

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Lembaga Pengelolaan Zakat

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 ini, pengelolaan zakat dilakukan oleh badan amil zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah yang terdiri dari masyarakat dan unsur pemerintah untuk tingkat kewilayahan dan lembaga amil zakat (LAZ) yang dibentuk dan dikelola oleh masyarakat yang terhimpun dalam berbagai ORMAS (organisasi masyarakat) Islam, yayasan dan institusi lainnya. Undang-undang inilah yang menjadi landasan legal formal pelaksanaan zakat di Indonesia. Sebagai konsekuensinya, pemerintah (mulai dari pusat sampai daerah) wajib memfasilitasi terbentuknya lembaga pengelola zakat, yakni Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) untuk tingkat pusat, dan Badan Amil Zakat Daerah (BAZDA) untuk tingkat daerah.¹

a. BAZNAS

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai

¹ Didin Hafidhuddin. *The Power of Zakat Studi Perbandingan Pengelolaan Zakat Asia Tenggara*. Malang: UIN-Malang Press, 2008, hlm. 4

lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam UU tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama.²

Dengan demikian, BAZNAS bersama Pemerintah bertanggung jawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berasaskan: syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas.

1) Visi dan Misi Baznas

a) Visi “Menjadi lembaga utama menyejahterakan umat.”

b) Misi

(a) Membangun BAZNAS yang kuat, terpercaya, dan modern sebagai lembaga pemerintah non-struktural yang berwenang dalam pengelolaan zakat;

(b) Memaksimalkan literasi zakat nasional dan peningkatan pengumpulan ZIS-DSKL secara masif dan terukur;

(c) Memaksimalkan pendistribusian dan pendayagunaan ZIS-DSKL untuk mengentaskan kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan umat, dan mengurangi kesenjangan sosial;

(d) Memperkuat kompetensi, profesionalisme, integritas, dan kesejahteraan amil zakat nasional secara berkelanjutan;

² <https://baznas.go.id/index.php/profil>

- (e) Modernisasi dan digitalisasi pengelolaan zakat nasional dengan sistem manajemen berbasis data yang kokoh dan terukur;
- (f) Memperkuat sistem perencanaan, pengendalian, pelaporan, pertanggungjawaban, dan koordinasi pengelolaan zakat secara nasional; S
- (g) Membangun kemitraan antara muzakki dan mustahik dengan semangat tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan;
- (h) Meningkatkan sinergi dan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan terkait untuk pembangunan zakat nasional; dan
- (i) Berperan aktif dan menjadi referensi bagi gerakan zakat dunia.

2) Tujuan Baznas

- a) Terwujudnya BAZNAS sebagai lembaga pengelola zakat yang kuat, terpercaya, dan modern;
- b) Terwujudnya pengumpulan zakat nasional yang optimal;³
- c) Terwujudnya penyaluran ZIS-DSKL yang efektif dalam pengentasan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan ummat, dan pengurangan kesenjangan sosial;
- d) Terwujudnya profesi amil zakat nasional yang kompeten, berintegritas, dan sejahtera;

³ Pusat Kajian Strategi BAZNAS.(Indeks Zakat Nasional. Jakarta: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional,2016)

- e) Terwujudnya sistem manajemen dan basis data pengelolaan zakat nasional yang mengadopsi teknologi mutakhir;
- f) Kebijakan Mutu BAZNAS
- g) Terwujudnya perencanaan, pengendalian, pelaporan, dan pertanggungjawaban pengelolaan zakat dengan kelola yang baik dan terstandar;
- h) Terwujudnya hubungan saling tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan antara muzakki dan mustahik;
- i) Terwujudnya sinergi dan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan terkait dalam pembangunan zakat nasional;
- j) Terwujudnya Indonesia sebagai center of excellence pengelolaan zakat dunia.

b. LAZ

Secara garis besar undang-undang zakat memuat aturan tentang pengelolaan dana zakat yang terorganisir dengan baik, transparan dan profesional, serta dilakukan oleh amil resmi yang ditunjuk oleh pemerintah. Secara periodik akan dikeluarkan jurnal, sedangkan pengawasannya akan dilakukan oleh ulama, tokoh masyarakat dan pemerintah.

Apabila terjadi kelalaian dan kesalahan dalam pencatatan harta zakat, bisa dikenakan sanksi bahkan dinilai sebagai tindakan pidana. Dengan demikian, pengelolaan harta zakat dimungkinkan terhindar dari bentuk-bentuk penyelewengan yang tidak bertanggungjawab. Sebelum

berlakunya Undang-Undang pengelolaan Zakat, sebenarnya fungsi pengumpulan, pengelolaan, dan pendistribusian zakat telah eksis terlebih dahulu di tengah-tengah masyarakat. Fungsi ini dikelola oleh masyarakat sendiri, baik secara perorangan maupun kelompok (kelembagaan).⁴

Hanya saja dengan berlakunya undang-undang ini, telah terjadi proses formalisasi lembaga yang sudah eksis tersebut. Istilah formal lembaga ini diseragamkan menjadi Lembaga Amil Zakat (LAZ). Disamping itu untuk menjadi LAZ atau lembaga formal yang berfungsi mengelola zakat, lembaga yang sebelumnya eksis di tengah-tengah masyarakat secara informal tersebut terlebih dahulu harus melalui proses *formal administrative* dan selanjutnya dilakukan oleh pemerintah sebagai bentuk pengakuan keberadaannya secara formal. Oleh karena itu, tidak semua yang secara kelembagaan maupun perorangan melakukan kegiatan mengumpulkan, mengelola, dan mendistribusikan zakat dinamakan Lembaga Amil Zakat seperti diatur Undang-Undang Nomor 38 tahun 1999.

Menurut undang-undang ini, Lembaga Amil Zakat adalah institusi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk atas perkarsa masyarakat dan oleh masyarakat yang bergerak dibidang dakwah, pendidikan, sosial, dan kemaslahatan Umat Islam.

⁴ Qardhawi, Y. *Hukum Zakat*. Jakarta: Litera Antarnusa, JURNAL ZAKAT Volume 2 No 1. Desember. 2017 hal 34

1) Syarat Pendirian LAZ

Untuk mendapatkan pengukuhan, sebelumnya calon LAZ harus mengajukan permohonan kepada pemerintah sesuai dengan tingkatan ormas Islam yang memilikinya dengan melampirkan syarat-syarat sebagai berikut:⁵

- a) Akta pendirian (berbadan hukum)
- b) Data *muzakki* (yang membayar zakat) dan *mustahiq* (yang berhak menerima zakat)
- c) Daftar susunan pengurus
- d) Rencana program kerja jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.
- e) Neraca atau laporan posisi keuangan
- f) Sebelum dilakukan pengukuhan sebagai LAZ, terlebih dahulu harus dilakukan penelitian persyaratan yang telah dilampirkan, apabila dipandang telah memenuhi persyaratan tersebut, maka dapat dilakukan pengukuhan.

Selain melakukan pengukuhan, pemerintah juga melakukan pembinaan kepada LAZ sesuai dengan tingkatan lokasi LAZ tersebut, seperti di pusat oleh Menteri Agama, di daerah provinsi oleh Gubernur atas usul Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Kabupaten/Kota, sedangkan kecamatan oleh Camat atas usul Kepala Kantor Urusan Agama.

⁵Rosyidah, A.T.M. *Implementasi Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 Terhadap Legalitas Pengelolaan Zakat oleh Lembaga Amil Zakat* (Studi pada beberapa LAZ di Kota Malang, 2012) *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(1).

2) Tugas dan Fungsi LAZ

Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang telah memenuhi persyaratan, dan kemudian dilakukan pengukuhan pemerintah, memiliki kewajiban yang harus dilakukan oleh LAZ, yaitu:

- 1) Segera melakukan kegiatan sesuai dengan program kerja yang telah dibuat.
- 2) Menyusun laporan, termasuk laporan keuangan
- 3) Mempublikasikan laporan keuangan yang telah diaudit melalui media massa
- 4) Menyerahkan laporan kepada pemerintah

3) Sanksi

Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang telah dikukuhkan dapat ditinjau kembali, apabila tidak lagi memenuhi persyaratan dan tidak lagi memenuhi persyaratan dan tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dijelaskan dalam point 3 diatas. Mekanisme peninjauan ulang terhadap pengukuhan LAZ dilakukan melalui tahapan pemberian peringatan secara tertulis sampai tiga kali dan baru dilakukan pencabutan pengukuhan.⁶

Pencabutan pengukuhan LAZ tersebut dapat menghilangkan hak pembinaan, perlindungan, dan pelayanan dari pemerintah, tidak diakuinya bukti setoran zakat yang dikeluarkan sebagai pengurang penghasilan kena pajak dan tidak dapat melakukan pengumpulan dana zakat.

⁶ Rosyidah, A.T.M. *mplementasi Undang -undang Nomor 23 Tahun 2011 Terhadap Legalitas Pengelolaan Zakat oleh Lembaga Amil Zakat* (Studi pada beberapa LAZ di Kota Malang,2012) *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(1).

2. Qurban

Qurban berasal dari bahasa Arab, “Qurban” (قربان), (yang berarti dekat. Di dalam ajaran Islam, qurban disebut juga dengan al-udhhiyyah dan adh-dhahiyyah yang berarti binatang sembelihan, seperti unta, sapi atau kerbau, dan kambing yang disembelih pada hari raya Idul Adha dan hari-hari tasyriq sebagai bentuk taqarrub atau mendekatkan diri kepada Allah.⁷

Sebagai suatu bentuk amal ibadah yang dilakukan karena Allah, maka tentunya kita perlu mengetahui dan memahami hukum serta tata cara pelaksanaannya dengan benar sesuai dengan sunah Rasulullah saw. Tampaknya, momentum Idul Qurban hingga saat ini masih menuntut kita untuk benar-benar berkorban. Artinya, berkorban bukan lagi sekadar memenuhi panggilan syari’at, tetapi karena kondisi nyata ummat yang masih dihadapkan pada situasi yang memprihatinkan, maka perlu direnungkan kembali, bahkan harus dicari makna dan nilai-nilai qurban yang haqiqi.⁸

Dalam perspektif syari’at (fiqh), qurban memiliki makna ritual, yakni menyembelih hewan ternak yang telah memenuhi kriteria tertentu dan pada waktu tertentu, yaitu pada hari nahar (tanggal 10 Dzulhijah) dan hari tasyrik (tanggal 11-13 Dzulhijah). Ibadah qurban harus dengan hewan qurban, seperti kambing, sapi atau unta, dan tidak boleh diganti dengan lainnya, seperti uang atau beras.

⁷ <https://muslim.or.id/446-fiqih-qurban.html>

⁸ Al Utsaimin, M. S. *Tatacara Qurban Tuntunan Nabi SAW*. (Jogjakarta : Media Hidayah, 2003), hal 65

Di dalam *As h Shihah fi Al Lughah 2/28*, Al Jauhari, menerangkan bahwa secara etimologis (lughatan), qurban berasal dari kata *qaruba-yaqrubu-qurban-qurbanan*, dengan huruf qaf didhammahkan, bermakna mendekat. *Qaruba ilaihi* artinya mendekat kepada-Nya, seperti dalam firman Allah Ta'ala: “*Inna Rahmatallahi Qariibun Minal Muhsinin*” (Sesungguhnya rahmat Allah dekat dengan orang-orang yang berbuat baik). Sedangkan secara terminologis (Syar'an), qurban bermakna menyembelih hewan tertentu dengan niat qurbah (mendekatkan diri) kepada Allah Ta'ala pada waktu tertentu. Yang disampaikan dalam hadist

Aisyah menuturkan dari Rasulullah shallallâhu ‘alaihi wasallam bahwa beliau bersabda, “Tidak ada suatu amalan yang dikerjakan anak Adam (manusia) pada hari raya Idul Adha yang lebih dicintai oleh Allah dari menyembelih hewan. Karena hewan itu akan datang pada hari kiamat dengan tanduk-tanduknya, bulu-bulunya, dan kuku-kuku kakinya. Darah hewan itu akan sampai di sisi Allah sebelum menetes ke tanah. Karenanya, lapangkanlah jiwamu untuk melakukannya.” (Hadits Hasan, riwayat al-Tirmidzi: 1413 dan Ibn Majah: 3117)

a. Dasar Hukum

Nabi Muhammad saw dan para sahabat beliau senantiasa berqurban, bahkan Nabi bersabda bahwa qurban merupakan sunnah kaum muslimin. Oleh karena itu, umat Islam bersepakat bahwa berqurban itu disyariatkan, sebagaimana keterangan beberapa ulama. Namun terdapat perbedaan pendapat ulama tentang hukumnya, ada yang mengatakan wajib bagi yang memiliki kelapangan rezeki, ada pula yang mengatakan sunah mu'akadah. Jika dijabarkan, kedua pendapat yang

berbeda ini masing-masing mempunyai dasar yang sama kuat. Sebagian ulama memberikan jalan keluar dari perselisihan dengan menasehatkan, "...selayaknya bagi mereka yang mampu, tidak meninggalkan berqurban. Karena dengan berqurban akan lebih menenangkan hati dan melepaskan tanggungan, wallahu a'lam" , yang mana anjuran perintah qurban telah disampaikan dalam surah: Al-Kautsar:⁹

فَصَلِّ لِرَبِّكَ وَأَنْحَرْ ۚ ۲

Artinya: "Maka kerjakanlah shalat karena Tuhanmu, dan berkurbanlah (sebagai ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah)."

Menurut imam Malik, hukumnya sunnat muakkad, diberi keringanan orang yang sedang mengerjakan ibadah haji tidak usah mengerjakannya.

Imam Syafi'i tidak membedakan antara orang yang sedang mengerjakannya hukumnya sunnat muakkad.

Menurut imam Abu Hanifah, berqurban itu wajib bagi orang yang bermukim di kota-kota besar dan mempunyai kemampuan. Tidak wajib bagi orang yang sedang mengadakan perjalanan.

Pendapat Imam Abu Hanifah itu ditatang oleh dua orang sahabatnya, Abu Yusuf dan Muhammad. Mereka menyatakan hukumnya tidak wajib.

Terjadinya perbedaan pendapat diantara imam-imam Mujahid tentang hukum berqurban itu, disebabkan *ikhtilafnya* mereka

⁹ Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Jakarta Timur: CV Darus Sunnah,2002),13

memahamkan sabda dan perbuatan Nabi Saw, apakah sabda dan perbuatan Nabi Saw mengandung perintah wajib atau sunnat.

Hadist riwayat Tsauban menyatakan bahwa Rasulullah Saw telah menyembelih qurbannya, kemudian beliau bersabda :

“Hai Tsauban, perbaikilah daging qurban ini!”

Selanjutnya Tsauban menyatakan : *“saya senantiasa memakan daging qurban ini hingga Rasulullah Saw mendatangi Madinah”*

Dan hadist riwayat Ummi Slamah , meriwayatkan bahwa Rasulullah Saw bersabda :

“Apabila tanggal 10 Dzulhijjah telah masuk, jika salah seorang diantara kamu bermaksud akan berqurban, maka hendaklah ia jangan mengambil rambutnya sedikitpun dan jangan pula memotong kukunya.”

Imam-imam mujahid menyatakan bahwa sabda Nabi Saw *“jika salah seorang diantara kamu bermaksud akan berqurban “.* Menunjukkan bahwa hukum berqurban itu tidak wajib.

Dan tatkala Rasulullah Saw menyuruh Abu Burdah mengulangi sembelihan qurbannya, sesudah disembeluhnya sebelum Shalat ‘Idhila Adhha’, maka sebagian kalangan ulama berpendapat bahwa perintah mengulangi itu menunjukkan wajib. Sebab jika tidak wajib niscaya tidak diperintahkan Rasulullah Saw supaya diulangi.

b. Persyaratan Hewan Qurban

Tidak semua hewan dapat dijadikan qurban. Jenis hewan qurban yang dapat disembelih untuk ibadah qurban adalah dari jenis *Bahimatul*

Al An'aam yang hanya mencakup tiga binatang yaitu onta, sapi dan kambing. Selain menggunakan onta, sapi dan kambing, binatang lainnya yang dapat disembelih adalah domba dan kerbau. Domba (biri-biri) disamakan dengan kambing sedangkan kerbau disamakan dengan sapi. Satu ekor onta, sapi atau kerbau bisa digunakan untuk 7 orang, istilah lainnya sepertuju onta, sepertuju sapi atau sepertuju kerbau. Sedangkan satu ekor kambing atau domba hanya boleh dilakukan oleh satu orang, baik dengan cara membeli atau diambil dari hewan peliharaan.

Adapun lima syarat sah hewan qurban yang harus dipenuhi sesuai anjuran Rasulullah SAW

1. *Bahimatul An'am*

Artinya dari hewan yang ternakkan, bukan hewan liar hasil pemburuan. *“dan bagi tiap-tiap umat telah kami syariatkan penyembelihan (qurban), supaya mereka menyebut nama Allah terhadap binatang yang telah direzekikan Allah kepada mereka...”* (QS. Al Haj : 34).

2. Status kepemilikan hewan

Setelah mengetahui syarat hewan qurban dari jenis hewan yang diperbolehkan, syarat selanjutnya adalah mengenai status kepemilikan/proses mendapatkan hewan tersebut. Hewan yang memenuhi syariat adalah hewan yang diperoleh secara halal dan dimiliki dengan akad yang halal. Jadi bukan merupakan hewan

curian atau hewan yang dimiliki dengan uang yang haram, seperti riba misalnya, hal ini sesuai dengan sabda Nabi Muhammad SAW.

“Sesungguhnya Allah itu Maha Baik, dan tidak menerima kecuali yang baik...” (HR. Muslim),

3. Kondisi fisik dan kesehatan hewan

Syarat hewan qurban yang sesuai syarat selanjutnya adalah kondisi kesehatan hewan. Hewan yang sah untuk berqurban adalah hewan yang tidak cacat ada 4 cacat yang menyebabkan hewan tidak sah untuk dijadikan hewan qurban, diantaranya adalah salah satu matanya ada yang buta dan itu jelas diketahui butanya, hewan tersebut sakit dan diketahui secara jelas bahwa hewan itu sakit, hewan yang pincang dan secara jelas diketahui bahwa hewan itu pincang dan keempat adalah hewan yang sangat kb urus sampai tidak punya sumsum tulang.

4. Umur hewan qurban

Ada kriteria umur hewan qurban yang akan digunakan untuk berqurban. Berikut ini usia minimal hewan yang sah untuk dijadikan hewan qurban.

Tabel 2.1
Umur Minimal Hewan untuk Qurban

No	Jenis Hewan	Umur Minimal
1	Unta	5 Tahun
2	Sapi	2 Tahun

3	Kambing Jawa	1 Tahun
4	Domba	6 Bulan (Domba jadza'ah

Sumber : Syahrul Mumti', III/410 dalam Ammi Nur Baits (2008)

Dari Jabir radhiyallahu 'anhu, ia berkata, Rasulullah shallahu 'alaihi wa sallam bersabda, "*janganlah kalian menyembelih kecuali musinah. Kecuali jika terasa sulit bagi kalian, maka sembelihlah jadza'ah dari domba.*" Diriwayatkan oleh Imam Muslim (HR. Muslim).

Musinah dari kambing adalah yang telah berusia satu tahun (masuk tahun kedua) sedangkan musinah dari sapi adalah yang telah berusia dua tahun (masuk tahun ketiga). Sedangkan unta adalah yang telah genap lima tahun (masuk tahun keenam) inilah pendapat yang masyhur dikalangan fuqoha, *Jadza'ah* adalah domba yang telah berusia enam bulan hingga satu tahun.

c. Qurban Urunan/Patungan

Qurban bisa dilaksanakan dengan cara rombongan maupun individu. Hal tersebut bisa menyesuaikan dengan keadaan ekonomi masing-masing. Namun, untuk melakukannya ada batas maksimal jumlah peserta dalam satu rombongan, jika berqurban unta maka dalam satu rombongan maksimal 10 orang. Sementara, berqurban dengan sapi maksimal dalam satu rombongan ada 7 orang. Bagi yang ingin berqurban dengan kambing maka hanya boleh dilakukan oleh individu atau tidak boleh rombongan.

Rasulullah SAW pernah memerintahkan tujuh sahabatnya, supaya dari masing-masing mereka mengeluarkan satu dirham, untuk membeli seekor hewan qurban. Sahabat berkata , “wahai Rasulullah, sungguh mahal bagi kami.

Nabi bersabda, *“Sesungguhnya qurban yang paling utama adalah yang paling mahal dan paling gemuk.”* Lalu, Rasulullah memerintahkan menyembelih hewan tersebut. Satu orang memegang kakinya, seorang lagi mengambil kakinya, seorang lagi memegang tangannya, seorang lagi memegang tangannya, satu lagi memegang tanduknya, yang lain memegang tanduknya, kemudia seorang lagi menyembelihnya, lalu mereka bertakbir bersama-sama (HR. Ahmad)

d. Penyembelihan Hewan Qurban

Waktu penyembelihan hewan qurban disyaratkan tidak di sembelih sebelum shalat Ied adha . sesudah itu boleh menyembelihnya di hari mana saja termasuk hari-hari tasyriq, baik malam ataupun siang. Setelah tiga hari tersebut tidak ada lagi waktu penyembelihan hewan qurban. Dengan demikian, waktu untuk menyembeli hewan qurban adalah 4 hari, yaitu pada hari Ied setelah selesai shalat Ied, dan tiga hari setelahnya. Oleh karena itu barang siapa berqurban sebelum shalat ied atau setelah matahari terbenam pada tanggal 13 Dzulhijjah, maka qurbannya tidak sah. Namun jika penyembelihan hewan qurban dilakukan diluar waktunya karena suatu sebab, maka tidak apa-apa. Misalnya hewan yang hendak dijadikan qurban hilang dari kandannya,

tanpa ada unsur keteledoran dari Shahibul Qurban, dan ternyata hewan tersebut baru ditemukan setelah habisnya waktu penyembelihan qurban.

Tempat yang disunnah untuk menyembelih qurban adalah tanah lapangan tempat shalat Ied diselenggarakan. Terutama bagi tokoh masyarakat, dianjurkan untuk menyembelih qurbannya dilapangan dalam rangka memberitahukan pada kaum muslimin bahwa qurban sudah boleh dilakukan dan sekaligus mengejarkan tatacara qurban yang baik.

Dalam hal siapa yang menjadi penyembelih, disunnahkan orang yang menyembelih adalah yang berqurban, jika dia memiliki keahlian. Namun, bagi yang tidak ada keahlian menyembelih dianjurkan untuk menyaksikan penyembelihan hewan qurbannya. Selain itu, penyembelihan hewan qurban ini pun dapat diwakilkan meskipun Shahibul Qurban mampu menyembelihnya sendiri.

e. Pemanfaatan Hasil Sebelum Qurban

Berkenaan dengan upah bagi si penyembelih apabila Shahibul Qurban mewailkan penyembelihannya kepada orang lain, maka tidak diperbolehkan memberikan upah dengan mengambil dari daging qurban, sebab daging qurban adalah harta yang dipersembahkan dari dan untuk kaum muslimin. Namun, penyembelih dibolehkan diberikan sedekah darinya, dan tidak dinamakan upah. Sedangkan upahnya diambil dari sumber dana yang lain.¹⁰

¹⁰Syukir A. *qurban antara syariat dan haqiqi*. (November 2015) dari <http://asmunisyukir.wordpress.com/hakikat/qurban-antara-syariat-dan-haqiqi>

Sementara itu berkaitan, berkaitan dengan upah atau jatah panitia qurban ini tidak diperbolehkan diambil dari hasil sembelihan qurban. Perlu dipahami bahwa status panitia qurban maupun jagal dalam pengurusan hewan qurban adalah sebagai wakil dari Shahibul Qurban dan bukan amil. Karena statusnya hanya sebagai wakil, maka panitia qurban tidak diperkenankan mengambil bagian dari hewan qurban sebagai ganti dari jasa dalam mengurus hewan qurban.

Berkaitan dengan pembagian daging qurban, daging hasil sembelihan qurban pada dasarnya adalah untuk disedekahkan, tetapi Shahibul Qurban pun berhak mendapatkannya dan memakannya, lalu dibagikan untuk orang-orang miskin dan faqir, mereka adalah pihak yang lebih utama untuk mendapatkannya.

f. Konsumen Hewan Qurban

Kembali dipertegas bahwa konsumen hewan qurban adalah komunitas muslim yang memiliki religiusitas dan daya beli. Tingkat religiusitas adalah ukuran kemampuan seseorang dalam menerapkan dan menginternalisasikan nilai-nilai keagamaan menjadi sikap dan perilaku. (Glock and Stark, 1970). Konsep religiusitas dalam pandangan Islam dijabarkan menjadi dimensi Iman, iman, ihsan, ilmu dan amal (Ancok dan Suroso, 1994 dan Rizky, 2014).

Lebih lanjut diuraikan bahwa dimensi iman menunjuk pada seberapa kuat keyakinan seorang muslim terhadap kebenaran ajaran agamanya, mencakup keyakinan terhadap Allah, malaikat, kitab suci,

nabi, hari akhir serta *qadha* dan *qadar*. Dimensi Islam mencakup keseringan atau intensitas dalam pelaksanaan ibadah seperti shalat, puasa, haji, zakat, termasuk ibadah qurban. Dimensi ihsan terkait dengan pengalaman atau persepsi seseorang saat melakukan ibadah, semisal perasaan dekat dengan Allah saat melakukan ibadah qurban. Dimensi ilmu merujuk kepada pengetahuan seseorang terhadap ajaran agama termasuk ibadah qurban. Dimensi amal menyangkut sejauh mana dimensi sebelumnya mempengaruhi sikap dan perilaku sehari-hari.

g. Shahibul Qurban dan Sumber Pengadaan Hewan Qurban

1) Shahibul Qurban

Shahibul qurban merupakan seseorang yang melakukan kegiatan ibadah dengan menyembeli hewan qurban yang mengatasnamakan diri sendiri, anak, istri atau orang tua serta keluarga, dimana mereka memiliki kekayaan untuk membeli hewan qurban. Pembelian hewan qurban pun baru bisa dilakukan apabila seseorang telah menyelesaikan kewajiban nafkah terhadap keluarganya.¹¹

a) Syarat yang di syariatkan bagi orang yang berqurban

- (1) Seorang Muslim/Muslimah
- (2) Usia baligh, baligh ada tiga tanda yaitu :
- (3) Mampu, maksudnya bahwa orang yang akan berqurban memiliki materi senilai harga hewan qurban di luar nafkah

¹¹ <https://muslim.or.id/1597-panduan-ibadah-qurban-bagian-2.html>

untuk dirinya dan orang-orang yang wajib dia beri nafkah selama hari raya idhul ‘adha dan hari-hari tasyriq

(4) Berakal

Maka orang gila tidak diminta untuk melakukan qurban, akan tetapi sunnah bagi walinya untuk berqurban atas nama orang gila tersebut atau diambilkan dari harta orang gila tersebut jika walinya adalah ayah atau kakeknya.

(5) Rosyid

Bukan orang yang *Majhur Alaih* (orang yang tidak diperkenankan bertransaksi dengan hartanya baik karena tidak sempurna akalnya atau karena pelit, terlilit hutang, hingga semua hartanya pun tidak akan cukup untuk membayar hutangnya.

2) Sumber Pengadaan

Pahala qurban seekor kambing dapat mencakup sebuah keluarga dan ditambah dengan muslim lain yang dihendaki dari luar keluarga, sebagaimana diungkap dalam Hadist ‘Aisyah ra. Yang diriwayatkan Muslim, sesungguhnya Nabi Saw memerintahkan agar dibawakan kambing *kibasy* bertanduk, bulu kakinya berwarna hitam, bulu di sekitar mata serta di kanan kiri lambung juga berwarna hitam. Kambing tersebut akan beliau

jadikan sebagai hewan qurban. Kemudian Nabi bersabda kepada ‘Aisyah:¹²

“*wahai ‘Aisyah, ambilkan pisau besar!*” setelah pisau itu dibawakan, Nabi mengambilya dan membaringkan kibasy lalu bersiap untuk menyembelihnya. Kemudian beliau berkata , “*Dengan nama Allah, wahai Allah terimalah dari Muhammad, keluarga Muhammad dan Ummat Muhammad*”. Kemudian beliau menyembelinya.

Hadist ini menegaskan bahwa berqurban seekor kambing pahalanya mencakup seluruh anggota keluarga meskipun jumlahnya banyak atau bahkan yang sudah meinggal dunia. Oleh karena itu, tidak selayaknya seseorang mengkhususkan qurban untuk salah satu anggota keluarganya tertentu. Bahkan Nabi Saw untuk seluruh dirinya dan seluruh ummatnya. Dengan demikian, jika seorang Muslim berqurban dengan satu ekor kambing atau domba atau sepertijuh ekor sapi atau unta, maka pahalanya untuk seluruh dirinya dan seluruh ummatnya. Dengan demikian jika seorang Muslim berqurban dengan satu ekor kambing jika seorang muslim berqurban dengan satu ekor kambing atau domba atau sepertijuh ekor sapi atau unta, maka pahalanya adalah untuk seluruh anggota keluarga orang tersebut.

Sumber pengadaan satu ekor kambing atau domba untuk berqurban hanya boleh berasal dari satu orang, baik dengan cara membeli maupun diambil dari hewan peliharaannya, dan pahalanya mencakup

¹² Ibid hal.45

seluruh keluarga orang tersebut. Begitu pula dengan seekor sapi atau unta. Sumber pengadaanya hanya boleh berasal dari maksimal tujuh orang dan pahalanya mencakup keluarga ketujuh orang yang bersangkutan.

Berkaitan dengan berqurban untuk orang yang sudah meninggal, terdapat tiga hal yang harus diperhatikan. Pertama orang yang meninggal bukan sebagai sasaran utama qurban, namun statusnya mengikuti qurban keluarganya yang masih hidup. Kedua, berqurban khusus untuk yang telah meninggal tanpa ada wasiat dari orang yang telah meninggal tersebut, ulama Mazhab Hambali menganggap ini sebagai suatu hal yang baik dan pahalanya bisa sampai kepada mayit. Ketiga, berqurban khusus untuk orang yang meninggal karena orang yang sudah meninggal tersebut pernah mewasiatkan agar keluarganya berqurban untuk dirinya jika dia meninggal. Berqurban untuk orang yang sudah meninggal tersebut dalam kasus ini diperbolehkan jika dalam rangka menunaikan wasiatnya.

h. Cara membagi Daging Qurban

Jika qurban wajib karena nadzar. Maka semua dari daging qurban harus dibagikan, dan diantara mereka yang menerima harus ada fakir miskinnya dan tidak harus semuanya fakir miskin. Jika orang yang berqurban atau orang yang wajib dinafkahinya ikut makan, maka wajib baginya untuk menggantinya sesuai dengan yang dimakannya.

Adapun jika qurban sunnah maka, tidak diisyaratkan sesuatu apapun dalam bagiannya, asalkan ada bagian untuk orang fakir miskin, seberapa bagian tersebut. Dan dianjurkan untuk bisa membagi menjadi 3 bagian. 1/3 untuk dihidangkan tamu, 1/3 untuk dibagikan kepada fakir miskin, 1/3 keluarga. Pembagian seperti ini tidaklah harus, semakin banyak yang dikeluarkan maka semakin banyak pahalanya.¹³

Disebutkan dalam hadist :

Artinya : “Makanlah, hidangkanlah dan simpanlah untuk keluargamu”. (HR. Muslim)

Artinya : “Makanlah dan simpanlah untuk keluargamu, dan sedekahkanlah”. (HR. Muslim).

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Shahibul Qurban

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi *shahibul qurban* yaitu :

a. Kualitas Pelayan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara

¹³ Mulyana Abdullah *Jurnal Pendidikan Agama Islam-ta'lim* Vol 14. No.1

membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya banyak definisi dan makna.

b. Harga

Strategi pemasaran merupakan salah satu komponen penting dalam pengendalian perusahaan. Unsur harga menjadi isu yang relevan diantara berbagai unsur dalam strategi pemasaran, bila diakitkan dalam kondisi ekonomi nasional yang sedang menghadapi krisis saat ini. Dengan kata lain faktor harga menjadi salah satu masalah utama yang harus dipertimbangkan oleh marketer (Verina 2001).

Menurut Kotler harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang memberikan pemasukan bagi pemasaran, sedangkan elemen-elemen lainnya (produk, distribusi, dan promosi) justru membutuhkan dana besar. Harga bukan hanya angka-angka di label harga. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Menurut Porter, ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri, yaitu:

- 1) Persaingan industri yang bersangkutan
- 2) Produk substitusi
- 3) Pemasok
- 4) Pelanggan
- 5) Ancaman pendatang baru

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran berhak menentukan harga pokoknya. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga tersebut antara lain biaya, keuntungan, persaingan, dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut pula penetapan jumlah potongan, *mark-up*, *mark downn*, dan sebayanya (Kotler, 1997)

Terdapat tiga faktor produk yang menentukan batas-batas harga antara lain adalah :

- 1) Biaya produk, yang menentukan harga dasar atau harga minimum. Meskipun harga bisa ditetapkan lebih rendah daripada harga dasar (setidaknya dalam jangka pendek), namun pada umumnya hanya ada segelintir perusahaan yang sanggup melakukan untuk jangka waktu

panjang. Tak banyak perusahaan yang bersedia rugi terus menerus, apalagi kalau jenis produk yang dihasilkan hanya sedikit. Pengecualian terjadi apabila perusahaan mendapat subsidi dari pemerintah untuk memasok produk –produk strategis, fasilitas umum, layanan sosial, dan sejenisnya (Djaslim, 1999)

- 2) Harga produk setara buatan pesaing yang menentukan harga maksimum atau batas atas. Perdagangan internasional dan kompetisi global hampir selalu menekan harga perusahaan domestik.
- 3) Harga optimum yang merupakan fungsi permintaan akan produk yang ditentukan oleh kemauan dan kemampuan pelanggan untuk membeli. Harga optimum berkisar antara batas atas dan batas bawah harga setiap produk (Djaslim, 1999)

Kotler dan Amstrong (1997) berpendapat bahwa ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga, yakni faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Faktor internal perusahaan mencakup tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor lingkungan eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan unsur-unsur lingkungan lainnya. Sejalan dengan teori Kotler dan Amstrong tersebut, Harper W. Boyd, Jr. Dan Orville C. Walker, Jr. (1982) mengajukan suatu model pengambilan keputusan secara bertahap untuk penetapan harga dengan mempertimbangkan berbagai faktor internal perusahaan dan lingkungan eksternal.

c. Transparansi

Transparansi adalah kejujuran dan keterbukaan sehingga tersusun akuntabilitas yang pada umumnya dianggap sebagai dua pilar utama tata kelola perusahaan yang baik. Implikasi dari transparansi adalah bahwa semua tindakan organisasi harus cukup teliti untuk mendapatkan pengawasan publik.

Transparansi juga dapat diartikan sebagai keterbukaan informasi, baik dalam proses pengambilan keputusan maupun dalam mengungkapkan informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Prinsip transparansi harus menyediakan informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat, dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh pemangku kepentingan sesuai dengan haknya. Informasi perusahaan bukan hanya sekedar visi dan misi melainkan juga strategi perusahaan, kondisi keuangan, susunan pengurus, pemegang saham pengendali, kepemilikan saham, sistem manajemen resiko, sistem pengawasan, dan pengendalian internal, sistem dan pelaksanaan GCG serta tingkat kepatuhannya, dan kejadian penting yang dapat mempengaruhi kondisi perusahaan.

4. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Menurut Mowen dan Minor menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang inti pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide. Sedangkan Solomon berpendapat bahwa perilaku konsumen mempelajari

mengenai segala hal tentang bagaimana proses yang terjadi pada saat konsumen memilih, membeli, menggunakan, atau membuang suatu produk jasa, ide, ataupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri.

5. Faktor-Faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, menurut Kotler dan Armstrong, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologi, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut adalah¹⁴

1) Faktor Budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, kita akan membahas peranan yang dimainkan oleh kultur, subkultur, dan kelas sosial membeli.

a) Budaya

Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang. Budaya merupakan kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

b) Sub Budaya

Setiap budaya terdiri dari beberapa sub budaya yang lebih kecil, atau kelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi. Sub budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis, banyak sub budaya membentuk

¹⁴ Thamrin Abdullah dan Franci Tantri, *Manajemen Pemasaran PT Raja Grafindo*.(Depok:2012) hlm 113

segmen pasar penting, dan pemasar sering kali merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

c) Kelas sosial

Hampir setiap masyarakat mempunyai semacam bentuk setruktur kelas sosial. Kelas sosial adalah devisi masyarakat yang relative permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan tingkah laku yang serupa.

2) Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan (kelompok referensi), serta peran dan status sosial.

a) Kelompok Acuan

Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku konsumen tersebut yang meliputi : keluarga, rekan kerja, teman dekat, teman sekumunitas, kelompok keagamaan, tetangga dan sebagainya.

b) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pemelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi acuan primer yang paling berpengaruh, disebabkan keluarga merupakan kumpulan orang-orang terdekat konsumen tersebut.

c) Peran dan Status

Konsumen berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya misalnya keluarga, klub, organisasi, kedudukan konsumen, dan kelompok tersebut ditentukan berdasarkan peran dan statusnya. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh pelanggan. Masing-masing peran mengharapkan status konsumen orang memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat.

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus, hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

a) Usia dan tahap siklus hidup

Konsumen mengkonsumsi produk yang berbeda-beda sepanjang hidupnya, konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga. Perusahaan sering memilih kelompok-kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka, namun, rumah tangga yang menjadi sasaran tidak selalu berdasarkan konsep atas keluarganya.

b) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Jenis pekerjaan sangat mempengaruhi pola kebutuhan, semakin baik jenis pekerjaan konsumen, maka tingkat kebutuhan dan keinginannya akan semakin besar. Lingkungan ekonomi juga berpengaruh terhadap perilaku

terhadap perilaku konsumen hal ini berkaitan dengan penghasilan, semakin besar penghasilan maka akan semakin besar pula kebutuhan.

c) Gaya hidup

Konsumen yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan adalah pola seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, konsumen yang berinteraksi dengan lingkungannya, perusahaan mencari hubungan antara produk mereka dan kelompok gaya hidup meteknya ke gaya hidup orang yang berprestasi.

d) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

4) Faktor psikologis

Dalam perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa bagian psikologis seorang manusia meliputi:

- a) Motivasi atau dorongan, merupakan dorongan dari diri sendiri untuk melakukan sebuah aktivitas. Dalam hal ini adalah dorongan untuk melakukan pembelian.
- b) Persepsi, merupakan proses yang digunakan seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

- c) Pembelajaran, meliputi perubahan perilaku yang terjadi pada diri seseorang yang didasarkan pada pengalaman..
- d) Keyakinan dan sikap, keyakinan merupakan gambbbbaran pemikikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal. Sedangkan sikap merupakan evaluasi, perasaan, emosional, dan kecendrungan tindakan yang menguntungkan atau merugikan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan`

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Nanda Alisa	Pengaruh Promosi Produk Tabungan Qurban Terhadap Minat Berqurban Di Nurul Fikri Zakat Center Kota Palangkaraya	Menunjukkan bahwa promosi produk Tabungan qurban memiliki hubungan yang cukup kuat dengan minat berqurban. Hal ini berdasarkan hasil koefesien korelasi <i>product moment</i> yaitu sebesar 0,436. Diperoleh pula nilai sig. 0,016 yang artinya tterdapat hubungan yang signifikan	sama-sama membahas tentang qurban serta mengambil metode penelitian Kuantitatif	Pada Penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu yang dapat disimpulkan bahwa penelitian terdahulu meneliti di Nurul Fikri Zakat center kota Palangkaraya dengan

					variabel utama adalah promosi
2	Muhammad Basir Play,	Faktor Penentu Kepuasan Konsumen Hewan Qurban/UIN-Alauddin	Membuktikan bahwa hasil analisis faktor yang didapatkan memiliki ketepatan dalam setimasi, tidak bias, dan konsisten. Sehubungan dengan itu ada 2 uji asumsi yang harus dilakukan yaitu uji Kaiser Mayer Olkin (KMO), dan uji Barlet. Uji KMO untuk membuktikan apakah jumlah sampel yang digunakan cukup memenuhi syarat atau tidak. Sedangkan uji barlet bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang signifikan antar	Sama-sama membahas tentang qurban dengan memiliki salah satu variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan yang sama-sama menggunakan metode Kuantitatif	perbedaan yang terdapat pada penelitian terdahulu ialah terdapat perbedaan pada lokasi penelitian selain dari pada itu terhadap perbedaan pada variabel yang digunakan yaitu menggunakan variabel persyaratan syariah

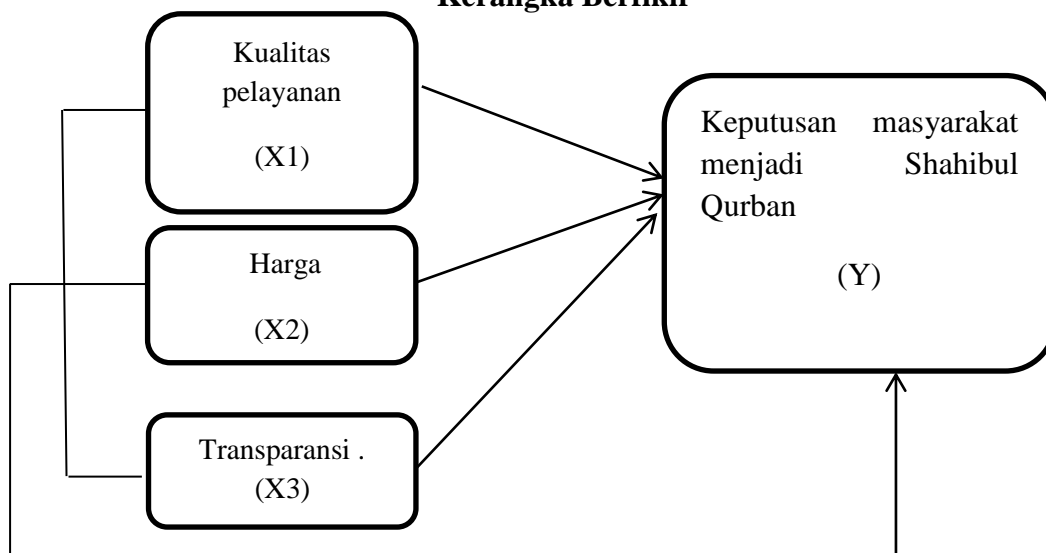
¹⁵ Nanda Alisha. *Pengaruh Promosi Produk Tabungan Qurban Terhadap Minat Berqurban*. (Pekalongan:2017) Skripsi Institut Agama Islam Negeri Fakultas Ekonomi dan Bisnis

			<p>variabel independen yang digunakan dalam analisis faktor. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen hewan qurban bukan hanya terletak pada persyaratan syariat, tetapi juga mensyaratkan kualitas layanan sebagaimana halnya dalam pemasaran barang dan jasa secara umum</p>		
--	--	--	---	--	--

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan sebuah model atau juga gambaran yang berupa konsep yang di dalamnya itu menjelaskan mengenai suatu hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. berikut adalah kerangka berfikir dalam penelitian ini.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

Hipotesis penelitian pernyataan yang dibuat oleh para peneliti ketika mereka berspekulasi pada hasil penelitian atau eksperimen. Setiap desain eksperimental yang benar harus memiliki pernyataan ini sebagai inti dari strukturnya, sebagai tujuan akhir dari setiap eksperimen.

Berdasarkan kerangka berfikir diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₀ :Tidak terdapat pengaruh antara variabel Kualitas pelayanan, ketetapan harga, dan kualitas barang terhadap keputusan masyarakat menjadi Shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara

Ha :Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas pelayanan, ketetapan harga, dan kualitas barang terhadap keputusan masyarakat menjadi Shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumatera Utara