

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Zakat

a. Pengertian Zakat

Zakat (*Zakah*) secara bahasa bermakna “mensucikan”, “tumbuh” atau “berkembang”. Menurut istilah *syara'*, zakat bermakna mengeluarkan sejumlah harta tertentu untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (*Mustahiq*) sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan syariat islam. Zakat merupakan salah satu dari rukun islam yang lima dan hukum pelaksanaannya adalah wajib. Zakat terbagai dua jenis, yaitu zakat jiwa (*zakah al-fithar*) dan zakat harta (*zakah al-maal*).

Dengan posisi sentralnya dalam ajaran islam sebagai salah satu ritual formal (*ibadah mahdhah*) terpenting, zakat memiliki ketentuan-ketentuan operasional yang lengkap meliputi jenis harta yang terkena zakat (*maal al-zakah*), tarif zakat (*miqdar al-zakah*), batas minimal harta terkena zakat (*nishab*), batas waktu pelaksanaan zakat (*haul*) hingga sasaran pembelanjaan zakat.¹

Menurut Ahmad Rofiq, zakat adalah ibadah dan kewajiban sosial bagi para *aghina* (hartawan) setelah kekayaannya memenuhi batas minimal (*nishab*) dan rentang waktu setahun (*haul*). Tujuannya untuk mewujudkan pemerataan keadilan dalam ekonomi. Menurut Umar bin al-khathab, zakat disyariatkan untuk

¹Yusuf Wibisono, *Mengelola Zakat Indonesia*, Jakarta 2015, hal 1

merubah mereka yang semula *mustahiq* (penerima) zakat menjadi muzakki (pemberi/pembayar zakat). Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa zakat merupakan harta umat untuk umat, dari orang yang wajib membayarnya kepada orang yang berhak menerimanya. Zakat dapat membersihkan diri dari dosa dan sekaligus menghilangkan rasa iri dan dengki si miskin kepada si kaya. Dengan zakat dapat membentuk masyarakat makmur dan membutuhkan penghidupan yang serba berkecukupan.

Seperti yang telah dituliskan didalam QS. At-Taubah : 103 :²

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

Artinya : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar Lagi Maha Mengetahui.”

Sementara itu, terjadi perkembangan yang menarik di Indonesia bahwa pengelolaan zakat kini memasuki era baru yaitu dikeluarkannya undang-undang yang berkaitan dengannya, sekaligus berkaitan dengan pajak. Undang-undang tersebut adalah undang-undang No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat dan didalamnya menyebutkan antara lain bahwa pengelolaan zakat diindonesia dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk oleh masyarakat. Dengan adanya lembaga yang

²Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 103, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

mengatur harta zakat tersebut dengan harapan pemerataan bisa dilakukan dan kemiskinan dapat segera diminimalisir.³

b. Tujuan Zakat

Zakat yang mengandung pengertian bersih, suci, berkembang dan bertambah mempunyai makna yang sangat penting dalam kehidupan manusia baik sebagai individu maupun masyarakat. Dengan demikian, lembaga zakat itu diwajibkan untuk dilaksanakan guna mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan. Yang dimaksud dengan tujuan dalam hubungan ini adalah sasaran praktisnya. Tujuan tersebut diantaranya :

- 1) Mengangkat derajat fakir miskin dan membantunya keluar dari kesulitan hidup serta penderitaan.
- 2) Membantu pemecahan permasalahan yang dihadapi oleh para *gharimin*, *ibnu sabil*, dan *mustahiq* lainnya.
- 3) Membentangkan dan membina tali persaudaraan sesama umat Islam dan manusia pada umumnya.
- 4) Menghilangkan sifat kikir dan/atau loba pemilik harta.
- 5) Membersihkan diri dari sifat dengki dan iri (kecemburuan sosial) dalam hati orang-orang miskin.
- 6) Menjembatani jurang pemisah antara orang yang kaya dan yang miskin dalam suatu masyarakat.

³Dr.K.H Didin Hafidhuddin, M.Sc, Zakat dalam Perekonomian Modern, (Penerbit:Gema Insani Press, Jakarta 2002), hlm.5

- 7) Mengembangkan rasa tanggung jawab sosial pada diri seseorang, terutama pada mereka yang mempunyai harta kekayaan.
- 8) Mendidik manusia untuk berdisiplin menunaikan kewajiban dan menyerahkan hak orang lain yang ada padanya.
- 9) Sarana pemerataan pendapatan (rezeki) untuk mencapai keadilan sosial.

Menurut Dr. M. Quraish Shihab, zakat mempunyai dampak dan tujuan sebagai berikut :

- a) Mengikis habis sifat-sifat kikir didalam jiwa seseorang, serta melatihnya memiliki sifat-sifat dermawan dan mengantarkannya mensyukuri nikmat Allah, sehingga pada akhirnya ia dapat menyucikan diri dan mengembangkan kepribadiannya.
- b) Menciptakan ketenangan dan ketentraman, bukan hanya kepada penerima melainkan juga kepada pemberi zakat, infaq dan sedekah.
- c) Mengembangkan harta benda.⁴

c. Syarat Zakat

Adapun persyaratan harta menjadi sumber atau obyek zakat, adalah sebagai berikut:

- 1) Harta yangdidapatkan secara baik dan halal, artinya harta yang haram, baik substansi bendanya maupun cara mendapatkannya jelas tidak dapat dikenakan kewajiban zakat, karena Allah SWT tidak akan menerimanya.

⁴Dr.Mardini, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Penerbit: Prenadamedia Group, Januari 2012), hlm 347

- 2) Harta yang berkembang, artinya harta itu berkembang atau berpotensi untuk dikembangkan seperti, melalui kegiatan usaha, perdagangan melalui pembelian saham atau ditabungkan.
- 3) Pemilik penuh, artinya harta tersebut berada dibawah kontrol dan didalam kekuasaan pemiliknya.
- 4) Mencapai nishab, artinya mencapai jumlah minimal yang menyebabkan harta terkena wajib zakat.
- 5) Mencapai haul, artinya harus mencapai waktu tertentu pengeluaran zakat.⁵

d. Macam-Macam Zakat

Zakat termasuk kategori ibadah (seperti, shalat, haji dan puasa) yang telah diatur berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Sekaligus merupakan amal sosial kemasyarakatan dan kemanusiaan yang dapat berkembang sesuai dengan perkembangan manusia. Secara umum zakat terbagi menjadi dua macam yaitu :

- 1) Zakat Fitrah, yang dimaksud dengan zakat fitrah adalah pengeluaran wajib dilakukan oleh setiap muslim yang mempunyai kelebihan dari keperluan keluarga yang wajar pada malam dan hari raya Idul Fitri. Jumlahnya sebanyak satu sha' (2,5 kg) perjiwa.

Hadis Nabi SAW : “Dari Ibnu Umar ra : Rasulullah SAW telah mewajibkan zakat fitri 1(satu) sha' dari kurma atau gandum atas budak, orang merdeka, laki-laki dan perempuan, anak kecil dan orang tua dan

⁵Dr.K.H Didin Hafidhuddin, M.Sc, Zakat dalam Perekonomian Modern, (Penerbit:Gema Insani Press, Jakarta 2002), hlm.20

seluruh kaum muslimin. Dan beliau perintahkan supaya dikeluarkan sebelum manusia keluar untuk shalat ('id)(H.R Bukhari).

- 2) Zakat *mal* atau zakat harta, zakat harta adalah bagian dari harta kekayaan seseorang (juga badan hukum) yang wajib dikeluarkan untuk golongan orang-orang tertentu setelah dipunyai selama jangka waktu tertentu dalam jumlah minimal waktu tertentu.⁶ Seperti yang dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah : 267⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَبِيبَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ ۖ وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya Lagi Maha Terpuji (Q.S Al-Baqarah [2]: 267).

e. Orang-Orang yang Berhak Menerima Zakat

Adapun orang-orang yang berhak menerima zakat adalah sebagai berikut:

- 1) Faqir, adalah orang yang tidak punya rumah tempat tinggal tetap dan tidak punya pekerjaan tetap untuk menghidupi diri dan keluarganya.
- 2) Miskin, adalah orang yang punya rumah tempat tinggal dan punya pekerjaan, tetapi serba kekurangan dalam menghidupi diri dan keluarganya

13-14

⁶LAZISMU, Pedoman Zakat Praktis Dewan Syariah Lazis Muhammadiyah, 2011 hlm.

⁷Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

- 3) Amil, adalah pengurus atau pengelola zakat yang mengumpulkan dan mendistribusikan harta zakat kepada mustahiq.
- 4) Mu'allaf, adalah orang yang terbujuk hatinya masuk Islam.
- 5) Riqab, adalah budak atau tawanan perang dalam rangka membebaskan mereka dari perbudakan atau penawanan.
- 6) Gharim, adalah orang yang mempunyai hutang dan tidak dapat lagi membayar hutangnya karena telah jatuh fakir.
- 7) Sabilillah, adalah jihad dan dakwah islam baik secara individu (perorangan) maupun secara kolektif (dalam bentuk lembaga atau organisasi dakwah).
- 8) Ibnu Sabil, adalah musafir yang kehabisan bekal untuk melanjutkan perjalanannya.

f. Orang-Orang yang Tidak Berhak Menerima Zakat

Adapun orang-orang tidak berhak menerima zakat adalah sebagai berikut :

- 1) Orang kaya
- 2) Anak kecil yang dianggap kaya yang disebabkan orang tuanya kaya
- 3) Orang kuat yang mampu kerja
- 4) Orang kafir, murtad dan orang-orang yang memerangi islam
- 5) Istri muzakki (istri pemberi zakat)
- 6) Kedua orang tua muzakki⁸

⁸Prof. Dr.Tgk M.Hasbi ash-Shiddieqy, Pedoman zakat (Diterbitkan oleh : PT. Pustaka Rizki Putra 2009) hlm, 17

2. Jasa

a. Pengertian Jasa

Jasa sering dipandang sebagai satu fenomena yang rumit, kata jasa (*service*) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Jasa juga didefinisikan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Jadi, pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (*misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan*).⁹

b. Karakteristik Jasa

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang (fisik) yaitu:

- 1) *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan kepuasan dan kenyamanan.
- 2) *Unstorability* (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut

⁹Rambat Lupioadi dan Hamdani, *manajemen pemasaran jasa*, (Jakarta: Salemba Empat 2015), hlm5

juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

- 3) *Customization* (kustomisasi). Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Produk jasa bagaimanapun juga tidak ada yang benar-benar mirip antara satu dengan yang lainnya.¹⁰

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang *inheren* dalam memenuhi persyaratan. Persyaratan dalam hal ini yaitu kebutuhan atau harapan yang dinyatakan biasanya tersirat atau wajib. Sedangkan, pelayanan adalah suatu aktivitas yang atau serangkaian aktivitas yang bersifat tak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.¹¹

Sedangkan kualitas jasa (pelayanan) yaitu keseluruhan kesan konsumen terhadap inferioritas atau superioritas organisasi beserta jasa yang ditawarkan atau suatu konsep secara tepat yang mewakili inti dari kinerja suatu jasa, yaitu perbandingan terhadap keandalan dalam *Service encounter* yang dilakukan oleh konsumen.¹²

¹⁰Rambat Lupioadi dan Hamdani, *manajemen pemasaran jasa*, (Jakarta: Salemba Empat 2015), hlm 7.

¹¹Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *manajemen pelayanan*, (Yogyakarta: pustaka pelajar 2005) hlm 2.

¹²Fandy Jtiptono, *kualitas jasa* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1997) hlm 52.

b. Pelayanan Dalam Islam

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini ada dalam Al-Quran surat Ali Imran ayat 159 menjelaskan :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. (QS. 3: 159)¹³

Dalam berbisnis dilandasi dalam dua hal pokok yaitu, kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta pengetahuan dan keterampilan yang bagus. Dua hal itu adalah amanah dan ilmu. Kedua tersebut merupakan pesan moral yang bersifat universal. Ada empat hal yang menjadi *key success factors* (KSF) dalam mengelola suatu bisnis, agar mendapat nilai-nilai moral yang tinggi dan itupun juga masuk dalam kategori prinsip pelayanan. Untuk mudah mengingat disingkat menjadi SAFT¹⁴. Adapun prinsip-prinsip pelayanan dalam islam yaitu :

- 1) *Shidiq* yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan dan memperlmainkan kualitas akan menyebabkan

¹³Dinni Fadhila, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Kepuasan Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pondok Indah”, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017, h. 19.

¹⁴Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *syariah marketing*, (Bandung:Mizan, 2008), hlm 120

kerugian yang sesungguhnya. Nilai *shidiq* disamping bermakna jujur juga bermaksud tahan uji, ikhlas serta memiliki kesinambungan emosional.

- 2) Kreatif, berani dan percaya diri. Ketiga hal itu mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang-peluang bisnis yang baru, prospektif dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian. Hal ini hanya dapat dilakukan bila seorang pebisnis memiliki kepercayaan diri dan keberanian untuk berbuat sekaligus siap menanggung berbagai macam resiko.
- 3) Amanah dan *Fathanah* yang sering diterjemahkan dalam nilai-nilai bisnis dan manajemen dengan bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi, manajer dan pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa serta belajar secara berkelanjutan.
- 4) *Tabligh*, yaitu mampu berkomunikasi dengan baik. Istilah ini juga diterjemahkan dalam bahasa manajemen sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan supervisi.
- 5) *Istiqamah*, yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai di atas walau mendapatkan godaan dan tantangan. Hanya dengan *istiqamah* dan *mujahadah*, peluang-peluang bisnis yang prospektif dan menguntungkan akan selalu terbuka lebar.

Seperti dalam firman Allah SWT dalam Q.S Al-Ankabut ayat 69¹⁵, yaitu:

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : “Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) kami, benar-benar akan kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. Dan sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik”.

c. Mengelola Kualitas Jasa

Salah satu cara utama membedakan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari persaingan secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas jasa pelanggan sasaran. ekspektasi pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa. Pelanggan memilih penyedia jasa berdasarkan hal tersebut dan setelah menerima jasa itu, mereka membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang di harapkan. Terdapat lima determinan dalam menentukan kualitas jasa¹⁶, yaitu :

1. *Reliability* (Keandalan)

Reliability (keandalan) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya pelayanan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyediaan jasa. Dalam konteks ini Allah juga menghendaki setiap

¹⁵Al-Qur'an surat Al-Ankabut ayat 69, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

¹⁶Rampat Lupiodi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm.182

umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan dalam Q.S An-Nahl ayat 91¹⁷ :

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya : “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu buat”. (Q.S An-Nahl : 91).

Dimensi ini menunjukkan kemampuan lembaga untuk memberikan pelayanan secara akurat, handal dan bertanggung jawab sesuai yang dijanjikan dan terpercaya. Kualitas pelayanan ini umumnya terlihat dalam kerja sehari-hari, misalnya jika pada kurun waktu tertentu frekuensi kesalahan semakin tinggi hal ini akan memberikan indikasi kualitas pelayanan yang semakin menurun, contohnya ketepatan waktu, kecepatan dalam melayani *muzakki*.

2. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Dimensi *responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan seseorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan

¹⁷Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat.

Sebagaimana dinyatakan dalam hadis Rasulullah SAW diriwayatkan oleh Bukhari, yaitu : *“apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang : bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata nabi : apabila diserahkan sesuatu pekerjaan yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya”*. Tingkat kepekaan yang tinggi terhadap *muzakki* perlu diikuti dengan tindakan yang tepat sesuai dengan kebutuhan tersebut.

3. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Assurance (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan dan kesopanan amil zakat untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelemahlembutan maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyediaan layanan. Baik buruknya layanan yang

diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan.

Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelembahlembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyediaan layanan jasa. Berkenaan dengan hal ini (Q.S Al-Imran : 159) menyatakan bahwa¹⁸ :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkan lah mereka, mohonkanlah maupun bagi mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadanya”.(Q.S Al-Imran : 159)

4. *Emphaty* (empati)

Emphaty (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para muzakki dengan berupaya memahami keinginan muzakki. Dimana suatu lembaga memiliki pengertian dan pengetahuan tentang muzakki, memahami kebutuhan muzakki secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian bagi muzakki. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik.

¹⁸Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 159, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengan pelayanan lembaga. Hal ini yang akan mendatangkannya kesukaan, kepuasan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Berkenaan dengan empati, dalam Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Bukhari Muslim, menyatakan: *“Abu Musa Al-Asy’ary ra. Berkata: bersabda Nabi Raasulullah Saw, “seorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanat, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan sukahati, memberikannya kepada siapa yang diperintahkan memberikannya, maka bendahar itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala yang bersedekah”.*

5. *Tangible*(berwujud)

Tangible(berwujud) yaitu kemampuan suatu lembaga dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya. Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.¹⁹

¹⁹Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005) hlm, 180.

4. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya. Adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan muzakki.²⁰

Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan, nasabah sangat puas, senang dan gembira dan jika kinerja tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan tidak puas. Pada dasarnya kepuasan pelanggan/*muzakki* inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran.

Kepuasan pelanggan/*muzakki* juga dikatakan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Pengukuran kepuasan *muzakki* merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan efektif. Apabila nasabah tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan. Maka, pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien.²¹

Engel et.al menyatakan “Bahwa kepuasan pelanggan/*muzakki* merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan/*muzakki*. Sedangkan

²⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2004) hlm 42

²¹ Lerbin R. Aritonang R., *Kepuasan Pelanggan Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*, (Jakarta :PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal 2

ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi pelanggan”. Sedangkan menurut Gotlieb, Grawal dan Brown (1994) menyatakan “Bahwa kepuasan terhadap suatu jasa berkaitan dengan proses konfirmasi dan dikonfirmasi dengan harapan. Pendapat ini didasarkan pada paradigma dikonfirmasi yang menyatakan bahwa kepuasan akan berhubungan dengan pengalaman dikonfirmasi yang merupakan pengalaman personal sesungguhnya.

Kepuasan pelanggan/*muzakki* juga merupakan sejauh mana manfaat sebuah jasa layanan yang dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif pada pelayanan dan memberi komentar baik tentang perusahaan. Jadi kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Harapan itu lalu dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk itu. Apabila kinerja dibawah harapan maka *muzakki* akan kecewa atau mengeluh.

Apabila kinerja sesuai harapan, maka *muzakki* merasa puas dan jika kinerja melebihi harapannya *muzakki* sangat puas. Untuk dapat menciptakan para pelanggan yang merasa puas, manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan pelanggan. Karena dengan terciptanya kepuasan pelanggan akan mampu meningkatkan hubungan kemitraan antara perusahaan dengan *muzakki* yang pada akhirnya akan menciptakan kesetiaan *muzakki* sehingga mampu meningkatkan reputasi perusahaan di mata *muzakki*. Sedangkan untuk mengukur tingkat kepuasaan *muzakki* yaitu dengan *service*

quality sebagai perbedaan antara harapan dan keinginan *muzakki* dengan persepsi mereka.

Berdasarkan *Servqual* (*service quality*) kualitas pelayanan pada dasarnya adalah hasil persepsi dalam benak *muzakki*. *Service quality* ini terbentuk dalam benak *muzakki* setelah ia membandingkan antara kualitas pelayanan yang mereka terima dan mereka harapkan. Perbandingan antara persepsi dan harapan biasanya memunculkan dua kemungkinan yaitu : persepsi itu lebih besar dari pada keinginan, yang berarti pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Dan persepsi lebih kecil dari pada harapan yang berarti harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan tidak tercapai.²²

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Variabel	Hasil Analisis
Indri Yuliafitri	Pengaruh Transparansi Terhadap Kepuasan Muzakki (Studi Kasus Pada LAZ Rumah Zakat)	Transparansi (X), Kepuasan Muzakki (Y)	Dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara transparansi terhadap kepuasan muzakki yang ditunjukkan oleh nilai T hitung yang lebih besar dari pada T tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel transparansi berpengaruh terhadap variabel kepuasan muzakki.
Heru Wicaksono	Pengaruh Sistem Pelayanan Terhadap	Fasilitas Gedung(X),	Berdasarkan hasil uji t ditemukan bahwa nilai

²²Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005) hal.185

	Kepuasan Muzakki Dalam Berzakat Pada Lingkungan Pemda Provinsi DKI Jakarta di Bazis Provinsi DKI Jakarta	Kepuasan Muzakki (Y)	probabilitas pada kolom sig pada tabel <i>Coefficients</i> sebesar 0,001 dan lebih kecil dari angka 0,05 sehingga didapat jawaban bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, atau dapat disimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan.
Yulisa Gardenia	Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Muzakki	Kualitas Pelayanan (X), Loyalitas Muzakki (Y)	Variabel loyalitas yang menjadi variabel dependen mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel kepuasan nasabah dilihat dari hasil regresi yang menghasilkan standar koefisien sebesar 0,492

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir atau kerangka konseptual disajikan untuk melihat gambaran mengenai keterkaitan dan hubungan antara variabel independen atau variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap dependen atau variabel terikat (kepuasan muzakki).

Kualitas pelayanan yang baik tentu akan menarik minat muzakki untuk membayar zakat disuatu lembaga. Maka dari itu, berdasarkan perumusan masalah, landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah disampaikan sebelumnya mengenai variabel kualitas pelayanan, maka kerangka pemikiran yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Sumber : Data diolah penulis, 2021

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:63) menyatakan bahwa “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuesioner. Maka berdasarkan uraian diatas, dapat dimunculkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Ha : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki.
2. Ho : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki