliti juga menemukan zakat dimaknai sebagai pemberi nama baik perusahaan dan penolak *bala*. Perusahaan akan mendapat nama baik di masyarakat ketika menjadi bagian yang dicintai dan dihormati sesuai dengan apa yang telah dikorbankan oleh perusahaan. Nama baik perusahaan di masyarakat akan memunculkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Zakat yang dikeluarkan akan memberikan nilai lebih pada perusahaan karena masyarakat percaya bahwa perusahaan bukan hanya mementingkan dirinya tetapi juga lingkungan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, G. H., Erlyani, N., Zwagery, V., Psikologi, P. S., Kedokteran, F., Mangkurat, U. L., Ahmad, J., & Km, Y. (2018). Hubungan Kebahagiaan Dengan Perilaku Altruisme Pada Masyarakat Sekitar Tambang

- Asam-Asam the Relationship between Happiness and Altruism Behavior in the Community Around the Mine of Asam-Asam. *Jurnal Kognisia*, 1(2), 95–101.
- Akram, M., Nasar, A., & Rehman, A. (2021). Misuse of charitable giving to finance violent extremism; A futuristic actions study amidst COVID-19 pandemic. *Social Sciences & Humanities Open*, 4(1), 100140. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2021.100140>
 - Alim, M. N. (2015). Utilization and Accounting of Zakat for Productive Purposes in Indonesia: A Review. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 232–236. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.028>
 - Birton, M. N. A., Triyuwono, I., Mulawarman, A. D., & Rahman, A. F. (2015). Theory of Shariahization on Conceptual Accounting Framework: A Substantive Theory. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 723–730. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.093>
 - Boudelaa, S., & Marslen-Wilson, W. D. (2010). Aralex: A lexical database for modern standard Arabic. *Behavior Research Methods*, 42(2), 481–487. <https://doi.org/10.3758/BRM.42.2.481>
 - Chapman, C. S. (2018). Interpretive methodological expertise and editorial board composition. *Critical Perspectives on Accounting*, 51, 47–51. <https://doi.org/10.1016/J.CPA.2017.10.007>
 - Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2000). The Discipline and Practice of Qualitative Research. In *The SAGE Handbook of Qualitative Research*.
 - Denzin, N. K., & Ryan, K. E. (2007). Qualitative Methodology (Including Focus Groups). In *The SAGE Handbook of Social Science Methodology Chapter*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4135/9781848607958>
 - Farizal, N. M., Fahmi, F. M., & Ahmad, A. E. (2015). The influence of AAOIFI Accounting Standards in Reporting Islamic Financial Institutions in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 31, 418 – 424.
 - Faza, F. T., & Indriani, A. (2021). Adopsi Penggunaan Platform Crowdfunding untuk Donasi Amal pada Kalangan Muslim Milenial. *JEBA (Journal of Economics and ...)*, 6(1), 60–70. <https://academicjournal.yarsi.ac.id/index.php/jeba/article/view/1926>
 - Hanif. (2015). Introducing Mato Based Profit-Sharing Accounting and its Synergy with Cooperative and Sharia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 1223–1230. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.163>
 - Haniffa, R., Hudaib, Mohammad, & Mirza, A. M. (2016). Accounting Policy Choice Within The Shari'ah Islami'iah Framework Paper Number 02/04.
 - James, J., & Iii, C. (2015). Ethics, Faith, and Profit: Exploring the Motives of the U.S. Fair Trade Social Entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2934-4>
 - Kahn, M. E. (2000). The environmental impact of suburbanization. *Journal of Policy Analysis and Management*, 19(4), 569–586. [https://doi.org/10.1002/1520-6688\(200023\)19:4<569::AID-PAM3>3.0.CO;2-P](https://doi.org/10.1002/1520-6688(200023)19:4<569::AID-PAM3>3.0.CO;2-P)
 - Khan, F. (2010). Waqf: an Islamic Instrument of Poverty Alleviation - Bangladesh Perspective. *The Tawhidi Epistemology: Zakat and Waqf Economy*, 65–96. <https://doi.org/10.1109/INCOS.2010.100>
 - Kusdewanti, A. I., Triyuwono, I., & Djamhuri, A. (2016). Teori Ketundukan (A. Kamayanti (ed.)). Yayasan Rumah Peneleh.
 - Lubis, R. H., & Ovami, D. C. (2020). Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 8(September), 22–47.
 - Mohamed, H. H., Masih, M., & Bacha, O. I. (2015). Why do issuers issue Sukuk or conventional bond? Evidence from Malaysian listed firms using partial adjustment models. *Pacific-Basin Finance Journal*, 34, 233–252. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2015.02.004>
 - Mulawarman, A. (2009). Menggagas Laporan Keuangan Syari'ah Berbasis Trilogi Ma'isyah-Rizq-Maal. *TAZKIA. Islamic Finance & Business Review*, 4(1), 26–46.

- O’Riordan, L. (2018). *Managing Sustainable Stakeholder Relationships: Corporate Approaches to Responsible Management*. <https://www.bookdepository.com/Managing-Sustainable-Stakeholder-Relationships-Linda-OR-iordan/9783319843537>
- One, P., Kuckartz, U., Silverman, D., Folkestad, B., Bishop, L., Ponelis, S. R., Surveys, S., & Silvermann, D. (2015). *Intro to Qualitative Research*. University of Oslo. <https://doi.org/10.1016/j.jada.2008.10.018>
- Rahim, S. (2017). *Pengelolaan zakat perusahaan*. 200–215.
- Ramadani, V., Dana, L. P., Ratten, V., & Tahiri, S. (2015). The context of Islamic entrepreneurship and business: Concept, principles and perspectives. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(3), 244–261. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.071906>
- Ramadani, V., & Ratten, V. (2015). The context of Islamic entrepreneurship and business : Concept , principles and perspectives The context of Islamic entrepreneurship and business : concept , principles and perspectives Veland Ramadani * Léo-Paul Dana Vanessa Ratten Sadush Tahiri. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(January), 244–261. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.071906>
- Rismawati, Triyuwono, I., & Adib, N. (2020). The Concept of Social Responsibility of Non-Profit Organisations , Based on Al Ma ’ un Theology. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(1), 221–239.
- Rismawati. (2006). *No Business Ineruption: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Dalam Perspektif Budaya Luwu (Studi Pada PT INCO Sorowako)*. Universitas Brawijaya Malang.
- Rismawati. (2015a). Memaknai Program Corporate Social Responsibility: Proses Transformasi Sosial Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.08.6020>
- Rismawati. (2015b). Memaknai Program Corporate Social Responsibility: Suatu Kajian Proses Transformasi Sosial Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Akuntansi Multiparadigmasi Multiparadigma*, 6(2), 245–253.
- Saad, R. A. J., Aziz, N. M. A., & Sawandi, N. (2014). Islamic Accountability Framework in the Zakat Funds Management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 164, 508–515. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.139>
- Syamsuriana, N. (2019). Dampak Perilaku Altruisme, Moral Reasoning dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kualitas Audit. *ATESTASI: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2). <https://doi.org/10.33096/atestasi.v2i2.275>
- Triyuwono, I. (2006). *Akuntansi Syari’ah: Menuju Puncak Kesadaran Ketuhanan Manunggaling Kawulo-Gusti*. Pidato Pengukuhan Guru Besar Akuntansi Syari’ah Di Gedung PPI Universitas Brawijaya, Malang.
- Triyuwono, I. (2011). Iwan Sing Liyan.Pdf. In *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* (Vol. 2, Issue 2, pp. 186–200).
- Triyuwono, Iwan. (2015). Salam Satu Jiwa dan Konsep Kinerja Klub Sepak Bola. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(2), 290–303. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2015.08.6023> Jurnal
- Triyuwono, Iwan, & Kamayanti, A. (2014). Islamic Values Islamic Bank Underlying Performance Assessment. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(24), 2222–2847.
- Triyuwono, Iwan, & Riduwan, A. (2012). Zakah Perspectives As A Symbol Of Individual And Social Piety : Developing A Review From The Meadian Symbolic. 7(1).
- Widokarti, J. R. (2014). Masalah Dasar Pengelolaan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. 1–25. *Border and Development International Conference (BDIC)*
- Yasmin, S., & Haniffa, R. (2017). Accountability and narrative disclosure by Muslim charity organisations in the UK. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 8(1), 70–86. <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2015-0024>
- Yüksek, M. (2018). The basis of the distinction of meaning-interpretation in Tafsir methodologyTefsir metodolojisinde anlam-yorum ayriminin Temelleri. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 22(1). <https://doi.org/10.18505/cuid.407201>