

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Uraian Teoritis

2.1.1. Zakat

a. Pengertian Zakat

Pengertian Zakat Negara Indonesia ialah negara muslim yang mempunyai potensi zakat terbanyak di dunia. Hal tersebut bisa dipakai dalam membayarkan zakat yang formal menjadikan salah satu solusinya agar dapat mengurangi kemiskinan. Pada tahun 2015 pembayaran zakat hanya dapat dilakukan oleh masyarakat secara informal dengan perkiraan potensi zakat nasional ini menyentuh Rp 286 triliun atau 2,4% dari PDB tahun itu.

Dalam menunaikan zakat secara formal yang artinya ialah bahwa semua orang yang membayar zakat (muzakki) membayarkan zakatnya kepada lembaga amal zakat (LAZ) dan kemudian dikumpulkan untuk pendapatan negara. Sedangkan pembayan zakat yang tidak formal merupakan pembayaran yang dilaksanakan kepada yang tidak termasuk lembaga resmi misalnya di masjid-masjid dan bisa langsung kepada mustahiknya. Ada delapan golongan asnaf yang bisa menerima zakat, ialah “miskin, orang fakir dan amil, gharim (orang yang memiliki hutang), Ibnu Sabil, Riqab (orang yang memerdekakan budak), “Fisabilillah (orang yang berjihad di jalan Allah SWT) serta mualaf (orang yang baru masuk islam)”.

Dalam penyaluran zakat secara non formal dirasa kurang efektif karena dalam pembagian zakatnya tidak merata, karena golongan fakir miskin adalah golongan yang sering mendapatkan zakat. Hal ini dikarenakan oleh masyarakat yang hanya membayar zakat kepada golongan yang mereka ketahui saja dan mustahiq juga tidak memiliki data orang-orang yang wajib mendapatkan zakat serta tidak mengetahui golongan lainnya yang wajib mendapatkan zakat selain fakir dan miskin.

Berbeda jika pembayaran zakat dilaksanakan secara formal maka pendapatan zakat di kumpulkan menjadi satu di lembaga amil zakat seperti BAZNAS ataupun LAZ dan setelah itu akan disalurkan kepada masyarakat yang wajib menerimanya (Eri Yanti Nasution, 2017) Zakat secara bahasa berarti bertambah (zidayah) dan tumbuh (nummuw).

Apabila diucapkan, “zaka al-zar” artinya ialah tanaman yang tumbuh serta bertambah serta apabila diucapkan “zakat al-nafaqah”, artinya nafkah bertumbuh serta bertambah bila diberkati. Sedangkan zakat menurut syara’ yang berarti “Hak yang wajib dikeluarkan dari harta, dan zakat dari segi istilah fiqih yaitu sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya.

Jumlah yang dikeluarkan dari kekayaan itu disebut zakat karena yang dikeluarkan itu memuntuk lebih berarti, menambah banyak dan melindungi kekayaan itu dari kebinasaan” (Riswan Rambe, 2016). Zakat merupakan rukun Islam yang ketiga serta Allah SWT mengharuskan kepada hamba- Nya untuk menunaikan zakat. Zakat dapat mensterilkan pemiliknya dari dosa serta membuktikan kebenaran imanya, ialah triknya dengan membagikan sebagian harta yang sudah menggapai nishab dalam waktu satu tahun kepada orang yang berhak mendapatkannya (Indri Kartika, 2020).

Zakat ialah salah satu metode untuk mewujudkan keseimbangan keadilan sosial di dunia dengan metode tolong- menolong yang kaya berikan dorongan kepada yang miskin, yang kokoh berikan pertolongan yang lemah. Zakat ialah dasar prinsipil untuk menegakkan struktur sosial Islam, dan merupakan perintah Allah SWT yang wajib dilaksanakan. Dengan demikian, Allah SWT menetapkan adanya rukun Islam yang ialah kewajiban serta wajib dipatuhi oleh tiap manusia. Pada hakikatnya kelima rukun Islam ialah fasilitas pembersih serta penyuci untuk manusia.

Dilihat dari sisi orang yang mengeluarkan zakat, Allah SWT hendak mengampuni dosa-dosanya, mendapatkan kesucian diri dari hartanya, mendapat keberkahan serta rahmat dari Allah SWT, serta pula hartanya hendak tetap berkembang serta tumbuh jadi lebih banyak, serta harta yang dipunyai senantiasa bersih serta Dijauhkan dari bermacam berbagai kerugian (Moh Syaifullah Al Azis S, 2005).

Dapat disimpulkan bahwa zakat adalah sebuah kewajiban untuk mengeluarkan sebagian harta ataupun kekayaannya bagi umat islam yang sudah ditentukan menurut syariat islam dan akan di berikan kepada mereka yang memenuhi syarat dari delapan golongan orang-orang yang berhak menerima zakat, serta harta yang di kelurkan zakatnya juga harus memenuhi standar wajib zakat yang sudah ada.

b. Dasar Hukum Zakat

Menurut Muhammad Ali (2013) Hukum zakat adalah wajib, maksudnya setiap orang berkewajiban untuk dirinya sendiri serta tidak bisa dibebankan kepada orang lain, meski dalam penerapannya bisa diwakilkan kepada orang lain. Ada banyak ayat Al- Qur' an yang menarangkan tentang zakat, perintah tersebut beriringan dengan perintah melakukan shalat. Sehingga bisa disimpulkan kalau zakat ialah rukun Islam terutama sehabis shalat. Zakat serta shalat tidak bisa dipisahkan, sehingga umat muslim tidak diterima shalatnya apabila tidak menunaikan zakatnya (Ja'far2005).

1) Al-Qur'an

Kewajiban membayar zakat ini banyak disebutkan dalam Al-Qur'an diantaranya terdapat pada surat di QS. Al-Baqarah; 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya : “Tegakkanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk.

QS. Al-Baqarah; 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْنِصُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.”(QS. Al-Baqarah; 267).

2) Hadist

Hadits dari Ibnu Abbas r.a.

أَدْعُهُمْ إِلَى شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنِّي رَسُولُ اللَّهِ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ، فَأَعْلَمُهُمْ أَنَّ اللَّهَ تَعَالَى افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي كُلِّ يَوْمٍ وَلَيْلَةٍ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ فَأَعْلَمُهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً تُؤْخَذُ مِنْ أَغْنِيَائِهِمْ، وَتُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِمْ مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ

Artinya : “Ajaklah mereka untuk bersaksi bahwa tiada tuhan selain Allah dn bahwa aku adalah utusan Allah. Apabila mereka mau menuruti ajakanmu itu, maka beritahukanlah kepada mereka bahwa Allah SWT mewajibkan mereka sholat lima kali sehari semalam. Apabila mereka telah menaatinya, maka beritahukan kepada mereka bahwa Allah mewajibkan mereka zakat yang dipungut dari orang-orang kaya di antara mereka, dan diberikan kepada orang-orang yang miskin di antara mereka." (HR Bukhari dan Muslim).

3) Undang-undang Republik Indonesia

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang “Pengelolaan zakat. Pengelolaan zakat yaitu kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat yang bertujuan untuk usaha produktif dalam rangka penanganan fakir miskin dan peningkatan kualitas umat”. Maka dari itu zakat iala berhukum wajib.

Dari penjelasan diatas zakat tidak hanya sebagai perwujudan keimanan kepada Allah SWT melainkan juga sebagai perwujudan solidaritas sosial, pemersatu umat, rasa peduli orang kaya kepada orang miskin, serta mewujudkan masyarakat yang damai, harmonis dan sejahtera (Hikmat Kurnia dan Ade Hidayat, 2008). Zakat yakni ibadah dalam harta yang sebagaimana memiliki hikmah dan khasiat yang begitu besar serta mulia, baik yang berkaitan dengan orang yang berzakat (muzakki) maupun penerimanya (mustahik) diantara hikmahnya merupakan:

- a) Selaku perwujudan iman kepada Allah SWT.
- b) Zakat ialah hak mustahik, sehingga zakat berperan menolong membantu serta membina mereka, paling utama untuk fakir miskin serta 8 kalangan asnaf untuk mengarah kearah kehidupan yang lebih baik.
- c) Selaku pilar amal bersama antara orang- orang kaya yang berkecukupan hidupnya serta para mujtahid yang segala waktunya digunakan untuk berjihad dijalan Allah SWT.
- d) Selaku salah satu sumber dana untuk pembangunan fasilitas ataupun prasarana yang wajib dipunyai oleh umat Islam.
- e) Untuk memasyarakatkan etika bisnis yang benar, sebab harta itu bukan cuma mensterilkan harta yang kotor, hendak namun menghasilkan bagian hak orang lain dari harta kita.
- f) Dari sisi pembangunan kesejahteraan umat, zakat ialah salah satu dari instrumen pemerataan pemasukan (Riswan Rambe, 2016).

d. Rukun dan Syarat Zakat

Rukun dari zakat adalah mengeluarkan sebagian dari harta yang sudah mencapai nisab dengan melepaskan kepemilikan terhadapnya, menjadikannya sebagai milik orang yang berhak menerima dan menyerahkan kepadanya ataupun harta tersebut diserahkan kepada wakilnya, yaitu imam atau orang yang bertugas untuk memungut zakat. Menurut Widyarini dan Wahyu Yuliana (2019) syarat wajib zakat diantaranya:

1. Islam, tidak diwajibkan zakat atas orang-orang kafir sesuai dengan kesepakatan para ulama ('ijma'). Karena ibadah yang suci dari orang kafir tidak termasuk kategori orang yang suci selama berada di dalam kekafirannya.
2. Merdeka, tidak terdapat kewajiban zakat pada harta seseorang budak sampai dia dimerdekakan.
3. Baligh dan berakal
4. Harta yang dikeluarkan adalah harta yang wajib dizakati (sudah mencapai nisob).
5. Harta yang sudah menjadi kepemilikannya secara penuh.
6. Kepemilikan harta telah mencapai satu tahun, menurut hitungan tahun qamariyah.
7. Harta tersebut bukan merupakan hasil hutang.
8. Harta yang akan dizakati melebihi kebutuhan pokok.

2.1.2. Pegetahuan Muzakki

a. Pengertian Pengetahuan muzakki

Istilah pengetahuan dalam Islam dengan Al-ilmu yang mempunyai dua pengertian, pertama pengetahuan yang berasal dari wahyu Allah untuk mengenal Nya dan kedua, pengetahuan yang diperoleh oleh manusia itu sendiri naik melalui Pembelajaran

mencakupi perubahan perilaku yang timbul berdasarkan pengalaman. Sebagian besar dari perilaku seseorang ditentukan melalui proses pembelajaran dimana pembelajaran akan menjadi sebuah pengetahuan yang akan berpengaruh terhadap perilaku seseorang termasuk perilaku para muzakki.

(Zulfahmi, 2018).

Pengetahuan zakat adalah sebagai ajaran islam dalam konteks ibadah ke Tuhan-an (ilahiyah) merupakan perintah tetap dan bersejarah namun dalam konteks kemanusiaan (muamalah), zakat dipandang sebagai fenomena pembebasan dan instrumen keadilan (Dwi sari Ningsih, 2019)

Pengetahuan zakat menurut Yulinda Isnaini (2018) adalah pengetahuan masyarakat tentang zakat, tujuan dan manfaat zakat, dampak yang akan diperoleh dari membayar zakat yang akan dilahirkan budaya berzakat masyarakat sebagai suatu kewajiban yang harus ditunaikan. Pengetahuan masyarakat tentang zakat, cara pandang masyarakat tentang sangat kental dengan nuansa fiqh harus ditambah dengan cara pandang yang memungkinkan zakat dapat diberdayakan. Cara pandang ekonomi dan sosial agaknya dapat ditambahkan dalam melihat kewajiban zakat.

Pengetahuan merupakan data yang sudah diproses serta diorganisasikan untuk mendapatkan pendidikan, uraian serta pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan ke dalam permasalahan ataupun proses bisnis tertentu. Pengetahuan zakat merupakan pengetahuan warga tentang zakat, tujuan serta khasiat zakat, akibat yang hendak diperoleh dari membayar zakat yang hendak melahirkan budaya berzakat warga selaku sesuatu kewajiban yang wajib ditunaikan. Pengetahuan warga tentang zakat, metode pemikiran warga tentang sangat kental dengan nuansa fiqh wajib

ditambah dengan metode pandang yang membolehkan zakat bisa dibudidayakan (Zulfadli Hamzah, Izzatunnafsi Kurniawan, 2020).

Menurut Muhammad Yusuf dan Tubagus Ismail (2017) Pengetahuan pada hakikatnya merupakan segenap apa yang kita tahu tentang sesuatu objek tercantum ke dalamnya merupakan ilmu melaporkan kalau ada 2 metode yang pokok untuk manusia untuk memperoleh pengetahuan yang benar. Metode awal merupakan mendasarkan diri pada rasio, serta yang kedua secara simpel mendasarkan diri kepada pengalaman.

b. Faktor Pendorong Pengetahuan

Ada sebagian aspek pendorong pengetahuan antara lain, ialah:

- 1) Ketahui, dimaksud selaku mengingat sesuatu modul yang tadinya sudah dipelajari, tercantum kedalam pengetahuan tingkatan ini merupakan mengingat kembali suatu yang khusus dari segala bahan yang diterima serta dipelajari.
- 2) Menguasai, dimaksud selaku sesuatu keahlian untuk menarangkan secara secara benar tentang objek yang dikenal serta dapat mengintrepetasikan modul tersebut secara benar.
- 3) Pemahaman, dimana orang tersebut menyadari dalam makna mengenali terlebih dulu terhadap objek.
- 4) Aplikasi, dimaksud apabila orang yang sudah menguasai objek yang dimaksud bisa mengaplikasikan prinsip yang dikenal tersebut pada suasana yang lain (Teza Sintina, Dkk, 2019).

c. Dasar-dasar Pengetahuan

Menurut Bambang Kurniawan (2019) Beberapa hal yang menjadi dasar dari pengetahuan, diantaranya yaitu:

- 1) Pengalaman
- 2) Ingatan
- 3) Minat dan rasa ingin tahu
- 4) Pikiran dan penalaran
- 5) Logika
- 6) Bahasa.

d. Indikator Pengetahuan Tentang Zakat

Menurut Zulfadli Hamzah (2020) Terdapat beberapa indikator pengetahuan zakat, antara lain:

- 1) Mengetahui apa itu definisi zakat.
- 2) Memahami tentang hukum zakat.
- 3) Hikmah dan manfaat zakat.
- 4) Rukun zakat.
- 5) Syarat zakat.
- 6) Harta yang wajib di zakati.
- 7) Mustahiq Zakat.

2.1.3. Kepercayaan Muzakki

a. Pengertian Kepercayaan Muzakki

Dalam sistem pengelolaan zakat, kepercayaan masyarakat merupakan aspek vital bagi lembaga zakat. Perilaku masyarakat dalam membayar zakat sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat. Kurangnya kepercayaan menjadi salah satu kendala bagi masyarakat untuk menunaikan zakatnya melalui lembaga zakat akibatnya sebagian dari mereka memilih untuk memberikan zakatnya langsung kepada mustahik. (Nurul Inayah & Zahrotul Muanisah, 2018)

Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku pembayaran zakat sangat penting bagi lembaga pengelola zakat dalam rangka optimalisasi penghimpunan dana zakat. Kepercayaan adalah cara menilai kredibilitas pihak yang dipercayakan atas kemampuannya memenuhi tugas dan tanggung jawabnya.

Konsep kepercayaan di dalam Islam disebut juga dengan Amanah (dapat dipercaya). Sebagaimana firman Allah dalam Q.S An-Nisa ayat 58 yang berbunyi :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝ ﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.

Menurut kandungan ayat tersebut, amanah adalah sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain untuk dipelihara atau dikembalikan bila diminta oleh pemiliknya. Lawan kata dari amanah adalah khianat. Kata kepercayaan didalam ayat al-Qur'an, bercampur dengan beberapa ayat

yang berhubungan dengan keimanan. Lebih lanjut lagi, terdapat beberapa ayat al-Qur'an yang mengaitkan kepercayaan dengan keimanan dan kemunafikan. Al-Qur'an sangat sarat dengan ajaran kepercayaan (spirit of trust), yaitu semangat yang bisa menumbuhkan kepercayaan meliputi tuntunan untuk beraksi, yang dimulai dari pergeseran memandang, berbicara, berperilaku, dan bekerja.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2022) kepercayaan adalah 'Percaya' menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah mengakui atau yakin bahwa sesuatu memang benar atau nyata. Mendapat imbuhan ke-an, bermakna anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata. *Trust* (kepercayaan) berarti saling percaya antara sesama.

Kepercayaan muzakki mendapatkan perhatian yang cukup besar dari para pelaku pengumpul zakat. Mereka akan berusaha melakukan berbagai macam strategi agar muzakki mendatangi mereka dan melakukan pembayaran zakat kepada mereka. Kepercayaan bukanlah suatu yang ada dengan sendirinya. Akan tetapi kepercayaan adalah suatu simpul dari ikatan beberapa tali yang saling berkaitan (Ika Yunia Fauzia, 2013).

b. Indikator Kepercayaan Muzakki

Menurut Farida Jasfar (2009) menyatakan bahwa indikator dari kepercayaan terdiri dari tiga komponen, yaitu :

1) Kemampuan (Ability)

Kemampuan adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kemampuan adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen.

2) Kebaikan hati (Benevolence)

Kebaikan hati adalah seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. Kebaikan hati merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan konsumen.

3) Integritas (Integrity)

Integritas adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

c. Strategi Membangun Kepercayaan Muzakki

Strategi membangun kepercayaan konsumen terhadap suatu organisasi salah satunya yaitu memberikan kesempatan terhadap konsumen untuk berbicara dan berani melaporkan keadaan yang sesungguhnya serta merespon positif laporan tersebut dan menjadikan laporan tersebut sebagai evaluasi perbaikan dalam pelayanan, terutama untuk perusahaan jasa.

Bila konsumen memberikan keluhan, maka perusahaan yang baik harus mampu mendiagnosa secara tepat dan bisa memberikan solusi terbaik untuk mengatasinya. Seperti yang disampaikan oleh Stephen R. Covey (2011) dalam bukunya yang cukup terkenal dengan judul "*The speed of trust: the one thing that changes everything*", diungkapkan bahwa minimal gelombang kepercayaan itu adalah:

1) Self Trust

Percaya kepada diri sendiri bahwa sebagai pemimpin mempunyai integritas yang tinggi dan mempunyai tujuan yang baik dalam menjalankan masa kepemimpinannya.

2) Relationship Trust

Disini diperlukan adanya tingkah laku organisasi lengkap dengan jajarannya secara konsisten atau berkesinambungan.

3) Stakeholder Trust

Setiap organisasi tidak diperkenankan untuk melindungi, tetapi harus berani menjamin kualitas dari para anggota organisasi dengan memberikan kepercayaan yang sangat tinggi kepada publik. Disini diterapkan adanya prinsip-prinsip erjasama dalam membangun organisasi.

4) Societal Trust

Suatu organisasi harus mampu memelihara kepercayaan yang diberi oleh publik dengan memberi Kembali kepercayaan itu dalam bentuk proses pemberdayaan yang dinamis dan berkelanjutan.

d. Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Muzakki

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi kepercayaan Muzakki yang dilakukan oleh Mahda Yusra dan Muhammad Haris Riyaldi pada (2020) yang menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi kepercayaan Muzakki adalah transparansi, akuntabilitas, dan kompetensi amil yang masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan Muzakki. Hasil penelitian yang sama yang menjelaskan bagaimana faktor yang Mempengaruhi kepercayaan Muzakki oleh Entie Permata (2020).

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi kepercayaan Muzakki adalah karena para Muzakki dalam menunaikan zakat telah mengetahui LAZ/BAZ itu resmi lembaga yang diperintahkan oleh pemerintahan untuk mengelola dana zakat, dan mereka juga percaya LAZ/BAZ akan sesuai dengan aturan untuk mengelola dana zakat tersebut. Selain itu mereka beranggapan

bahwa LAZ/BAZ sudah transparan dan jelas dana nya dialirkan kemana saja, jadi sudah ada rasa percaya akan hal itu (Entie Permata , 2020)

2.1.4. Kualitas Pelayanan

a. Konsep Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan dalam Islam menurut Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung (2003) menyatakan dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok kepribadian yang Amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan keterampilan yang bagus. Dua hal ini adalah amanah dan ilmu. Berikut ini adalah beberapa pelayanan dalam Islam yaitu,

- 1) Shidiq, yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis,
- 2) Amanah dan fathonah, yaitu memiliki sifat bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi, manajer dan pimpinan yang cerdas, sadar produk dan jasa secara berkelanjutan,
- 3) Kreatif, berani, dan percaya diri, yaitu mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru, prospektif, dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian.
- 4) Tabligh, yaitu mampu berkomunikasi dengan cerdas, supel, kerja tim, cepat dan tanggap

b. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas dapat didefinisikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Layanan merupakan suatu perbuatan, suatu kinerja atau suatu usaha yang menunjukkan tentang pentingnya penerima jasa layanan terlibat secara aktif dalam produksi atau penyampaian proses layanan itu sendiri.

Kualitas Layanan atau jasa adalah cara yang digunakan untuk

memenuhi kebutuhan serta keinginan dan harapan konsumen dapat dipenuhi dengan ketepatan penyampaiannya. Berikut jenis dari harapan pelanggan yaitu: *will expectation*, merupakan kemampuan staff yang diberikan kepada pelanggan yang akan menerimanya.

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (2022) kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf mutu. kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikan atau ditetapkan. Menurut Vincent Gasperz (2005) Kualitas sering kali diartikan sebagai kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) atau konormansi terhadap kebutuhan atau persyaratan (*conformance to the requiremenrs*)

Sedangkan pengertian pelayanan dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (2022) adalah perihal atau cara meladeni dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Sedangkan Moenir mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung (M. Nur Rianto, 2010).

Menurut Nasution (2015) menjelaskan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2014), Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyatanya mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Untuk pengertian selanjutnya, menurut Rambat Lupiyadi (2001), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh

perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan apa yang telah diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan dalam Islam adalah ukuran tinggi tingkat pelayanan suatu perusahaan atau lembaga sesuai dengan yang diharapkan dan dibutuhkan oleh konsumen berdasarkan nilai-nilai Islami.

c. Macam-macam Kualitas Pelayanan

Pelayanan kepada pelanggan atau konsumen dapat berbentuk pelayanan secara internal dan secara eksternal. Berikut adalah macam-macam kualitas pelayanan menurut Atep Adya Barata (2006):

1) Kualitas layanan internal

Kualitas pelayanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai organisasi/perusahaan dengan berbagai fasilitas lainnya yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal, antara lain :

- a) Pola manajemen umum organisasi/perusahaan
- b) Penyedia fasilitas pendukung
- c) Pengembangan sumber daya manusia Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
- d) Pola intensif

Jika faktor-faktor diatas dikembangkan, loyalitas dan integritas diri masing-masing pegawai akan mampu untuk mengembangkan pelayanan yang terbaik diantara mereka. Apalagi jika semua kegiatan dapat dilakukan secara terintegrasi dalam bentuk saling memfasilitasi, saling mendukung, sehingga hasil pekerjaan mereka secara total mampu menunjang kelancaran usaha.

2) Kualitas Layanan Eksternal

Mengenai kualitas layanan kepada pelanggan eksternal, kita boleh berpendapat bahwa kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain ;

a) Yang berkaitan dengan penyediaan jasa :

1. Pola layanan dan tata cara penyediaan/pembentukan jasa tertentu
2. Pola layanan distribusi jasa
3. Pola layanan penjualan jasa
4. Pola layanan dalam penyampaian

b) Yang berkaitan dengan penyediaan barang :

1. Pola layanan dengan pembuatan barang berkualitas atau penyediaan barang berkualitas
2. Pola layanan pendistribusian barang
3. Pola layanan penjualan barang
4. Pola layanan purna jual

Keempat jenis layanan diatas dapat kita sebut sebagai kinerja pelayanan (service performance)

d. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019), ada lima dimensi atau lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Keandalan (Reability) yakni kemampuan orang memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan
- 2) Daya tanggap (Responsiveness) yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap
- 3) Jaminan (Asurance) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan
- 4) Empati (Emphaty), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian secara pribadi, dan pemahaman

atas kebutuhan individual para pelanggan

- 5) Bukti fisik (Tangible), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi

5. Keputusan Muzakki

a. Pengertian Keputusan Membayar Zakat

Keputusan ialah sesuatu kecenderungan hati pada suatu. Keputusan mencuat dari dalam diri seorang apabila suatu yang diminati itu dirasakan secara nyata, berguna, dapat dialami serta raga pula mendesak kearah itu. Dengan demikian bisa disimpulkan kalau keputusan merupakan suatu dorongan kokoh untuk seorang melaksanakan seluruh suatu dalam mewujudkan keinginannya.

Keputusan bisa mencuat sebab terdapatnya aspek internal serta eksternal (Riswan Rambe, 2016). Keadaan seorang sangat pengaruhi serta bisa mengganti keputusan seseorang seorang, sehingga bisa dikatakan kalau keputusan memiliki watak yang tidak menentu. Menurut Salmawati, Meutia Fitri (2018) Secara ringkas keputusan bisa dimaksud selaku kecenderungan dalam membagikan sesuatu keputusan dan berperan terhadap tiap kegiatan serta objek yang diiringi dengan perasaan bahagia

Menurut Bimo Walgito (2011) keputusan ialah “Suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut W S Winkel (2013) mengatakan bahwa keputusan ialah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu, sedangkan menurut Azy Athoillah Yazid (2017) keputusan ialah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengandung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.”

Menurut Schiffman dan Kanuk (2001) keputusan merupakan pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih.

Konsumen yang hendak memilih seharusnya memiliki pilihan alternatif. Pengertian lain menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013) mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.

Sedangkan Swastha dan Handoko (2000) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam menggunakan jasa BAZNAS Tapanuli Tengah untuk melakukan pembayaran zakatnya. Menurut Hahn dan Fred E (2002) ada tiga indikator dalam proses keputusan yaitu :

- a. Rutinitas Muzakki.
- b. Kualitas yang diperoleh dari suatu keputusan muzakki.
- c. Komitmen atau loyalitas konsumen untuk tidak akan mengganti keputusan yang sudah biasa dilakukan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membayar zakat

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi muzaaki dalam melaksanakan pembayaran zakat adalah

1. Kepercayaan
2. Pengetahuan
3. Religiusitas
4. Ulama
5. transparansi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Menurut Kotler dan Keller (2007) perilaku muzakki dipengaruhi oleh perilaku berikut yaitu

a. Faktor Budaya

1) Kultur

Kultur (kebudayaan) adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang. Anak memperoleh serangkaian tata nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui keluarganya dari lembaga-lembaga kunci lain. Seorang anak yang hidup di Indonesia mendapat nilai-nilai berikut; komunal, religious, nyaman hidup, solidaritas, orientasi keseimbangan duniawi dan surgawi.

Menurut Kuntowijoyo (2001) agama dan kebudayaan dapat saling mempengaruhi, karena dalam keduanya terdapat nilai dan simbol. Agama adalah simbol yang melambangkan nilai ketaatan kepada Tuhan. Kebudayaan juga mengandung nilai dan simbol supaya manusia bisa hidup di dalamnya. Agama memerlukan sistem simbol, dengan kata lain agama memerlukan kebudayaan agama. Hal ini menunjukkan hubungan antara agama dan budaya yang begitu erat. Tetapi perlu diperhatikan, keduanya perlu dibedakan. Agama adalah sesuatu yang final, universal, abadi (perennial), dan tidak mengenal perubahan (absolut). Sedangkan kebudayaan bersifat partikular, relative, dan temporer.

Agama tanpa kebudayaan memang dapat berkembang sebagai agama pribadi, namun tanpa kebudayaan agama sebagai kolektivitas tidak akan mendapat tempat. Jadi agama dan budaya saling berkaitan karena keduanya terdapat nilai dan symbol.

Sedangkan menurut Subandi Kata religi berasal dari bahasa Latin *ereligio* yang akar katanya adalah *religare* dan berarti mengikat. Maksudnya adalah bahwa di dalam religi (agama) pada umumnya terdapat aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan, yang semuanya itu berfungsi untuk mengikat dan mengutuhkannya diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya terhadap Tuhan, sesama manusia serta alam sekitarnya. Menurut Glock dan Stark dalam bukunya M. A. Subandi (2013), ada

lima aspek atau dimensi dari religiusitas:

- a) Religious belief /keyakinan
- b) Religious practice/pengalaman
- c) Religious feeling/penghayatan
- d) Religious knowledge/pengetahuan
- e) Religious affect/perilaku

2) Sub Kultur

Setiap kultur terdiri dari sub-sub kultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi anggotanya yang lebih spesifik. Sub kultur mencakup kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan daerah geografis.

3) Kelas Sosial

Pengelompokkan individu berdasarkan kesamaan nilai, minat dan perilaku. Kelompok sosial tidak hanya ditentukan oleh satu factor saja misalnya pendapatan, tetapi juga ditentukan oleh pekerjaan, pendidikan, kekayaan dan lainnya.

b. Faktor Sosial

1) Kelompok Acuan

Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap maupun perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan membership group atau kelompok keanggotaan. Membership group ini terdiri dari dua yaitu primary groups (keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja) dan secondary groups yang lebih formal groups yang lebih formal dan memiliki interaksi rutin yang sedikit (kelompok keagamaan, perkumpulan professional, dan serikat dagang).

2) Keluarga

Keluarga sendiri biasanya menjadi sumber orientasi dalam perilaku. Anak akan cenderung berperilaku sama dengan orang tua saat mereka melihat perilaku orang tua mereka mendatangkan

manfaat atau keuntungan.

3) Peran dan Status Sosial

Peran adalah kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan mengacu pada orang-orang di sekelilingnya. Sedang status adalah pengakuan umum masyarakat sesuai dengan peran yang dijalankan. Setiap individu dan status yang disandangnya akan mempengaruhi perilakunya.

Keputusan membayar zakat Keputusan muzakki berzakat adalah kesiapan berzakat dengan tuntutan adanya kesadaran. Kesadaran muzakki dalam berzakat merupakan suatu keharusan bagi umat Islam yang akan direalisasikan melalui usaha memperhatikan hak fakir miskin dan para mustahik lainnya (Rina Rizkia dkk,2014). Sehingga, keputusan membayar zakat memiliki pondasi kepercayaan dalam melaksanakan pembayarannya. Sepatutnya religiusitas dan pengetahuan sangat mendorong seseorang untuk melaksanakan pembayaran zakat melalui baznas.

c.

Peran dan hubungan Pengetahuan zakat terhadap keputusan membayar zakat

Pengetahuan Zakat merupakan suatu edukasi zakat yang akan menjadi fokus setiap instansi yang di berikan kepada masyarakat untuk menghasilkan pengalaman, pemahaman, dan pembelajaran yang terkumpul dan bisa dipraktekkan ke bisnis tertentu. Informasi yang diperoleh untuk diproses secara implikasi kritis dan merefleksikan pengetahuan masa lampau dan menyediakan informasi pengetahuan bagi si penerima nilai.

Pengetahuan zakat adalah edukasi pemahaman masyarakat tentang bagaimana berzakat, dan manfaat zakat,serta dampak yang akan diperoleh dari membayar zakat sehingga akan menciptakan budaya berzakat dilingkungan sekitar dan sebagai suatu kewajiban yang harus

dikerjakan. Edukasi zakat kepada masyarakat, cara masyarakat menilai tentang zakat yang landaskan agama ditambah dengan cara pandang yang memungkinkan zakat dapat dimanfaatkan untuk kepentingan umat. Pola pikir masyarakat seperti ini menjadikan zakat menjadi sebuah kewajiban.

Jika sebagian masyarakat menilai zakat sebagai suatu kewajiban yang menjadi solusi dari masalah ekonomi dan sosial. Maka saat ini zakat harus dilihat sebagai sumber kekuatan ekonomi sebagai solusi permasalahan sosial umat Islam. (Bukhori, 2009) Pengetahuan zakat memiliki filosofi dalam pemberdayaan zakat. Sebab pemahaman seseorang berpengaruh terhadap tingkah lakunya dan bagaimana cara melaksanakan nya .

Dalam filsafat fenomenologis dijelaskan bahwa tingkah laku manusia merupakan pilihan dari sejumlah pemahaman atau doktrin yang berkembang di pikiran kita. Contoh dari pengetahuan zakat adalah adanya membayar zakat secara langsung kepada mustahiq (penerima zakat) dan membayar zakat melalui lembaga.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Suyadi (2022) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengetahuan terhadap keputusan Minat Muzaki. Hal ini dapat diketahui dari nilai t hitung (5,951) lebih besar dari t tabel (1,671) hal ini sejalan dengan penelitian Mella Rosalinda dkk (2021) bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat muzaki . Informasi yang diterima masyarakat kampung tentang pengetahuan zakat sudah banyak diketahui dari media elektronik maupun cetak sehingga keputusan membayar zakat kepada pengelola zakat meningkat

d. Teori hubungan Kepercayaan terhadap keputusan membayar zakat

Kepercayaan adalah mengakui dan yakin bahwa memang benar dan

nyata Keyakinan lahir dari proses investigasi dalam diri yang kemudian menyatu dalam pikiran menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan kita pada suatu produk atau atribut tertentu.

Keyakinan ini lahir dari pola pikir pembelajaran dan pengalaman (Taufiq Amir, 2005) Disamping akan menciptakan transparansi juga menciptakan citra baik kepada masyarakat dimana dana zakat yang terhimpun dan diberikan kepada penerima zakat dan dimanfaatkan secara optimal karena muzakki berkeyakinan organisasi zakat dalam penelitian ini adalah sebagai keinginan yang kuat dari pemberi zakat guna menyalurkan zakat kepada organisasi zakat. Baznas dalam menyalurkan zakatnya terhadap mustahiq, karena muzakki berkeyakinan bahwa organisasi zakat bersifat profesional, amanah dan transparan. Dengan begitu masyarakat akan bertambah keyakinan terhadap BAZNAS.

Hal ini sejalan dengan penelitian Zulfadli Hamzah dkk (2020) Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Secara Bersama-Sama Dan Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Variabel Keputusan Muzakki Membayar Zakat Di Baznas Kabupaten Kuantan Singing. kepercayaan masyarakat kampar terhadap keputusan minat muzaki karena bazanas kampar telah banyak melakukan sosialisasi dan implementasi dari hasil pemungutan zakat yang diterima kepada orang-orang yang berhak menerima zakat. Informasi tersebut diketahui melalui wawancara langsung kepada para muzaki yang berada di kabupaten kampar .

e. Teori hubungan Kualitas pelayanan terhadap keputusan membayar zakat

Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui seberapa besar kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang menunjukkan sebagai tingkatan kelebihan yang di miliki dan di inginkan dengan tingkat keunggulan itu untuk memenuhi tujuan yang di

inginkan (Amalia & Widiastuti, 2019). Dalam konsumen, umumnya menggunakan beberapa Indikator kualitas pelayanan meliputi bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud (Othman & Owen, 2001).

Dalam penelitian Amalia & Widiastuti, (2019) mengemukakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan. Maka dengan hal tersebut dapat di ajukan hipotesis Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan muzaki untuk membayar zakat Hipotesis ini diterima dimana variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan muzaki untuk membayar zakat di lembaga Baznas Kabupaten Semarang. Dengan hasil uji sebesar $0,007 < 0,05$ dan $t \text{ hitung } 2,769 > t \text{ tabel } (1,833)$.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi acuan dan pertimbangan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Jurnal	PERBEDAAN DAN PERSAMAAN	Hasil Peneletian
1	Amelia Anggita dan Indri Yuliafitri, (2020)	Pengaruh Pengetahua, Kepercayaan Dan Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Di	Adapun perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini adalah: Perbedaan Di dalam penelitian peneliti menggunakan pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kualitas pelayanan yang ada di pulau jawa atau lebih tepatnya <i>YDSF</i>	a.Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat di lembaga amil zakat b.Sedangkan kepercayaan dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat di lembaga amil zakat, pengetahuan

		Lembaga Amil Zakat	<p>Surabaya, sementara penelitian saat ini melakukan penelitian di pulau sumatera atau BAZNAS TAPTENG.</p> <p>Persamaan : Menggunakan variabel yang sama dan menunggunakan metode yang sama yaitu kuantitatif.</p>	<p>c. Pengetahuan, kepercayaan, dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat membayar zakat di lembaga amil zakat sebesar 42,1 % sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak digunakan pada model penelitian.</p>
2	Eka Satrio dan Dodik Siswantoro (2016)	<p>Analisis Faktor Pendapatan , Kepercayaan dan Religiusitas dalam Mempengaruhi Minat Muzakki untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat</p>	<p>Adapun perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini adalah:</p> <p>Perbedaan : Penelitian saat ini menggunakan variabel pengetahuan dan kualitas pelayanan, sementara penelitian terdahulu menggunakan variabel pendapatan, dan religiusitas sebagai variabel independen.</p> <p>Persamaan : Sama-sama menggunakan variabel kepercayaan sebagai variabel independen, dan menggunakan minat sebagai variabel dependen nya.</p>	<p>Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah variabel pendapatan, kepercayaan dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat muzakki berzakat melalui lembaga amil zakat</p>

3	A. Mus'ab (2021)	Pengaruh Religiusitas, Tingkat Penghasilan dan Layanan Terhadap Minat Muzakki untuk Membayar Zakat Maal di Lazis NU	Adapun perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini adalah: Perbedaan : Penelitian saat ini menggunakan variabel Pengetahuan dan Kepercayaan, sementara penelitian terdahulu menggunakan variabel pendapatan, dan religiulitas sebagai variabel independen. Persamaan : Sama-sama menggunakan variabel Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen, dan menggunakan minat sebagai variabel dependennya.	Tidak ada pengaruh Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel independen (religiusitas, pendapatan dan layanan) terhadap variabel dependen (minat masyarakat) berpengaruh secara signifikan
4	Sofwatillah Pratiwi (2020)	Analisis Preferensi Muzakki dalam Menyalurkan Dana ZIS melalui Lembaga Amil Zakat di Kota Surabaya	Adapun perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini adalah: Perbedaan : Penelitian terdahulu menggunakan variabel Religiusitas(X1), pengetahuan (X2), pelayanan (X3), program LAZ (X4), faktor sosial (X5), kepercayaan (X6), Sementara pada penelitian saat ini menggunakan variabel	Hasil dari penelitian didapat bahwa faktor religiusitas, pengetahuan, pelayanan, program LAZ, faktor sosial dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap preferensi muzakki dalam menyalurkan dana ZIS melalui lembaga amil

			Kepercayaan, Pengetahuam, dan Kualitas Pelayanan. Persamaan : Sama-sama menggunakan variabel kepercayaan, Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen.	zakat di Kota Surabaya
5	M. Abdul Rouf (2021)	Analisis Faktorfaktor yang mempengaruhi i Minat Masyarakat Membayar Zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang.	Adapun perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini adalah: Perbedaan : Pada penelitan terdahulu menggunakan variabel Variabel Independen: Religiusitas, pendapatan sementara pada penelitian saat ini menggunakan variabel Pengetahuan dan Kualiatas Pelayanan dalam variabel independen nya. Persamaan : Sama-sama menggunakan variabel Kepercayaan dalam menmpengaruhi variabel Dependen yaitu Minat (Y) Variabel Dependen : minat masyarakat	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa faktor religiusitas, kepercayaan, dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat membayar zakat.

			membayar zakat (Y)	
--	--	--	--------------------	--

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu hubungan atau kaitan antar konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang dan detail tentang suatu topik yang akan dibahas didalam penelitian. Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran dari penelitian yang berasal dari fakta-fakta, observasi, dan analisis kepustakaan (Dominikus, 2019).

Kerangka pemikiran dibuat untuk membentuk alur pemikiran yang jelas dan diterima secara rasional. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pengetahuan Zakat, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Muzakki membayar zakat pada lembaga amal zakat agar Muzakki memiliki rasa kepercayaan kepada Lembaga Amil Zakat tersebut.

Dengan Lembaga Amil Zakat yang sudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, maka diharapkan Lembaga Amil Zakat bisa menarik minat masyarakat untuk membayar zakatnya terhadap Lembaga Amil Zakat. Dengan hal tersebut, yang bisa dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat adalah memberikan pengetahuan, menimbulkan kepercayaan serta memiliki kualitas pelayanan yang baik dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat atau calon Muzakki Menurut Dasrin Hidayat (2014), trust adalah kesediaan dari satu pihak untuk berserah kedalam kolaborasi pihak lain dan sebaliknya, atas dasar pengharapan bahwa tiap pihak akan melakukan aksi-aksi yang bermanfaat bagi pihak lain.

Kepercayaan merupakan faktor yang ikut mempengaruhi pandangan dan perilaku konsumen, sikap itu mempengaruhi kepercayaan, begitu juga kepercayaan itu mempengaruhi perilaku (Nurul Husna, dkk, 2020). Banyak faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen, diantaranya kemampuan penyedia jasa untuk melakukan pelayanan, sikap moral penyedia jasa dalam melayani Muzakki, serta hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan terhadap penyedia jasa itu sendiri.

Menurut Lupiyadi (2001), kualitas pelayanan berkaitan erat dengan sifat dan karakteristik yang akan menentukan seberapa jauh dapat memenuhi suatu kebutuhan. Ketika pelayanan telah baik atau telah memenuhi kebutuhan maka para Muzakki akan percaya dan menganggap dapat diandalkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Husna dan Farid yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal tersebut menjelaskan, ketika kualitas pelayanan yang semakin tinggi mengakibatkan kepercayaan Muzakki juga akan meningkat.

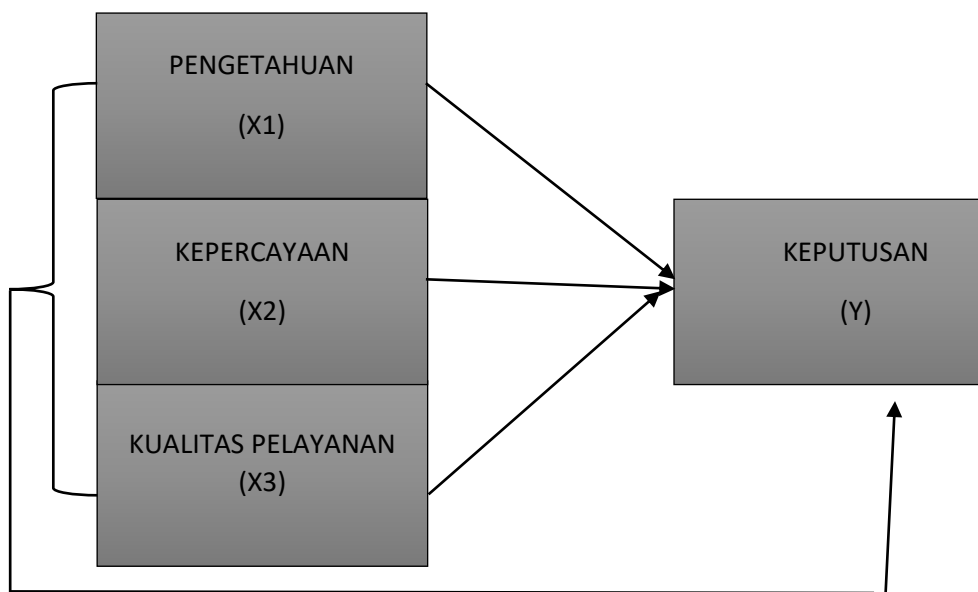
Menurut Syaiful Bahri Djamarah (2008), minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktifitas akan memperhatikan aktifitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Dalam keputusan disini didefinisikan terhadap keputusan Muzakki untuk membayar zakat nya kepada Lembaga Amil Zakat. Keputusan ini dapat dipengaruhi oleh pengetahuan, kepercayaan dan kualitas pelayanan. Dari ketiga variabel ini yang positif maka secara tidak langsung dapat menarik keputusan Muzakki untuk membayar zakat nya kepada Lembaga Amil Zakat. Setelah keputusan membayar zakat dapat dipengaruhi oleh pengetahuan dan kualitas pelayanan Maka kepercayaan pun dapat dipengaruhi oleh keputusan membayar zakat.

Kemauan didasari keyakinan terhadap pihak lain untuk melakukan suatu hubungan dalam memenuhi kebutuhan yang telah disepakati. Ketika suatu hubungan yang disepakati untuk pemenuhan kebutuhan terpenuhi maka akan meningkatkan minat yang didasari dengan rasa percaya. Senada dengan

penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi pada tahun (2020) yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat. Artinya semakin baik tingkat kepercayaan terhadap lembaga maka semakin tinggi juga minat Muzakki dalam membayar zakatnya.

Pada dasarnya semua organisasi menginginkan pengetahuan, kepercayaan dan kualitas pelayanan yang baik di mata masyarakat atau publik, karena ini akan dapat meningkatkan keputusan muzakki membayar zakat. Berdasarkan pernyataan di atas maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



2.4. Hipotesis Penelitian

Dalam kerangka konseptual maka dapat ditarik kesimpulan dalam hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_1 : Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Kabupaten Tapanuli Tengah
2. H_0 : Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Kabupaten Tapanuli Tengah
3. H_2 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Muzakki

Membayar Zakat di BAZNAS Kabupaten Tapanuli Tengah

4. H_0 : Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Kabupaten Tapanuli Tengah
5. H_3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Kabupaten Tapanuli Tengah
6. H_0 : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Kabupaten Tapanuli Tengah
7. H_4 : Pengetahuan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Kabupaten Tapanuli Tengah
8. H_0 : Pengetahuan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Tapanuli Tengah.