

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Zakat sebagai rukun Islam ketiga, merupakan instrument utama dalam ajaran Islam yang berfungsi mendistribusikan kekayaan dari yang mampu ke tangan yang tidak mampu. Zakat juga merupakan institusi resmi yang diarahkan untuk menciptakan pemerataan dan keadilan bagi masyarakat, sehingga taraf kehidupan masyarakat dapat ditingkatkan.<sup>1</sup>

Sebagai wakil Allah SWT juga sebagai *khalifah* di bumi, manusia memiliki tanggung jawab menyampaikan zakat tersebut pada yang berhak menerimanya. Akan tetapi kenyataannya umat Islam lebih banyak terkonsentrasi pada masalah shalat dan hal yang terkait dengannya. Padahal shalat dan zakat adalah dua pilar yang saling melengkapi. Jika shalat termasuk ibadah jismiyah maka zakat adalah ibadah maliyah, yaitu ibadah dari harta yang dimiliki. Jika shalat menyucikan fikiran dan hati maka zakat menyucikan harta dan menumbuhkannya.

Dalam prinsip Islam, kekayaan harus menyanggah sistem kesejahteraan yang bertumpu pada zakat sebagai bentuk syukur atas segala anugerah dari Tuhan. Selain sebagai sarana untuk menyucikan jiwa dan harta, zakat juga merupakan tip bagi jaminan perlindungan, pengembangan dan peraturan peredaran serta distribusi kekayaan. Cara memanfaatkannya didasarkan pada

---

<sup>1</sup> Asmuni Mth, "Zakat Profesi dan Upaya Menuju Kesejahteraan Sosial", Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 1, No. 1, (Juli 2007), hal. 3

fungsi sosialnya bagi kepentingan masyarakat yang menyentuh kalangan miskin maupun kaya. Kendati Islam mendorong setiap pribadi untuk bekerja secara cerdas, berkompetisi dan berprestasi, Islam juga menentang kerakusan, keserakahan, dan kepemilikan kekayaan secara berlebihan.

Saat ini persaingan yang terjadi di antara lembaga-lembaga amil zakat di Indonesia terus meningkat. Hal ini tentunya mendorong setiap lembaga untuk meningkatkan kualitasnya baik dari segi pelayanan, program hingga produk-produk yang ditawarkan. Persaingan yang terjadi tentunya bersifat positif karena bagaimana pun juga lembaga-lembaga tersebut berorientasi pada aktivitas sosial-keagamaan dan bukan selayaknya perusahaan profit. Salah satu dasar yang menjadi acuan dari lembaga amil zakat adalah Firman Allah SWT di dalam al-Qur'an :

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

*Artinya* : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. at-Taubah : 103).

Ayat di atas menjelaskan bahwa zakat itu diambil (dijemput) dari orang-orang yang berkewajiban berzakat (muzakki) untuk kemudian diberikan kepada mereka yang berhak menerimanya (mustahik). Petugas yang mengambil dan yang menjemput itu adalah para amil zakat. Yang mana menurut Imam Qurthubi, amil adalah orang-orang yang ditugaskan (diutus oleh imam/pemerintah) untuk mengambil, menuliskan, menghitung, dan

mencatat zakat yang diambil dari para muzakki untuk kemudian diberikan kepada yang berhak menerimanya.

Kepercayaan masyarakat Indonesia kepada lembaga zakat masih cenderung lemah, sehingga kebanyakan dari mereka lebih memilih menyalurkan sendiri dana zakatnya secara langsung. Oleh sebab itu pemerintah melakukan upaya dengan mengukuhkan kedudukan organisasi pengelola zakat. Upaya tersebut diwujudkan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Undang-undang tersebut memberikan dasar pijakan hukum bagi masyarakat muslim untuk melakukan pemungutan zakat. Demi terlaksananya undang-undang tersebut, maka wewenang memungut zakat diserahkan pada suatu badan organisasi. Undang-Undang No. 23 Tahun 2007 dengan jelas menyatakan bahwa pengelola/kolektor zakat yang diakui keabsahan keberadaannya terdiri dari dua macam, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk pemerintah, dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk atas prakarsa masyarakat.<sup>2</sup>

Pada saat ini paradigma kalau zakat itu wajib, sehingga sosialisasinya seadanya sudah berubah. Promosi lembaga zakat kini sudah merambah ke dimensi multi media. Lembaga zakat bahkan telah bermitra dengan berbagai perusahaan untuk sinergi dalam program-program pemberdayaan yang akan digagas serta berkreasi bagaimana membuat program yang menyentuh aspek sosial yang sesungguhnya. Dengan program pemberdayaan yang menarik,

---

<sup>2</sup> Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 581 tahun 1999 tentang Pelaksanaan UU No. 38 tahun 1999 perihal *Pengelolaan Zakat*, Pasal 1

kepercayaan dari donatur pun akan tumbuh. Kuatnya para pegiat zakat ini terlihat dari semangat dan kreatifitas menggagas program-program pemberdayaan yang memberi dampak yang berkelanjutan bagi kaum dhuafa.

Fakta di lapangan dapat kita lihat bagaimana gairah persaingan antar LAZ dengan adanya langkah nyata mereka dalam menghidupkan strategi dalam manajemen pemasaran lembaga dan terus memperbaikinya serta melakukan inovasi guna memenangkan *mind-share*, *heart-share* dan *market share* yang disebut-sebut sebagai tujuan pemasaran, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Setiap lembaga zakat memerlukan muzakki yang percaya dengan kinerja lembaga sehingga banyak muzakki yang menyalurkan dananya melalui lembaga tersebut. Pengelolaan tersebut tidak terlepas dari strategi pemasaran dalam manajemen yang diterapkan oleh suatu Lembaga Amil Zakat. Dengan adanya pelayanan yang lebih baik maka lembaga amil zakat tersebut akan memberikan kepuasan kepada donatur maupun calon donatur, sehingga nantinya mampu memberikan kepuasan mereka terhadap lembaga yang bersangkutan.

Dalam konteks agama Islam, persaingan lembaga-lembaga amil zakat dapat diartikan sebagai bentuk "*berlomba-lomba dalam kebaikan*", sehingga dengan adanya persaingan tersebut lembaga zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) akan terpacu untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka dengan beragam inovasi seperti misalnya saja: layanan jemput zakat, pembayaran melalui kartu kredit (transfer rekening) dan tidak lupa juga dengan mempersilahkan masyarakat yang ingin menyalurkan donasinya

dengan langsung datang sendiri ke kantor Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dipercaya serta layanan-layanan lain yang tentunya semakin mempermudah masyarakat yang ingin menyalurkan donasinya.

Kesadaran *muzakki* dalam menunaikan kewajiban zakat melalui LAZ ataupun BAZ hendaknya perlu mendapatkan perhatian yang serius. Sebab pada umumnya, di lembaga jasa konsumen akan mendapatkan manfaat langsung atas sejumlah harta yang telah dikeluarkan. Akan tetapi pada LAZ atau BAZ, manfaat langsung yang diperoleh bukan pada konsumen atau pihak yang mengorbankan hartanya, melainkan pada pihak lain yang menjadi tujuan pengalokasian dana. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan pada LAZ maupun BAZ menjadi hal penting dalam mempengaruhi kepuasan *muzakki*.

Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan.<sup>3</sup> Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diharapkan terhadap kinerja (hasil) yang didapatkan. Jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan kurang puas atau kecewa. Sedangkan jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan senang atau puas. Bicara zakat, yang terpenting dan tidak boleh dilupakan adalah peran para amil zakat selaku pengembal amanah pengelolaan dana-dana itu. Jika amil zakat baik, maka tujuh asnaf mustahik lainnya insyaa Allah akan menjadi baik. Tapi jika amil zakat-nya tidak baik, maka jangan diharap tujuh asnaf mustahik yang lain

---

<sup>3</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran I*, alih bahasa Benyamin Molan, edisi 12, Jilid 2, Jakarta: Indeks, 2007, hal. 53

akan menjadi baik. Itulah nilai strategisnya amil zakat. Dengan kata lain, hal terpenting dari zakat adalah bagaimana mengelolanya (manajemennya).

Perkembangan lembaga pengelola zakat di tanah air memang telah menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan, meski terdapat kendala dan kekurangan yang perlu diperbaiki di masa yang akan datang. Kemajuan tersebut melahirkan kebutuhan terhadap piranti yang dimiliki oleh setiap lembaga pengelola zakat yang dituntut agar bekerja secara profesional, amanah, transparan, dan akuntabel. Menurut laporan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), penerimaan zakat di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sebesar 15-35%. Hal ini terlihat dari perolehan zakat 5 tahun terakhir<sup>4</sup> Berdasarkan riset yang dilakukan BAZNAS dan Islamic Development Bank (IDB) potensi zakat yang ada di Indonesia adalah sebesar 217 triliun rupiah per tahun. BAZNAS sendiri menargetkan perolehan zakat di Indonesia pada tahun 2015 adalah sebesar 4,22 triliun rupiah.<sup>5</sup>

Tabel 1.1.

Perolehan Zakat BAZNAS 2010-2014

Tahun	2010	2011	1012	2013	2014
Perolehan	1,5 Triliun	1,73 Triliun	2,2 Triliun	2,5 Triliun	2,77 Triliun

Sumber : BAZNAS

Dalam penelitian ini penulis memilih studi kasus pada Baitul Maal Hidayatullah (BMH) yang kehadirannya masih terbilang baru di Tulungagung yakni resmi beroperasi pada tahun 2013. Namun lembaga ini memiliki

<sup>4</sup> Laporan BAZNAS, [www.baznas.org](http://www.baznas.org), diakses 19 November 2015

<sup>5</sup> 2015, BAZNAS Targetkan Penerimaan Zakat Rp4,2 T, [www.metrotvnews.com](http://www.metrotvnews.com), diakses 19 November 2015

potensi-potensi untuk berkembang lebih maju dan mampu bersaing dengan LAZ lain yang telah lebih dahulu beroperasi di Kabupaten Tulungagung, dilihat dari peningkatan perolehan dana ZISWAF dari masyarakat tiap bulannya. Saat ini perolehan dana donasi dari masyarakat di BMH Tulungagung berkisar antara 30-50 juta rupiah per bulannya. Sedangkan total donasi yang dihimpun pada tahun 2015 adalah sebesar Rp. 260.023.700,00. Jumlah ini diprediksi akan kian meningkat seiring dengan peningkatan-peningkatan yang selalu diusahakan oleh BMH Tulungagung.

Berikut ini adalah data perolehan dana ZISWAF BMH Tulungagung selama 6 bulan terakhir :

Tabel 1.2.

Perolehan ZISWAF BMH Tulungagung 6 Bulan Terakhir

Februari 2016	Rp. 53.714.000,00
Januari 2016	Rp. 34.483.500,00
Desember 2015	Rp. 35.145.500,00
November 2015	Rp. 27.922.500,00
Oktober 2015	Rp. 33.748.000,00
September 2015	Rp. 18.429.000,00

*Sumber : Data diolah dari BMH Tulungagung*

Baitul Maal Hidayatullah (BMH) sendiri merupakan lembaga di bawah naungan ormas Hidayatullah yang mempunyai fungsi untuk mengelola dana *zakat, infaq, shadaqah, wakaf* maupun *hibah* umat. Baitul Maal Hidayatullah (BMH), berdiri seiring dengan berdirinya Pondok Pesantren Hidayatullah Surabaya pada tahun 1987. BMH didirikan oleh para aktivis mahasiswa muslim dari berbagai perguruan tinggi di Surabaya (Drs. Abdurahman, Ir. El

Venus Yahya, Drs. Hamim Thohari, Drg. Fatchul Adhim, Drs. Rahmat Rahman, Ir. Sulaiman) dan lapisan masyarakat yang bergerak di bidang sosial, dakwah, ekonomi dan pendidikan, yang berasaskan Islam yang bersumber pada Al-Quran dan As-Sunnah.<sup>6</sup>

Sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS), Baitul Maal Hidayatullah (BMH) telah memiliki keunggulan yaitu jaringannya yang terluas yaitu 42 cabang di seluruh Indonesia guna mengoptimalkan pengelolaan dan pendayagunaan dana ziswaf dari masyarakat. Kantor cabang tersebutlah yang nantinya akan menjadi sarana untuk menjalankan tugas-tugas lembaga di masing-masing kota atau kabupaten tempatnya berada. Untuk itu, sangat diharapkan BMH yang ada di Tulungagung dapat berkembang dan terus meningkatkan kualitasnya baik itu segi kualitas fasilitas, program, produk, layanan, dan juga kinerja petugas dapat lebih dioptimalkan. Mengingat besarnya potensi yang ada di masyarakat Tulungagung karena mayoritas penduduknya merupakan kaum Muslim, dimana hal tersebut sejalan dengan tugas yang harus BMH kerjakan.

Dari harapan pengoptimalan kualitas-kualitas yang telah disebutkan di atas nantinya BMH cabang Tulungagung akan dapat dikelola oleh amil yang amanah dan professional, memberikan layanan-layanan dakwah, konsultasi, informasi kegiatan secara berkala dan mudah diakses masyarakat, meningkatkan kemudahan untuk melakukan donasi, program yang fokus dan tepat sasaran berorientasi pada pemberdayaan keumatan, dan lain sebagainya.

---

<sup>6</sup> *Sejarah dan Latar Belakang BMH*, dalam [www.bmh.or.id](http://www.bmh.or.id), diakses 22 November 2015

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan memahami strategi yang digunakan oleh Baitul Maal Hidayatullah Tulungagung dalam memasarkan jasanya serta menganalisis tanggapan responden dan menguji strategi yang digunakan melalui kualitas sistem layanan jemput zakat, transfer rekening dan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur. Sehingga menarik untuk diteliti sejauh mana kepuasan masyarakat (donatur) atas pelayanan yang diberikan oleh BMH Tulungagung, serta apa saja yang perlu ditingkatkan kembali oleh LAZ tersebut.

Dengan melihat uraian di atas dalam penelitian ini penulis akan menganalisis kepuasan donatur terhadap sistem layanan LAZ BMH Tulungagung melalui sebuah penelitian dengan judul *“Analisis Sistem Layanan Jemput Zakat, Transfer Rekening dan Datang Sendiri ke Kantor Terhadap Kepuasan Donatur Baitul Maal Hidayatullah Tulungagung”*.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Adakah pengaruh sistem layanan jemput zakat terhadap kepuasan donatur LAZ BMH Tulungagung?
2. Adakah pengaruh sistem layanan transfer rekening terhadap kepuasan donatur LAZ BMH Tulungagung?
3. Adakah pengaruh sistem layanan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur LAZ BMH Tulungagung?
4. Apakah sistem layanan jemput zakat, transfer rekening, dan datang sendiri ke kantor berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan donatur LAZ BMH Tulungagung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh sistem layanan jemput zakat terhadap kepuasan donatur LAZ BMH Tulungagung.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh sistem layanan transfer rekening terhadap kepuasan donatur LAZ BMH Tulungagung.
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh sistem layanan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur LAZ BMH Tulungagung.
4. Untuk menganalisis apakah sistem layanan jemput zakat, transfer rekening, dan datang sendiri ke kantor berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan donatur LAZ BMH Tulungagung.

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.<sup>7</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis parsial dan hipotesis simultan. Dalam hipotesis parsial diperkirakan ada atau tidaknya pengaruh hubungan antara masing--masing variabel bebas dengan variabel terikatnya. Sedangkan dalam hipotesis simultan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.<sup>8</sup> Jadi terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh sistem layanan jemput zakat, transfer rekening, dan datang sendiri ke kantor dengan kepuasan donatur Baitul Maal Hidayatullah Tulungagung.

$H_0: \Delta = 0, 0$  berarti tidak ada hubungan.

$H_a: \Delta \neq 0$ , “tidak sama dengan nol” berarti besar atau kurang (-) dari nol berarti ada hubungan,  $\Delta =$  nilai korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan.

Tingkat kepercayaan yang digunakan 95% maka nilai  $\alpha$  0,05

##### 1. Hipotesis Parsial

---

99 <sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, Bandung: Alfabeta, 2012, hal.

<sup>8</sup> [www.spssindonesia.com](http://www.spssindonesia.com) diakses pada 20 Desember 2015

$X_1 \longrightarrow Y$

H<sub>1</sub>: Sistem layanan jemput zakat ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung (Y)

$X_2 \longrightarrow Y$

H<sub>2</sub>: Sistem layanan transfer rekening ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung (Y)

$X_3 \longrightarrow Y$

H<sub>3</sub>: Sistem layanan datang sendiri ke kantor ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung (Y)

## 2. Hipotesis Simultan

H<sub>4</sub>: Sistem layanan jemput zakat ( $X_1$ ), transfer rekening ( $X_2$ ), dan datang sendiri ke kantor ( $X_3$ ) simultan secara signifikan terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung (Y)

## E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini berguna untuk :

### 1. Bagi LAZ BMH Tulungagung :

Sebagai bahan kajian dan pengembangan pengetahuan bagi lembaga pengelola zakat, dalam hal ini Lembaga Amil Zakat Nasional BMH Tulungagung terhadap strategi pengelolaan yang berkualitas. Penelitian ini diharapkan juga sebagai tolok ukur sejauh mana BMH Tulungagung menjalankan amanahnya dalam hal pengelolaan zakat tersebut bagi kepuasan *muzakki*.

### 2. Bagi Peneliti Yang Akan Datang :

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran dalam penulisan karya ilmiah sejenis yang dilakukan oleh peneliti yang akan datang sehingga penelitian tersebut dapat lebih tajam dalam analisisnya dan memberi manfaat yang lebih luas kepada pihak-pihak yang bersangkutan.

3. Bagi Almamater :

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah perbendaharaan karya tulis ilmiah yang dapat digunakan sebagai bahan kajian lebih lanjut, khususnya di bidang pengelolaan lembaga amil zakat bagi mahasiswa Jurusan Zakat dan Wakaf (ZAWA) Fakultas Syariah Ilmu Hukum (FASYIH) serta mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah (ES) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

## **F. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

Sistem layanan jemput zakat adalah sistem layanan yang umumnya diberikan oleh lembaga amil zakat yaitu dengan cara pendelegasian petugas amil untuk mendatangi tiap-tiap donatur yang ingin menyalurkan donasinya sesuai dengan tempat dan waktu yang diinginkan oleh donatur itu sendiri dan disepakati oleh lembaga yang bersangkutan. Layanan jemput zakat ini digulirkan untuk memudahkan para donatur yang akan membayar zakat, namun tidak sempat pergi ke bank ataupun kantor lembaga amil zakat yang dituju.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> [www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com), diakses pada 20 Desember 2015

Secara bahasa, transfer diartikan sebagai hal yang terjadi ketika seseorang mengaplikasikan [pengalaman](#) dan [pengetahuan](#) yang dimilikinya untuk mempelajari atau memecahkan problem dalam situasi baru.<sup>10</sup> Sedangkan definisi dari layanan transfer rekening yaitu sistem layanan yang disediakan untuk muzakki yang ingin menyalurkan donasinya ke pihak lembaga melalui sistem transfer antar rekening, dari rekening muzakki kepada rekening lembaga amil zakat yang dituju.

Sedangkan layanan datang sendiri ke kantor yaitu sistem layanan yang disediakan oleh lembaga amil zakat dengan mempersilahkan kepada muzakki yang ingin menyalurkan dana/donasinya secara langsung ke pihak lembaga dengan cara datang sendiri ke kantor lembaga amil zakat yang dituju.

Kepuasan menurut Philip Kotler diartikan sebagai rasa senang, lega, atau kecewa pelanggan yang membandingkan kesannya terhadap produk atau jasa yang dia beli dihubungkan dengan manfaat yang dia harapkan.<sup>11</sup>

## **2. Definisi Operasional**

Layanan jemput zakat merupakan bagian dari sistem pelayanan yang diberikan oleh pihak lembaga amil zakat dalam hal ini LAZ BMH kepada donaturnya. Sistem ini bertujuan untuk mempermudah teknis bagi masyarakat yang ingin menyalurkan donasinya, karena mereka tidak perlu lagi pergi ke mana-mana untuk berzakat, infak, shadaqoh, maupun wakaf sebab petugas amil siap mengunjungi calon donatur untuk melakukan

---

<sup>10</sup> [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) diakses pada 20 Desember 2015

<sup>11</sup> Philip Kotler, *Marketing Insight From A to Z*, Jakarta: Erlangga, 2004, hal. 49

penerimaan donasi tersebut pada waktu dan tempat yang diinginkan oleh pihak donatur itu sendiri. Sehingga dengan adanya sistem layanan jemput zakat ini, kiranya akan dapat memperbesar minat masyarakat untuk berdonasi di LAZ BMH Tulungagung, serta juga memberikan kepuasan kepada donatur karena kemudahan dari sistem layanan ini.

Berbeda dengan layanan jemput zakat, sistem pendonasian melalui transfer melibatkan pihak ketiga, maupun lebih. Sebab sistem ini memerlukan pihak lain yakni pihak perbankan sebagai fasilitator dalam proses pentransferan dana dari pihak donatur kepada pihak lembaga amil zakat. Mayoritas donatur yang memilih menggunakan sistem ini adalah orang-orang yang memiliki mobilitas tinggi dan juga bersinggungan erat dengan sistem-sistem *e-banking*. Bagi donatur yang semacam itu, tentunya dengan adanya sistem layanan zakat melalui transfer antar rekening tersebut merupakan nilai *plus* karena sangat memudahkan mereka dalam berdonasi karena caranya yang dapat dibilang sangatlah mudah bagi yang sudah menguasai.

Untuk sistem layanan yang ketiga yaitu datang sendiri ke kantor, BMH Tulungagung memberikan tawaran kepada masyarakat yang ingin lebih dekat dengan lembaga, memberi rasa yakin atau kepercayaan karena donasi ziswafnya tersampaikan secara langsung tanpa perantara, serta memudahkan apabila seseorang ingin berdonasi dengan waktu yang tidak dapat ditentukan atau sering disebut *insidental*. Dengan adanya pilihan sistem layanan yang ditawarkan tersebut, tampaknya tidak ada lagi alasan

bagi masyarakat bahwa berzakat (ziswaf) melalui lembaga amil zakat khususnya dalam hal ini BMH Tulungagung itu merupakan pekerjaan yang sulit, karena telah adanya pilihan sistem pendonasian yang variatif dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan mobilitas masing-masing individu calon donatur.

Dari pengertian yang diberikan oleh Philip Kotler mengenai kepuasan, maka dapat dipahami bahwa kepuasan tersebut merupakan perasaan seperti apa yang dirasakan oleh seseorang misalnya setelah menggunakan produk yang dibeli, pelayanan yang didapatkan, dan lain sebagainya. Standar kepuasan tersebut berbeda dari tiap individu, karena bagaimana ia membandingkan apa yang diinginkan dengan apa yang didapat atau dirasakan. Apabila sesuatu yang didapatkan itu dirasa sesuai dengan keinginannya bahkan bisa lebih, maka orang tersebut akan merasa puas atau mendapatkan kepuasan. Namun sebaliknya, apabila sesuatu yang didapatkan itu dirasa tidak mencapai atau tidak sesuai dengan keinginannya maka orang tersebut tidak merasa puas.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan skripsi ini ada 5 pembahasan yang masing-masing sub mempunyai sub-sub pembahasan tersendiri, dan untuk menghasilkan suatu pembahasan yang sistematis antara pembahasan yang satu dengan yang lain, maka perlu pembahasan yang benar-benar mengarah pada bagian pembahasan, maka perlu kiranya bagi penulis untuk membuat sistem

pembahasan. Adapun sistematika pembahasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I berisi pendahuluan yang mengantarkan penelitian. bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, kegunaan hasil penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

Bab II berisi pembahasan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

Bab III menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan secara umum, yakni antara lain : rancangan penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab IV membahas mengenai gambaran umum tempat penelitian, pemaparan data, dan pengujian hipotesis.

Bab V berisi tentang pembahasan hasil yang diperoleh peneliti mengenai analisis sistem layanan jemput zakat, transfer rekening, dan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur pada LAZ BMH Tulungagung.

Bab VI mengakhiri pembahasan dengan menampilkan kesimpulan dan saran-saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Zakat

##### 1. Pengertian Zakat

Secara etimologis, zakat berasal dari kata dasar bahasa Arab *zaka* yang berarti berkah, tumbuh, bersih, baik, dan bertambah. Sedangkan secara terminologis di dalam fiqh, zakat adalah sebutan atau nama bagi sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT supaya diserahkan kepada orang-orang yang berhak (mustahiq) oleh orang-orang yang wajib mengeluarkan zakat (muzakki).<sup>12</sup> Dinamakan zakat karena dapat mengembangkan, menyuburkan pahala, dan menjauhkan harta yang telah diambil zakatnya dari bahaya.<sup>13</sup> Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 pasal 1 ayat 2 Tentang Pengelolaan Zakat, dijelaskan bahwa Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan Syariat Islam.<sup>14</sup>

Allah berfirman dalam al-Qur'an :

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ

Artinya : “Ambillah (wahai Muhammad) dari harta mereka shadaqah yang akan membersihkan dan mensucikan mereka.” (Q.S. At-Taubah : 103), kemudian

---

<sup>12</sup> Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern*, Malang: UIN-Maliki Press, 2010, hal. 34

<sup>13</sup> Hasbi Ash Shiddiqie, *Pedoman Zakat*, Jakarta: Bulan Bintang, 1984, hal. 24

<sup>14</sup> Undang-Undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011 pasal 1 ayat 2 tentang *Pengelolaan Zakat*, Jakarta: CV Ciptamedia Indonesia, 2012, hal. 2

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya : “Dan dirikanlah shalat, laksanakan zakat dan ruku’lah beserta orang-orang yang ruku’.” (Q.S. Al-Baqarah : 43).

Dari firman-firman Allah SWT, kemudian Rasulullah Saw pun bersabda :

“Islam itu dibangun atas lima perkara : 1) Kesaksian bahwa tiada Tuhan selain Allah dan Sayyidina Muhammad adalah utusan Allah. 2) Mendirikan shalat. 3) Mengeluarkan zakat. 4) Puasa pada bulan Ramadhan. 5) Berhaji bagi yang mampu.” (H.R. Bukhari dan Muslim)<sup>15</sup>

Jumhur ulama sepakat bahwa yang diwajibkan berzakat adalah seorang muslim dewasa, berakal sehat, merdeka, serta mempunyai harta atau kekayaan yang mencapai *nisab* (batas jumlah harta untuk dikeluarkan zakat) dan sudah memenuhi *haul* (memenuhi waktu kepemilikan harta untuk dikeluarkan zakat). Menurut al-Qur’an yang berhak menerima zakat adalah: fakir, miskin, amil, muallaf, riqab, gharim, fii-sabilillah dan ibnu sabil.

## 2. Tujuan Zakat

Perintah wajib zakat turun di Madinah pada bulan Syawal tahun ke-2 hijrah Nabi Muhammad SAW, kewajibannya terjadi setelah kewajiban puasa Ramadhan. Zakat mulai diwajibkan di Madinah karena masyarakat Islam sudah mulai terbentuk dan kewajiban ini dimaksudkan untuk membina masyarakat muslim yakni sebagai bukti solidaritas sosial. Adapun ketika umat Islam masih berada di Makkah, Allah SWT sudah menegaskan dalam Al-qur’an tentang pembelanjaan harta yang belum

---

<sup>15</sup> Ust. Segaf Hasan Baharun, *Bagaimanakah Anda Menunaikan Zakat Dengan Benar?*, Pasuruhan: Percetakan Ponpes Darullughah Wadda’wah, 2005, hal. 3

dinamakan zakat, tetapi berupa infak bagi mereka yang mempunyai kelebihan harta agar membantu bagi yang kekurangan.<sup>16</sup>

Pada masa khalifah Abu Bakar, mereka yang terkena kewajiban zakat tetapi enggan melakukannya diperangi dan ditumpas karena dianggap memberontak pada hukum agama. Hal ini menunjukkan betapa zakat merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar-tawar.<sup>17</sup> Di zaman Umar bin Abdul Aziz, salah satu khalifah masa pemerintahan Bani Umayyah berhasil memanfaatkan potensi zakat. Shadaqah dan zakat didistribusikan dengan cara yang benar hingga kemiskinan tidak ada lagi di zamannya, tidak ada lagi orang yang berhak menerima zakat maupun shadaqah.

Sebagai salah satu rukun Islam, zakat mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a. Membantu, mengurangi, dan mengangkat kaum fakir miskin dari kesulitan hidup dan penderitaan mereka.
- b. Membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh para mustahiq zakat.
- c. Membina dan merentangkan tali solidaritas sesama umat manusia.
- d. Menghilangkan sifat *bakhil* pemilik kekayaan dan penguasa modal.
- e. Menghindarkan penumpukan kekayaan perseorangan yang dikumpulkan di atas penderitaan orang lain.

---

<sup>16</sup> Muhammad, & Ridwan Mas'ud, *Zakat dan Kemiskinan, Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: UII Press, 2005, hal. 39

<sup>17</sup> Departemen Agama, *Pedoman Zakat 9 Seri*, Jakarta: Departemen Agama, 1996, hal. 176

- f. Mencegah adanya jurang pemisah kaya-miskin yang dapat menimbulkan kejahatan sosial.
- g. Mengembangkan tanggung-jawab perseorangan terhadap kepentingan masyarakat dan kepentingan umum.
- h. Mendidik untuk melaksanakan disiplin dan loyalitas seorang untuk menjalankan kewajibannya dan menyerahkan hak orang lain.<sup>18</sup>

Selain zakat, Rasulullah SAW juga menganjurkan kita menggalakkan infak, shadakah, dan kedermawanan lainnya seperti wakaf dan hibah. Baik zakat, infak, shadakah atau wakaf (ziswaf) merupakan syi'ar agama yang sangat utama. Hal tersebut dikarenakan, selain ziswaf merupakan perintah Allah SWT, di dalamnya juga tersimpan hikmah serta manfaat yang besar bagi hidup dan kehidupan manusia di dunia dan di akhirat. Beberapa manfaat yang akan dipetik dengan menggalakkan zakat, infak, shadakah dan wakaf yaitu sebagai berikut :

- a. Ziswaf merupakan amalan yang dapat menjauhkan kita dari siksa neraka.
- b. Ziswaf memiliki nilai pahala yang berlipat ganda.
- c. Ziswaf adalah amal kebajikan yang dapat memanjangkan umur.
- d. Ziswaf merupakan amalan yang tidak akan putus pahalanya.
- e. Ziswaf akan mendatangkan karunia Allah SWT.
- f. Ziswaf yang diberikan kepada mereka yang berhak menerima dengan tujuan untuk menolong dan membantu sesama, terlebih lagi

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, hal. 183

para janda dan anak yatim, kualitas pahalanya setara dengan berjihad di jalan Allah dan orang-orang yang berpuasa siang dan malam tanpa henti.

- g. Ziswaf untuk membantu meringankan beban sesama muslim merupakan kunci bagi terkabulnya do'a kita kepada Allah SWT.
- h. Ziswaf adalah benteng dan pelindung terhadap harta yang kita miliki.
- i. Banyak bersedekah maka Allah akan menjamin kesejahteraan ahli waris dan menyelamatkan kita dari kefakiran.
- j. Ziswaf akan menjadi pelindung dan penolong kita pada hari kiamat.
- k. Ziswaf dapat mempersatukan dua hati yang terpisah, menumbuhkan rasa persatuan dan persaudaraan, serta melahirkan perasaan cinta dan kasih sayang antar sesama muslim.<sup>19</sup>

### **3. Syarat-Syarat Harta Yang Wajib Dizakati**

#### **a. Milik penuh**

Harta tersebut harus berada dalam control dan kekuasaannya secara penuh dan dapat diambil manfaatnya secara penuh, serta didapatkan melalui proses pemilikan yang halal, seperti : usaha, warisan, pemberian negara atau orang lain, serta cara-cara lain yang sah. Sedangkan untuk harta yang diperoleh dengan proses

---

<sup>19</sup> Samsul Munir Amin & Haryanto Al-Fandi, *Etika Beribadah Berdasarkan Alquran & Sunnah*, Jakarta: Amzah, 2011, hal. 120

haram, maka harta tersebut tidak wajib untuk dizakati, sebab harta tersebut harus dikembalikan kepada yang berhak.

b. Berkembang

Harta tersebut merupakan harta yang dapat berkembang atau bertambah apabila diusahakan.

c. Mencapai *nishab*

Artinya adalah harta tersebut telah mencapai batas minimal dari harta yang wajib dizakati. Sedangkan untuk harta yang belum mencapai *nishab* terbebas dari zakat.

d. Lebih dari kebutuhan pokok

Artinya adalah apabila harta tersebut lebih dari kebutuhan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan minimal pemilik harta untuk kelangsungan hidupnya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan primer, misalnya sandang, pangan, dan papan.

e. Bebas dari hutang

Orang yang mempunyai hutang yang besarnya sama atau mengurangi *senishab* yang harus dibayar pada saat yang bersamaan, maka harta tersebut tidak wajib zakat.

f. Mencapai *haul*

Artinya adalah bahwa harta tersebut telah mencapai batas waktu bagi harta yang wajib dizakati, yaitu telah mencapai masa satu tahun. *Haul* hanya berlaku bagi harta berupa binatang ternak, harta perniagaan, serta harta simpanan. Sedangkan untuk hasil

pertanian, buah-buahan dan *rikaz* (barang temuan) tidak ada haulnya.<sup>20</sup>

#### 4. Distribusi Zakat

Dalam Al-qur'an telah dijelaskan bahwa zakat harus didistribusikan hanya untuk delapan golongan orang, seperti firman Allah dalam surat At-Taubah ayat 60 :

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

*Artinya* : “Sesungguhnya zakat-zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'alaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana”. (QS. At-Taubah:60).

Secara umum, sasaran pokok zakat dalam ayat tersebut adalah mereka yang secara ekonomi kekurangan. Kecuali *amil* dan *muallaf* yang sangat mungkin secara ekonomi berada dalam keadaan yang kecukupan. Karena itu, dalam pendistribusiannya, hendaknya mengedepankan upaya merubah mereka yang memang membutuhkan, sehingga setelah menerima zakat, dalam periode tertentu berubah menjadi pembayar zakat.

Umar bin Khattab berpendapat, bisa saja zakat dibagikan kepada salah seorang *mustahiq* saja, ataupun dibagi secara rata. Namun yang perlu dipertimbangkan adalah bahwa tujuan zakat adalah menjadikan mereka

---

<sup>20</sup> Ahmad Husnan, *Zakat Menurut Sunnah dan Zakat Model Baru*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1996, hal. 38

tidak lagi sebagai penerima, tetapi berubah menjadi *muzakki*. Dengan demikian, distribusi zakat dapat didasarkan kepada skala prioritas dan kebutuhan sesuai dengan kondisi masyarakat.

Distribusi zakat menurut mazhab Syafi'i tidak membolehkan pembayaran zakat hanya dalam satu kelompok saja karena merujuk pada surat At-Taubah ayat 60. Sedangkan menurut Hanafi, Maliki, dan Hanbali seperti halnya Umar bin Khattab, membolehkan pembagian zakat hanya kepada satu kelompok saja, bahkan mazhab Maliki menyatakan bahwa memberikan zakat kepada orang yang sangat membutuhkan dibandingkan kelompok lainnya adalah sunnah.<sup>21</sup>

Berikut ini sedikit dijelaskan mengenai siapa saja delapan kelompok (*asnaf*) yang berhak menerima zakat :

a. Orang fakir (*fuqara'*)

Orang fakir adalah orang yang tidak memiliki harta-benda dan pekerjaan yang mampu mencukupi kebutuhannya sehari-hari.

b. Orang miskin (*masakin*)

Pengertian yang biasa dipahami dari orang miskin adalah orang yang mempunyai pekerjaan halal tetapi hasilnya tidak dapat mencukupi kebutuhan hidupnya sendiri dan orang yang ditanggungnya.<sup>22</sup>

c. Panitia zakat (*amil*)

---

<sup>21</sup> Wahbah Az Zuhayly, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, terj, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1995, hal. 279

<sup>22</sup> Sahal Mahfud, *Dialog dengan Kiai Sahal Mahfud Solusi Problematika Umat*, Surabaya: LTN NU Jatim bekerjasama dengan Penerbit Ampel Suci Surabaya, 2003, hal. 145

Panitia zakat adalah orang yang bertugas untuk memungut harta zakat dan membagikannya kepada *mustahiq*.

d. *Mu'allaf*

Yang dapat dikatakan dalam kelompok ini adalah orang-orang yang lemah niatnya untuk memeluk Islam sehingga mereka diberi bagian dari zakat dengan maksud menundukkan hatinya agar keyakinan untuk memeluk Islam menjadi lebih kuat.

e. *Riqab*

*Riqab* atau budak yang dimaksud ulama' adalah para budak muslim yang telah membuat perjanjian dengan tuannya untuk dimerdekakan dan tidak memiliki uang untuk membayar tebusan atas dirinya. Tetapi di zaman sekarang perbudakan sudah tidak ada lagi.

f. Orang yang memiliki hutang (*gharim*)

Yaitu orang yang memiliki hutang bukan untuk dirinya sendiri melainkan orang yang memiliki hutang untuk kepentingan orang banyak.

g. *Sabilillah*

Jumhur ulama' berpendapat, maksud *sabilillah* adalah orang-orang yang berangkat berperang di jalan Allah dan tidak mendapat gaji dari pemerintah atau komando militernya. Makna *sabilillah* mempunyai cakupan yang luas, pemaknaan tersebut tergantung pada kondisi dan kebutuhan pada waktu tertentu. Dapat

dimasukkan ke dalam golongan ini seperti orang sholeh, pengajar keagamaan, dana pendidikan, dana pengobatan, dan lain-lain.

h. *Ibnu sabil*

Yang dimaksud adalah orang yang melakukan perjalanan untuk melaksanakan sesuatu dengan maksud baik dan diperkirakan tidak akan mencapai tujuannya jika tidak dibantu. Dalam konteks sekarang makna *ibnu sabil* bisa sangat banyak artinya, termasuk di dalamnya anak-anak yang putus sekolah dan anak-anak yang tidak punya biaya untuk mengenyam pendidikan yang layak.<sup>23</sup>

Selain orang-orang yang berhak menerima zakat, ada pula beberapa orang atau kelompok yang tidak boleh mendapat pembagian zakat, yaitu :

- a. Keturunan Nabi Muhammad SAW.
- b. Keluarga *muzakki* yang meliputi anak dan istri.
- c. Orang murtad

## **B. Amil Zakat**

Amil adalah orang atau lembaga yang ditunjuk untuk mengumpulkan zakat, menyimpannya, membaginya kepada yang berhak serta mengerjakan pembukuannya.<sup>24</sup> Hal terpenting dalam mengelola zakat adalah cara yang ditempuhnya dalam menghimpun dan mendayagunakan dana zakat. Hal itulah yang menjadi latar belakang perlu dibuatnya peraturan perundangan tentang pengelolaan zakat agar organisasi pengelola zakat tidak menempuh caranya masing-masing.

---

<sup>23</sup> Departemen Agama.....,hal. 128

<sup>24</sup> Baharun, *Bagaimanakah Anda.....*, hal. 44

Saat ini telah ada berbagai ketentuan perundangan yang mengatur masalah ini, yaitu : Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, UU No. 17 Tahun 2000, tentang Perubahan Ketiga atas UU No. 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan, Keputusan Menteri Agama No. 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, Keputusan Dirjen Bimas Islam dan Urusan Haji No. D/291 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Zakat. Tentunya dengan adanya aturan-aturan tersebut, pengelolaan zakat yang dilakukan oleh organisasi pengelola zakat diharapkan bisa lebih baik dengan kian meningkatnya kepercayaan masyarakat (muzakki) kepada organisasi pengelola zakat tersebut.<sup>25</sup>

Untuk membentuk lembaga amil zakat yang sepenuhnya diurus atas prakarsa masyarakat sendiri, dan secara resmi diakui pemerintah, maka menurut Keputusan Menteri Agama No. 581 Tahun 1999, bahwa pemerintah mengukuhkan, membina, dan melindungi lembaga amil zakat dengan syarat memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Berbadan hukum
2. Memiliki data muzakki dan mustahiq
3. Memiliki program kerja
4. Memiliki pembukuan
5. Bersedia untuk diaudit<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat.....*, hal. 69

<sup>26</sup> *Ibid*, hal. 77

Baitul Maal Hidayatullah merupakan Lembaga Amil Zakat dengan model organisasi masyarakat. Pengelolaan zakat dengan model *ormas* yaitu pengelolaan zakat yang menganut kultur dan pola kerja organisasi di bawah naungan ormas. Berbeda dengan model organisasi birokrasi dan organisasi bisnis, model ormas sangat pekat diwarnai oleh semangat kerja keras sekaligus kelonggaran yang tak terikat oleh batasan disiplin kerja.<sup>27</sup>

## C. Manajemen dalam Lembaga Pengelola Zakat

### 1. Pengertian Manajemen

Kata manajemen merupakan terjemahan langsung dari bahasa Inggris, yaitu *management* yang berarti *pengelolaan*. Secara istilah, manajemen dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, memotivasi, mengendalikan, dan mengembangkan segala upaya di dalam mengatur dan memberdayakan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>28</sup>

Menurut Follet seperti dikutip Fakhruddin, manajemen merupakan seni untuk melakukan sesuatu melalui orang lain. Dalam tataran ilmu, manajemen dipandang sebagai kumpulan pengetahuan yang dikumpulkan, disistematisasi, dan diterima berkenaan dengan kebenaran universal.<sup>29</sup>

Pada dasarnya manajemen merupakan rangkaian cara beraktifitas. Bagi seorang muslim, manajemen bisa menjadi wahana amal kebajikan. Di situ terdapat kesadaran untuk mengaplikasikan cara-cara bekerja dengan

---

<sup>27</sup> *Ibid*, hal. 160

<sup>28</sup> M. Sobry Sutikno, *Manajemen Pendidikan*, (Lombok: Holistica, 2012), hal. 4

<sup>29</sup> Fakhruddin, *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia*, Malang: UIN Malang Press, 2008, hal. 266

landasan ajaran Islam. Manajemen Islami tidak bebas. Kaidah *halal* dan *thayyib* menjadi nilai utama organisasi. Ini berlaku dari awal pengambilan keputusan, perencanaan hingga aplikasi dan evaluasinya yang tetap melandaskan pada nilai-nilai *halal* dan *thayyib*.<sup>30</sup>

## 2. Pemasaran

Pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Dalam pengertian baru pemasaran yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan. Jika pemasar mengetahui kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai superior, dan menetapkan harga, mendistribusikan serta mempromosikan produknya dengan efektif, produk-produk ini akan terjual dengan mudah.<sup>31</sup>

Suatu pekerjaan pasti didasari oleh niat dan tujuan yang ingin dicapai. Ketika perusahaan melakukan kegiatan pemasarannya, niat yang ada adalah mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Namun, dalam prinsip syariah, kegiatan pemasaran ini harus dilandasi oleh semangat ibadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin dengan tujuan untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Eri Sudewo, *Manajemen Zakat*, Ciputat: Institut Manajemen Zakat, 2004, hal. 77

<sup>31</sup> Sunarto, *Manajemen Pemasaran 2*, Yogyakarta: Adityamedia, 2006, hal. 5

<sup>32</sup> Hermawan Kartajaya & M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006, hal.

Dalam *syariah marketing* terdapat sembilan etika pemasar yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi *syariah marketer* dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu :

- a. Memiliki kepribadian spiritual (Taqwa)
- b. Berperilaku baik dan simpatik (Shiddiq)
- c. Berlaku adil dalam bisnis Al-‘Adl)
- d. Bersikap melayani dan rendah hati (Khidmah)
- e. Menepati janji dan tidak curang
- f. Jujur dan terpercaya (Al-Amanah)
- g. Tidak suka berburuk sangka (Su’uzh-zhann)
- h. Tidak suka menjelek-jelekkkan (Ghibah)
- i. Tidak melakukan suap/sogok (Riswah)<sup>33</sup>

Dalam lembaga amal zakat, pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan yang umumnya digunakan di Indonesia antara lain :

- a. Sosialisasi kepada masyarakat
- b. Menjadi market leader
- c. Melalui distribusi zakat.

Dengan sosialisasi, kesadaran dan kepedulian dapat dirawat dengan baik, yang akhirnya memperlancar aktivitas penggalangan dana. Penghimpunan merupakan aktivitas kreatif yang mencakup sosialisasi, penggalangan dana dan layanan donatur. Divisi penggalangan dana menyelenggarakan program sosialisasi, kerjasama media, intensifikasi

---

<sup>33</sup>*Ibid*, hal. 67

donatur seperti pengajian di perumahan atau perusahaan, seminar, presentasi ZISWAF, distribusi brosur, jemput zakat, gerai layanan, dan lain sebagainya.

### 3. Pelayanan (*Service*)

Dalam [ilmu ekonomi](#), jasa atau layanan adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer [kepemilikan](#). Christian Gronross mendefinisikan jasa sebagai proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan [karyawan](#) jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan kerap kali terjadi dalam jasa, sekalipun pihak-pihak yang terlibat mungkin tidak menyadarinya. Selain itu, dimungkinkan ada situasi di mana pelanggan sebagai [individu](#) tidak berinteraksi langsung dengan perusahaan jasa.<sup>34</sup>

Perusahaan didirikan untuk mendapatkan profit. Ada yang mengejar keuntungan jangka pendek, dan ada juga perusahaan yang berorientasi mengejar keuntungan jangka panjang. Perusahaan yang berorientasi jangka panjang selalu berupaya meningkatkan pelayanan pelanggannya dengan baik. Perusahaan yang sudah berjalan puluhan tahun maupun yang masih berkembang tidak terlepas dari upaya perusahaan itu sendiri dalam

---

<sup>34</sup> [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) diakses pada 20 Desember 2015

menjaga hubungan dan memberikan pelayanan yang semakin meningkat kepada pelanggannya.<sup>35</sup>

Untuk membangun sebuah sistem pelayanan yang baik, perlu diketahui dimensi kualitas pelayanan menurut Prof. Parasuraman, yang meliputi :

a. *Reliability* (keandalan)

Yaitu dimensi untuk mengukur keandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Ada 2 aspek dari dimensi ini, yaitu :

- 1) Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan.
- 2) Seberapa jauh perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada *error*, contoh: servis tidak berulang untuk nasabah yang sama dalam jangka waktu yang pendek.

b. *Assurance* (kepercayaan)

Yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *frontliner* staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggannya. Dalam dimensi ini terdapat 4 aspek, yaitu :

- 1) Keramahan (etika dan tata karma)
- 2) Kompetensi (*skill and knowledge*)
- 3) Kredibilitas (reputasi)

---

<sup>35</sup>Sian Yet, *Star Marketing For Everyone Business*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011, hal. 67

4) Security (keamanan)

c. *Tangible* (penampilan)

Yaitu penampilan fisik yang terlihat, antara lain: personel, perlengkapan, ruang kerja, kendaraan, materi komunikasi, dan faktor-faktor lain yang dapat terlihat.

d. *Empathy* (empati)

Yaitu kepedulian dan perhatian secara individual yang diberikan perusahaan dan staf kepada pelanggan. Pelanggan berharap egonya dapat dipenuhi, gengsinya dapat dijaga, dan mereka mau statusnya dihargai serta ditingkatkan secara terus-menerus oleh perusahaan penyedia jasa.

e. *Responsiveness* (ketanggapan)

Yaitu dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu.<sup>36</sup>

#### **4. Orientasi Terhadap Pelanggan (*Customer Orientation*)**

*Chief Executive Officer* (CEO) zaman sekarang dituntut untuk mau dan mampu menunjukkan pada para pegawainya dalam bentuk laporan keuangan, bagaimana para pegawai dan perusahaan akan menjadi bertambah kaya jika setiap orang dalam perusahaan memfokuskan diri dalam menyampaikan nilai-nilai yang berharga bagi para pelanggannya. Para pelanggan akan membelanjakan lebih banyak uang mereka, dan hal

---

<sup>36</sup> *Ibid*, hal. 69

ini akan mengakibatkan pengeluaran biaya yang lebih sedikit dari pihak perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan ini. Setiap orang akan diuntungkan, dan penghargaan khusus akan diberikan pada pegawai yang menyumbangkan layanan pelanggan secara menonjol.

Tugas CEO dimulai dengan merekrut pegawai-pegawai yang tepat. Lalu hendaknya dilakukan pemeriksaan apakah para calon pegawai tidak hanya memiliki keahlian yang tepat, tetapi juga sikap dan cara pandang yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh perusahaan. Kemudian orang-orang yang direkrut diberi pelatihan paling tidak selama satu minggu untuk mengajarkan kepada para pegawai baru tersebut pengalaman-pengalaman dan pelayanan apa saja yang perusahaan inginkan untuk didapat oleh para pelanggan perusahaan tersebut. Pola pikir para pelanggan tidak dapat terbentuk dengan begitu saja. Untuk membentuknya, harus dilakukan perencanaan yang matang, implementasi yang akurat, dan diberi penghargaan yang setimpal.

Namun demikian, banyak perusahaan yang cenderung memberi dua pesan yang saling bertentangan bagi para pegawainya. Banyak perusahaan melatih para pegawainya untuk menjunjung tinggi setiap pelanggannya. Segalanya untuk pelanggan. Namun, di saat yang sama mereka juga menyadari bahwa tingkat penghargaan yang diberikan setiap pelanggan pada perusahaan adalah berbeda-beda (terlihat dari dampak masing-masing pelanggan atas meningkatnya pendapatan perusahaan) dan karenanya harus mendapat pelayanan yang berbeda-beda pula. Pelajaran

yang dapat diambil yaitu : perlakukanlah semua pelanggan dengan sebaik-baiknya tanpa perlu menyediakan pelayanan yang sama bagi setiap orang.<sup>37</sup>

## **5. Konsep Pelayanan Prima (*Service Excellent*)**

Kebutuhan yang tidak terpenuhi menciptakan ketegangan dan hal ini membangkitkan motif dan keinginan. Motif dan keinginan berbeda dari kebutuhan dan hal itu timbul dari kontak dengan lingkungan dan bukan bawaan lahir pada manusia. Kebutuhan-kebutuhan yang sama akan membangkitkan motif dan keinginan yang berbeda. Hal itu tertuju kepada tujuan dalam arti berperan ke arah pemuasan suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi dan berarti mengurangi ketegangan dan hal itu sering mengenyangkan tidak seperti kebutuhan yang sering tidak mengenyangkan.

Motif dan keinginan telah memungkinkan pemasar (perusahaan) untuk menggambarkan lebih jelas bagaimana dia dapat memuaskan kebutuhan konsumen/pelanggannya. Hal itu akan mempengaruhi periklanannya, penetapan harga produk, kebijaksanaan saluran distribusinya, serta bentuk pelayanan terhadap konsumen.<sup>38</sup>

Untuk mengetahui dan mendapatkan calon konsumen atau pelanggan, kita harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

---

<sup>37</sup> Philip Kotler, *Marketing Insights From A to Z*, Jakarta: Erlangga, 2004, hal. 40

<sup>38</sup> M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2002, hal.

a. Sifat-sifat penjual yang disenangi konsumen

Para penjual atau perusahaan perlu memiliki sifat-sifat yang baik. Sifat-sifat yang baik menurut konsumen antara lain :

- 1) Jujur dalam memberikan informasi
- 2) Pengetahuan yang baik tentang produk yang dijual (menguasai)
- 3) Tahu kebutuhan konsumen
- 4) Pribadi yang menarik
- 5) Cepat dan terampil dalam melayani konsumen;
- 6) dan lain sebagainya.

b. Menciptakan suasana yang menyenangkan

Langkah-langkah yang dapat dijalankan untuk menciptakan suasana yang menyenangkan bagi pelanggan adalah :

- 1) Buatlah suasana persahabatan yang erat
- 2) Besarkanlah perasaan hati konsumen agar merasa dirinya itu dihormati dan dianggap penting
- 3) Tanamkanlah kepercayaan pada dirinya agar ia mempunyai inspirasi atau niatan untuk membeli produk/jasa kita
- 4) Berikanlah jalan untuk mempermudah konsumen dalam menentukan keputusan berdasarkan apa yang ia butuhkan.

c. Mengadakan pendekatan terhadap pelanggan

Cara-cara untuk mengadakan pendekatan terhadap calon pelanggan yang dapat dilakukan antara lain :

- 1) Memberi salam, ucapan selamat datang, terimakasih, dan lain-lain
- 2) Tidak tergesa-gesa (menunggu dengan sabar) jika pelanggan belum menentukan pilihan/keputusan
- 3) Pendekatan dagang, yaitu berupa ajakan-ajakan untuk mempengaruhi pelanggan agar membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan
- 4) Menaruh perhatian kepada setiap pelanggan tanpa adanya diskriminasi.

d. Prinsip *The Customer is King*

Hormati dan perlakukan setiap pelanggan seperti seorang raja. Penjual harus menyediakan diri untuk membantu dan melayani pelanggan tanpa merasa jemu dan mengeluh. Pelanggan perlu mendapatkan pelayanan sesuai keinginannya agar dapat merasa puas tanpa melanggar batas-batas kepatutan. Berikut adalah 11 prinsip *the customer is king*, yaitu :

- 1) Konsumen adalah orang penting dalam dunia usaha
- 2) Konsumen tidak tergantung pada kita, namun sebaliknya kita tergantung padanya
- 3) Konsumen bukan pengganggu atas pekerjaan kita, tetapi merupakan tujuan usaha kita (pemilik usaha)

- 4) Konsumen berbuat kepada kita sebagai suatu hal yang menyenangkan, maka kita jangan melakukan hal yang sebaliknya
- 5) Konsumen adalah bagian dari usaha dan kegiatan kita
- 6) Konsumen sama halnya dengan kita, yaitu dengan perasaan dan emosinya
- 7) Konsumen bukanlah lawan berdebat, tetapi kawan-kawan yang bersahabat
- 8) Konsumen seseorang yang membawa kebutuhan kepada kita dan tugas kita untuk memenuhinya
- 9) Konsumen adalah orang yang harus dilayani dan dimengerti dengan penuh perhatian
- 10) Konsumen adalah orang yang memungkinkan membuat keuntungan bagi pendapatan kita
- 11) Konsumen adalah jiwa penghidupan bagi dunia usaha.<sup>39</sup>

## **D. Kepuasan**

### **1. Pengertian Kepuasan**

Menurut Philip Kotler kepuasan diartikan sebagai rasa senang, lega, atau kecewa pelanggan yang membandingkan kesannya terhadap produk atau jasa yang dia beli dihubungkan dengan manfaat yang dia harapkan.<sup>40</sup> Hal tersebut ditambahkan kembali oleh Kotler dan Keller (2009) yaitu konsumen yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk

---

<sup>39</sup> *Ibid*, hal. 108

<sup>40</sup> Kotler, *Marketing Insights*, hal. 49

waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk yang lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain dan tidak terlalu sensitif terhadap harga.

Sebaliknya, apabila konsumen kecewa dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu menurunkan jumlah konsumen karena konsumen tidak tertarik lagi untuk menggunakan jasa maupun produk suatu perusahaan sehingga akan berdampak pada penurunan laba. Untuk menjaga kepuasan pelanggan tersebut, maka perusahaan harusnya melakukan apa yang disebut dengan *integrated marketing* (pemasaran terpadu) dimana artinya adalah suatu keterpaduan di antara para karyawan secara bersama-sama memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen.<sup>41</sup>

Dalam hal zakat, pengelolaan zakat sudah seharusnya memanfaatkan manajemen sebagai sarana untuk mencapai tujuan penunaian zakat. Selain itu, ia juga seharusnya menjalankan fungsi-fungsi manajemen agar kinerja pengelolaan zakat dapat dicapai secara efektif dan efisien. Bahkan, BAZ dan LAZ pun dengan sendirinya dituntut untuk mempertajam orientasi pengelolaan agar dari waktu ke waktu kinerja pemberdayaan umat melalui pemanfaatan dana zakat bisa berkembang secara lebih sehat dan dampak positifnya semakin dirasakan segenap masyarakat, khususnya oleh muzakki dan mustahiq yang puas

---

<sup>41</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2006, hal. 168

dengan kinerja pengelola zakat tersebut, dan lebih jauh lagi bagi peningkatan kualitas kesejahteraan umat dan masyarakat pada umumnya.<sup>42</sup>

## **2. Standar Kepuasan**

Pihak yang paling mampu mengungkapkan kepuasan atas produk, baik barang atau jasa, hanyalah para pelanggan sendiri, karena merekalah yang mengkonsumsinya.

Dalam menentukan standar kepuasan, pihak perusahaan pembuat produk atau pembentuk jasa hanya akan mampu memperkirakan, mereka-reka, dan mencoba mengarahkan produk barang atau jasanya ke arah kepuasan konsumen berdasarkan tanggapan pelanggan di masa lalu yang didapat dari hasil riset/penelitian.

Pelaksanaan penelitian kepuasan pelanggan biasanya ditujukan untuk meneliti tingkat kepuasan pelanggan, antara lain :

- a. Mengukur kepuasan pelanggan atas kemudahan didapatnya barang atau jasa (menyangkut kelancaran distribusi atau penyebaran).
- b. Mengukur kepuasan pelanggan melalui kualitas barang atau jasa.
- c. Mengukur kepuasan pelanggan melalui nilai barang atau jasa.
- d. Mengukur kepuasan berdasarkan keyakinan pelanggan atau produk yang digunakannya dibandingkan dengan produk lainnya.

Pada hakekatnya pelayanan ditujukan untuk mengoptimalkan kepuasan para pelanggan internal dan eksternal. Semua manajemen

---

<sup>42</sup> Khasanah, *Manajemen Zakat*, hal. 68

perusahaan, termasuk para pesaing, akan melakukan pelayanan dengan orientasi yang sama, yaitu mengoptimalkan kepuasan pelanggan.

Karena bukan perusahaan kita saja yang berupaya meningkatkan kinerja pelayanan untuk kepuasan konsumen, maka dari waktu ke waktu kita harus mau meningkatkan kemampuan pelayanan dengan berbagai cara, antara lain melalui pendekatan kemauan (*willingness*) yang disingkat dengan istilah “wts” atau “kum”, yaitu *willing to see* (kemauan untuk melihat), *willing to say* (kemauan untuk mengatakan/membicarakan), *willing to save* (kemauan untuk menyimpan), *willing to solve* (kemauan untuk memecahkan masalah) sehingga timbul kesadaran yang berupa kemauan untuk melayani (*willing to serve*).

Pelayanan yang baik baru akan terlaksana bilamana kita benar-benar mempunyai kemauan untuk melayani. Pelayanan tidak akan efektif dan berhasil memuaskan pelanggan secara optimal bila kita sedang tidak mempunyai kemauan untuk melayani. Bila memaksakan diri melakukan pelayanan dalam keadaan demikian, yang akan muncul hanyalah kinerja layanan yang buruk, atau bahkan mungkin akan menimbulkan konflik antara kita dengan pelanggan (internal/eksternal), yang akhirnya akan menurunkan reputasi diri dan organisasi/perusahaan.

Dengan demikian, usahakanlah untuk tidak melakukan interaksi dengan siapapun ketika kita sedang tidak ada kemauan untuk melakukan sesuatu. Menghindarlah sejenak dari kemungkinan untuk berinteraksi,

dan melayani siapapun. Mintalah bantuan kepada rekan kerja untuk menggantikan sementara dengan terlebih dahulu menyatakan alasan yang masuk akal. Kemudian, merenunglah dan tenangkan diri. Berfikirlah dengan motif yang positif. Segera bersiap melanjutkan pekerjaan setelah kita mampu menguasai diri.

Keberhasilan di dalam melayani tidak hanya sekedar tertumpu pada kemauan saja, tetapi juga harus pula didasarkan pada *power, ability, morality, integrity, dan total accountability*.

a. Kekuatan (*power*)

Kekuatan adalah yang berkaitan dengan kewenangan (otoritas) untuk melakukan tindakan-tindakan yang berkaitan dengan suatu pelayanan dan kekuatan kepribadian seseorang yang menjalankannya.

b. Kemampuan (*ability*)

Seseorang yang melakukan pelayanan harus mempunyai kemampuan yang baik. Ia harus mengetahui pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam bidangnya.

c. Moral (*morality*)

Moral dari seseorang yang melakukan tindakan pelayanan harus baik karena pelayanan yang baik hanya muncul dari seseorang yang bermoral baik.

d. Integritas (*integrity*)

Untuk menghasilkan pelayanan prima bagi pelanggan, seseorang harus mempunyai integritas yang tinggi kepada pekerjaan dan organisasi/perusahaan dimana ia bekerja.

e. Tanggungjawab Total (*Total Accountability*)

Seseorang harus dapat menjalankan pekerjaannya dengan sungguh-sungguh, karena kesungguhan dalam bekerja merupakan wujud tanggungjawab total, baik bagi diri sendiri, organisasi/perusahaan, pelanggan internal, maupun pelanggan eksternal.<sup>43</sup>

## E. Penelitian Terdahulu

Mus'ab (2011) meneliti tentang pengaruh religiusitas, tingkat penghasilan, dan layanan terhadap minat muzakki untuk membayar zakat maal di Lazis NU. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah faktor-faktor seperti religiusitas, tingkat penghasilan, dan layanan berpengaruh terhadap kepuasan muzakki untuk membayar zakat khususnya pada Lazis NU. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas, tingkat penghasilan, dan layanan berpengaruh terhadap kepuasan muzakki untuk membayar zakat di Lazis NU.

Wahid dkk (2006) meneliti faktor-faktor yang menentukan kesadaran dalam membayar zakat. Masalah dalam penelitian ini adalah bahwa kesadaran masyarakat untuk membayar zakat maal tidak seperti kesadaran untuk membayar zakat fitrah dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap

---

<sup>43</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004, hal. 50

institusi zakat cenderung rendah. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan untuk melihat faktor apa saja yang menyebabkan rendahnya kesadaran pembayaran zakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling signifikan dalam kesadaran membayar zakat adalah faktor kepuasan muzakki terhadap kualitas pelayanan zakat. Ketika muzakki merasa puas terhadap layanan yang diberikan amil zakat, maka tingkat kesadaran untuk berzakat akan naik.

Takidah Erika (2004) Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Badan Amil Zakat Nasional pada Kepuasan dan Kepercayaan Muzakki. Pada tesis ini menggunakan model populasi dan sampel yang diambil dari muzakki yang terdaftar sebagai muzakki BAZNAS dengan batasan yang berdomisili di DKI Jakarta. Dimensi variabelnya adalah : Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible. Kesimpulannya adalah : kualitas jasa BAZ berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki. Kepuasan muzakki BAZ berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki LAZ. Kepercayaan muzakki BAZ terhadap persepsi kepuasan jasa amil zakat, berpengaruh positif terhadap komitmen muzakki LAZ. kepercayaan muzakki BAZ berpengaruh positif terhadap komitmen muzakki BAZ. Yang paling berpengaruh pada komitmen nasabah pengguna jasa amil zakat adalah komitmen yang disebabkan oleh relationship termination cost.

Emmy Hamidiyah (2004) Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengumpulan Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf & Kurban pada Lembaga Pengelola Zakat (Studi Kasus: Dompot Dhuafa Republika). Model persamaan

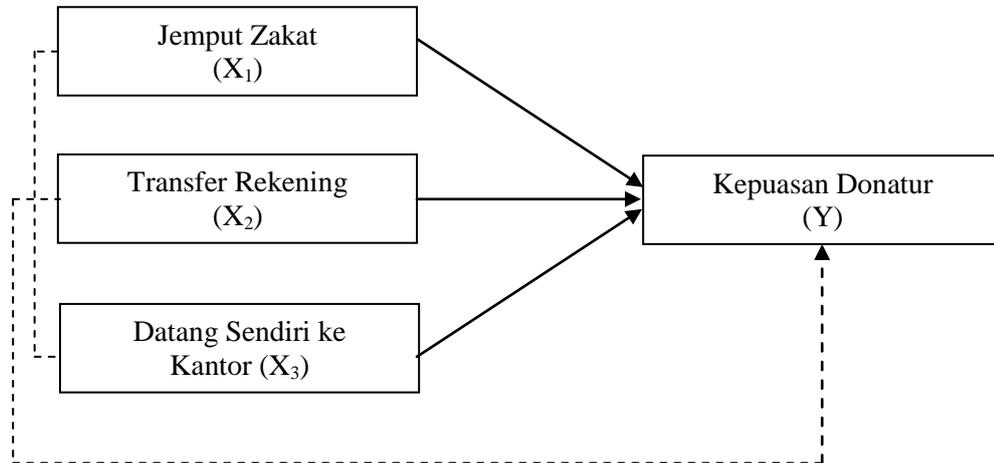
meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengumpulan zakat, infak, sedekah, wakaf dan urban, dana sosial keagamaan, tingkat kesejahteraan dan beragama di masyarakat. Variabel dari penelitian ini terdiri pengumpulan ZISWK sebagai variabel terikat dan biaya promosi, jumlah jaringan, regulasi dan moment sebagai variabel bebas. Kesimpulan dari tesis ini adalah : faktor-faktor yang mempengaruhi pengumpulan ZISWK pada lembaga pengelola zakat di Jakarta adalah biaya promosi, jumlah jaringan, regulasi dan momen bulan Ramadhan dan Dzulhijjah, serta dijelaskan 75,5% variabel pengumpulan ZISWK.

Mustikorini Indrijatiningrum (2004) Zakat Sebagai Alternatif Penggalangan Dana Masyarakat untuk Pembangunan. Pada tesis ini menggunakan model SWOT mengenai manajemen strategis pengelolaan zakat. Pada bagian kesimpulan tertera pelaksanaan zakat di Indonesia masih jauh dari pelaksanaan ideal yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad S.A.W. prioritas kebijakan perlu dilakukan penerapan sanksi bagi yang tidak melakukan kewajiban berzakat; meningkatkan kualitas sumber daya manusia untuk meningkatkan profesionalisme, kredibilitas, akuntabilitas, dan transparansi lembaga pengelola zakat.

#### **F. Kerangka Berfikir**

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Gambar 2.1.  
**Skema Kerangka Berfikir**



Sumber : *Data Diolah dari BMH Tulungagung*

Keterangan :

Masing-masing donatur BMH Tulungagung memiliki standar kepuasan yang berbeda satu sama lain terhadap sistem layanan yang ditawarkan oleh lembaga, yakni jemput zakat, transfer rekening, atau datang sendiri ke kantor. Tiap layanan tersebut kemudian dapat menimbulkan kepuasan yang berbeda dari setiap donatur. Oleh sebab itu, dengan diadakannya beberapa pilihan layanan di BMH Tulungagung akan memberikan rasa puas terhadap kinerja lembaga selaku pengelola dan zakat, infak, sedekah, wakaf, maupun bentuk hibah lainnya karena telah berusaha memaksimalkan potensi sumber daya manusianya guna memenuhi kebutuhan *muzakki*, dalam arti memudahkan bagi donatur yang ingin menyalurkan donasinya kepada BMH Tulungagung sesuai dengan apa yang menjadi tujuan lembaga. Dari sini nantinya akan dapat diketahui pula sistem layanan manakah yang dirasa paling memuaskan bagi sebagian besar donatur.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

##### 1. Pendekatan Penelitian

Terdapat tiga macam metode penelitian bila dilihat dari landasan filsafat yaitu metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif, dan metode penelitian kombinasi (*mixed method*).<sup>44</sup> Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>45</sup> Dalam penelitian ini metode yang akan digunakan untuk melakukan penelitian adalah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

##### 2. Jenis Penelitian

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang mencari hubungan antara satu atau beberapa variabel dengan variabel lain. Dalam penelitian asosiatif terdapat tiga bentuk hubungan yang mendasarinya, yaitu hubungan simetris, hubungan kausal, dan hubungan interaktif/resiprokal/timbal balik. Penelitian ini mengacu pada hubungan kausal dimana menunjukkan hubungan yang bersifat sebab akibat dengan menunjukkan adanya variabel independen (variabel yang

---

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*....., hal. 9

<sup>45</sup> *Ibid*, hal. 11

mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).<sup>46</sup> Dalam penelitian ini komunikasi, kepercayaan dan kepuasan sebagai variable independen serta loyalitas sebagai variable dependen.

## **B. Variabel Penelitian**

Variabel adalah sesuatu yang nilainya dapat berubah-ubah. Nilai dapat berbeda pada waktu yang berbeda untuk objek atau orang yang sama, atau nilai dapat pula berbeda dalam waktu yang sama untuk orang atau objek yang berbeda. Secara konseptual, variabel dapat dibedakan menjadi lima bagian utama yaitu:<sup>47</sup>

### **1. Variabel Dependen**

Variabel ini sering juga disebut dengan variabel terikat atau variabel tidak bebas, yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Variabel ini dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen.

### **2. Variabel Independen**

Variabel ini sering juga disebut dengan variabel bebas, variabel stimulus, prediktor, atau *antecedent*. Variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif maupun negatif bagi variabel dependen lainnya.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kepuasan donatur sebagai variabel terikat (dependen) Y dan sistem layanan lembaga amil zakat sebagai variabel bebas (independen) X. variabel bebas tersebut terdiri dari : jemput zakat (X<sub>1</sub>), transfer rekening (X<sub>2</sub>), dan datang sendiri ke kantor (X<sub>3</sub>).

---

<sup>46</sup> *Ibid*, hal. 61-62

<sup>47</sup> Puspowarsito, *Metode Penelitian Organisasi dengan Aplikasi Program SPSS*, Bandung: Humaniora, 2008, hal. 49-54

### C. Populasi Penelitian

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh muzakki yang menjadi donatur tetap di BMH Tulungagung dimana jumlahnya adalah 178 jiwa.

### D. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>48</sup> Untuk penelitian ini sampel diambil dengan menggunakan teknik *random sampling/probability sampling* dengan *simple random sampling*, dimana nantinya sampel tersebutlah yang akan menjadi objek dalam penelitian ini.<sup>49</sup> Teknik dan sampel yang peneliti gunakan secara acak, tanpa memandang sampel atas dasar strata atau status sosial dari segi apapun. Sampel yang peneliti ambil adalah donatur di BMH Tulungagung yang jumlahnya telah ditentukan berdasarkan perhitungan suatu rumus.

Ada beberapa rumus logis untuk digunakan dalam pengambilan jumlah anggota sampel dari suatu teknik sampling yang digunakan dalam penelitian kuantitatif, diantaranya:

#### a. Pendapat Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

#### b. Interval Penaksiran

---

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2012, hal. 120

<sup>49</sup> Sumadi Suryabrat, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, hal.

Untuk menaksir parameter rata-rata ml

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

c. Pendekatan Isac Michael

Untuk menentukan sampel untuk menaksir parameter rata-rata

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2 + Z^2S^2}$$

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel penelitian

berdasarkan rumus berdasarkan pendapat Slovin yaitu  $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$  dimana:

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

$e^2$  = Presentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sampel yang masih dapat ditoleransi.

Dan perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{8000}{1 + 8000(0,1)^2}$$

$$n = 98,76$$

Berdasarkan rumus slovin tersebut dengan tingkat kesalahan 5% maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 123,18 sampel, namun karena subjek bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 125 sampel.

## E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah, atau mengumpulkan,

mengolah, menganalisa dan menyajikan data-data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis.<sup>50</sup> Jadi semua alat yang bisa mendukung suatu penelitian bisa disebut instrumen penelitian. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti.

Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Peneliti mungkin menggunakan alat-alat bantu untuk mengumpulkan data seperti kertas yang berisi koesioner yang nantinya dibagikan kepada objek penelitian, printer, komputer/*notebook* dengan program *SPSS*, dan kalkulator. Tetapi kegunaan atau pemanfaatan alat-alat ini sangat tergantung pada peneliti itu sendiri sehingga fungsinya dapat dimanfaatkan secara maksimal guna memperoleh hasil penelitian yang akurat.

## **F. Sumber Data dan Skala Pengukuran**

### **1. Sumber Data**

Sumber data utama dalam penelitian ini menggunakan data primer, dimana penelitian menggunakan kuesioner untuk mengetahui respon dari responden. “Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan”. Kegiatan memberikan angka dan data yang dikuantifikasikan dan menghitungnya untuk jawaban setiap responden. Untuk skor dari setiap jawaban dari setiap pertanyaan

---

<sup>50</sup>Mardalis, *Metodologi Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010, hal. 61.

ditentukan sesuai dengan tingkat pilihan dari peneliti, seperti sebagai berikut:<sup>51</sup>

- (a) Skor 5 bila pada jawaban angket memilih alternatif a (SS)
- (b) Skor 4 bila pada jawaban angket memilih alternatif b (S)
- (c) Skor 3 bila pada jawaban angket memilih alternatif c (N)
- (d) Skor 2 bila pada jawaban angket memilih alternatif d (TS)
- (e) Skor 1 bila pada jawaban angket memilih alternatif e (STS)

## 2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. Berbagai skala sikap yang dapat digunakan untuk penelitian Administrasi, Pendidikan dan Sosial antara lain adalah:<sup>52</sup>

### a. Skala Likert

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan

---

<sup>51</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya: Airlangga University Press, 2001, hal. 128

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*....., hal. 135-141

menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor. Sedangkan instrumen penelitian yang menggunakan skala *likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.

Tabel 3.1.

**Skala Likert**

**Alternatif jawaban dengan skala Likert**

Simbol	Alternatif jawaban	Nilai
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono 2012

b. Skala Guttman

Skala pengukuran dengan tipe ini, akan didapat jawaban yang tegas, yaitu “ya-tidak”, “benar-salah”, “pernah-tidak pernah”, “positif-negatif” dan lain-lain. Data yang diperoleh dapat berupa data interval atau rasio dikotomi (dua alternatif). Jadi kalau pada skala *likert* terdapat 3,4,5,6,7 interval dari kata “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”, maka pada skala *guttman* hanya ada dua interval yaitu “setuju” atau “tidak setuju”. Penelitian menggunakan *skala guttman* dilakukan bila

ingin mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang dinyatakan.

c. *Semantic Differential*

Skala pengukuran yang berbentuk *semantic differential* dikembangkan oleh *Osgood*. Skala ini juga digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “sangat positif” terletak di bagian kanan garis dan jawaban “sangat negatif” terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang dimiliki seseorang.

d. *Rating Scale*

Dari ketiga skala pengukuran seperti yang telah dikemukakan, data yang diperoleh semuanya adalah skala kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan. Tetapi dengan *rating scale* data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif.

Dan dalam penelitian ini, penelitian menggunakan skala *likert* sebagai skala pengukuran, dimana menurut peneliti skala ini cukup simpel dan tidak berbelit-belit. Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dalam penelitian dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengamatan.<sup>53</sup> Macam-macam teknik pengumpulan data dalam penelitian yaitu:<sup>54</sup>

### **1. Teknik Wawancara**

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden.

### **2. Teknik Kepustakaan**

Pengumpulan teori yang berhubungan dengan pembahasan penulisan ini dengan mempelajari dan mengutip teori dari berbagai buku dan literatur yang terdapat di perpustakaan maupun hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penulisan ini.

### **3. Teknik Penyebaran Angket**

Memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk mengetahui tanggapan maupun jawaban yang berkaitan dengan penelitian ini secara objektif, daftar pertanyaan ini disebut juga angket. Angket adalah daftar pertanyaan yang di distribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran angket, angket tersebut disebarkan kepada sebanyak 125 orang donatur sebagai responden.

---

<sup>53</sup> Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011, hal.83

<sup>54</sup> Nasution, *Metode Research*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009, hal. 128

## H. Teknik Analisis Data

Penelitian ini termasuk survei dan analisis kasus dengan mengambil sampel dari populasi yang menggunakan instrument kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data utama. Kemudian dianalisis dengan statistik inferensial yang dimaksudkan untuk menganalisis data sampel yang akan digeneralisasi kepada populasinya.

Tahap-tahap pengujian dilakukan terdiri dari pengujian kualitas data, pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>55</sup> Untuk menentukan suatu item layak digunakan atau tidak, maka batas nilai minimal korelasi 0,30 bisa digunakan. Menurut Azwar (1999) semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya pembedanya dianggap memuaskan. Jadi item yang memiliki nilai koefisien korelasi dibawah 0,30 dianggap tidak valid.<sup>56</sup> Hal tersebut juga didukung oleh Sugiyono dan Wibowo (2004),

---

<sup>55</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, hal. 42

<sup>56</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta: ANDI, 2012, hal. 184

Suyuthi (2005) dan Sugiyono (2004) yang menyatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.<sup>57</sup>

#### b. Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Croanbach Alpha* lebih besar dari 0,60.<sup>58</sup>

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran dapat dipercaya dalam artian hasil pengukuran tersebut relatif konsisten jika dilakukan pengukuran berulang. Pengujian reliabilitas digunakan untuk menguji seberapa konsisten mereka dalam menjawab kuisisioner. Pengujian reliabilitas ini menggunakan cara *one shot* atau sekali ukur yang terdapat dalam fasilitas SPSS yaitu dengan mencari nilai *alpha*. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien *alpha cronbach*. Koefisien *alpha cronbach* yang lebih dari nilai  $r_{tabel}$  disebut reliabel atau jika  $\alpha > 0,60$ .

---

<sup>57</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2009, hal. 105

<sup>58</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2005, hal. 129

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan uji kolmogrov-smirnov. Hasil pengujian ini akan dibandingkan dengan nilai signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 5% atau 0,05. Jika nilai probabilitas yang diperoleh lebih dari 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal.<sup>59</sup>

### b. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pada model regresi linier nilai residual tidak boleh ada hubungan dengan variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser menggunakan program SPSS versi 16.0. Apabila hasil regresi untuk masing-masing variabel menunjukkan hasil signifikansi di atas tingkat kepercayaan atau signifikansi 5%, maka model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas<sup>60</sup>

### c. Uji Multikolinieritas

---

<sup>59</sup> *Ibid*, hal. 83

<sup>60</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis*, (2011), hal. 37

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat pada tolerance value atau Variance Inflation Factor (VIF). Apabila tolerance value di bawah 0,10 atau nilai Variance Inflation Factor (VIF) di atas 10, maka terjadi multikolinieritas. Apabila ternyata terdapat multikolinieritas maka salah satu variabel harus dikeluarkan dari persamaan.<sup>61</sup>

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis guna mengetahui pengaruh antara variabel independen (sistem layanan jemput zakat, transfer rekening, dan datang sendiri ke kantor) dan variabel dependen (kepuasan donatur LAZ BMH Tulungagung). Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$KD = a + b_1JZ + b_2TR + b_3DSK + e$$

Dimana :

KD : Kepuasan Donatur pada LAZ BMH Tulungagung

a : Konstanta

b1, b2, b3 : Koefisien regresi

JZ : Jemput Zakat

---

<sup>61</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis*, (2005), hal. 225

TR : Tingkat Rekening

DSK : Datang Sendiri ke Kantor

e : error

Toleransi kesalahan ( $\alpha$ ) yang ditetapkan sebesar 5% dengan signifikansi sebesar 95%.

b. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

c. Uji F

Bila tingkat signifikansi lebih kecil atau sama dengan 5%, maka data penelitian dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan fit.<sup>62</sup>

d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adjusted- $R^2$  diperoleh dengan rumus sebagai berikut<sup>63</sup>:

---

<sup>62</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis*, (2005), hal. 84

$$\text{Adjusted-R}^2 = 1 - (1 - R^2) \frac{n-1}{n-k}$$

Keterangan:

Adjusted-R<sup>2</sup> : Koefisien determinasi disesuaikan

R<sup>2</sup> : Koefisien determinasi

n : Jumlah sampel pengamatan

k : Jumlah variabel

---

<sup>63</sup> Damodar Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, Buku 1 Edisi 5, Jakarta: Salemba Empat, 2010, hal. 261

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

##### 1. Letak Geografis BMH Tulungagung

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tulungagung, yang merupakan salah satu Kabupaten yang ada di wilayah Propinsi Jawa Timur. Secara geografis, Kabupaten Tulungagung terletak pada posisi 111,43°-112,07° Bujur Timur dan 7,5°-8,18° Lintang Selatan. Batas wilayah sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Kediri, di sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Blitar, di sebelah Selatan berbatasan dengan Samudra Hindia, sedangkan sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Trenggalek. Luas wilayah Kabupaten Tulungagung mencapai 1.150,41 km, dan terbagi menjadi 19 Kecamatan serta 271 Desa atau Kelurahan.<sup>64</sup> Sedangkan lokasi penelitian Lembaga Amil Zakat Nasional Baitul Maal Hidayatullah Tulungagung terletak di Jl. I Gusti Ngurahrai gg. VI/75D, Bago. Atau lebih tepatnya perempatan RS Bhayangkara ke timur kurang lebih 500 meter, pertigaan ke utara kurang lebih 5 rumah, timur jalan. Dengan Telp. (0355) 5238116.

---

<sup>64</sup> Badan Pusat Statistik, *Kabupaten Tulungagung dalam Angka*, Tulungagung: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2004, hal. 3

## **2. Visi dan Misi Baitul Maal Hidayatullah**

### a. Visi BMH

Menjadi lembaga amil zakat yang terdepan dan terpercaya dalam memberikan pelayanan kepada umat.

### b. Misi BMH

(1) Meningkatkan kesadaran umat untuk melaksanakan kewajiban zakat dan peduli terhadap sesama, (2) Mengangkat kaum lemah (dhuafa') dari kebodohan dan kemiskinan menuju kemuliaan & kesejahteraan., (3) Menyebarkan syiar Islam dalam mewujudkan peradaban Islam.<sup>65</sup>

## **3. Legalitas Formal Baitul Maal Hidayatullah**

- a. SK Menteri Agama No.538 Th.2001 sebagai LAZNAS.
- b. SK Menteri Agama No.425 Th.2011 sebagai LAZNAS (penyesuaian UU. No.23 Th.2011).
- c. Akte Notaris Lilik Kristiwati, SH tgl 26 Februari 2001.
- d. SK Menkumham AHU-AH.01.08-210. tgl.15 April 2011.
- e. NPWP 2.028.581.3-002 .
- f. Izin Domisili 018/SRHJ/ IV/2011.
- g. Izin Operasional 011.12510.13/1.848 B.<sup>66</sup>

## **4. Kiprah Baitul Maal Hidayatullah**

Sebagai wujud upaya membangun kepercayaan masyarakat, maka pemerintah menetapkan Undang-Undang No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, dan hasilnya Baitul Maal Hidayatullah merupakan

---

<sup>65</sup> *Visi dan Misi BMH*, dalam [www.bmh.or.id](http://www.bmh.or.id), diakses 3 Maret 2016

<sup>66</sup> *Legalitas Formal BMH*, dalam [www.bmh.or.id](http://www.bmh.or.id), diakses 3 Maret 2016

salah satu lembaga yang dikukuhkan sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) berdasarkan SK. Kemenag. RI No. 538/2001 dan diperbarui dengan diterbitkannya SK. Kemenag. RI No. 425/2015 sehingga secara legal BMH berhak menghimpun dana dari masyarakat (*zakat, infaq, shadaqah, wakaf, hingga hibah*) dan menyalurkannya kepada masyarakat yang berhak menerimanya sesuai Syari'ah. Artinya, lembaga ini telah berkiprah dan dipercaya oleh masyarakat selama 15 tahun. Saat ini BMH telah memiliki 54 kantor cabang yang tersebar di 33 provinsi di seluruh Indonesia.

Adapun program dari BMH antara lain :

a) Pendidikan

- 1) Skala nasional : pendirian Pesantren Mu'alaf di Senduro, Pesantren Tahfiz di Surabaya dan Pasuruan, serta rencananya didirikan Pesantren Tahfiz di setiap cabang BMH; 184 Sekolah Islam Formal tingkat TK hingga SMA; beberapa Perguruan Tinggi untuk yatim dan dhuafa (STIE Hidayatullah Depok, STAIL Hidayatullah Surabaya, STIS Hidayatullah Balikpapan, STIKMA Hidayatullah Malang, STKIP Hidayatullah Batam)
- 2) Skala lokal : LPI An-Nashr di Kalangbret yang meliputi PAUD, TK dan SDI

b) Dakwah

- 1) Skala nasional : pendirian dan pemberdayaan 238 pesantren, 243 pusat pendidikan anak sholeh (panti asuhan) se-Indonesia dengan

6.075 santri terbina, penyebaran 3.240 Da'i di wilayah pedalaman (Rekor Muri), tersalurkannya hibah dan wakaf 300 motor untuk da'i, membina dan memberdayakan 6.353 mu'alaf di Senduro, dsb.

2) Skala lokal : pembangunan Masjid di Sendang, Dhawuan, Tanggunggunung, serta program Bina Desa Berkelanjutan.

c) Sosial

Lokal : Yayasan Nurul Iman di Ketanon dan Yayasan An-Nashr di Kalangbret

d) Ekonomi

Berdirinya Koperasi Sakinah di Surabaya dan Koperasi An-Nashr di Tulungagung.<sup>67</sup>

#### **Tabel 4.1.**

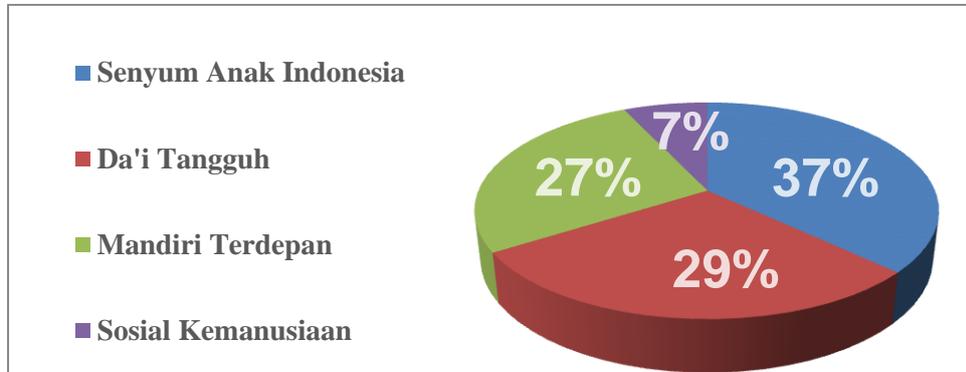
##### **Obyektif Tahun 2016 Baitul Maal Hidayatullah :**

2.750 Da'i yang telah mendedikasikan hidupnya untuk dakwah di pedalaman.
250 Da'i penugasan ke seluruh penjuru tanah air mendapatkan dukungan melalui program Da'i Tangguh.
14.900 masyarakat terbina dapat meningkatkan kesejahteraannya.
287 pesantren dapat lebih mandiri serta pengembangan kelembagaan ekonomi masyarakat dalam bentuk Baitul Tamwil (Bank Desa) melalui program Mandiri Terdepan.
7.150 santri tahfidz berbeasiswa penuh di Pesantren Tahfidz BMH di seluruh pelosok tanah air dan di Gaza Palestina.
500 siswa lulusan Sekolah Integral (Sekolah Pemimpin) mendapatkan beasiswa untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri.
Beasiswa 250 mahasiswa kader Da'i BMH di 5 Perguruan Tinggi melalui program Senyum Anak Indonesia.

Sumber : Data diolah dari [www.bmh.or.id](http://www.bmh.or.id)

<sup>67</sup> Obyektif Tahun 2016 BMH, dalam [www.bmh.or.id](http://www.bmh.or.id), diakses 17 April 2016

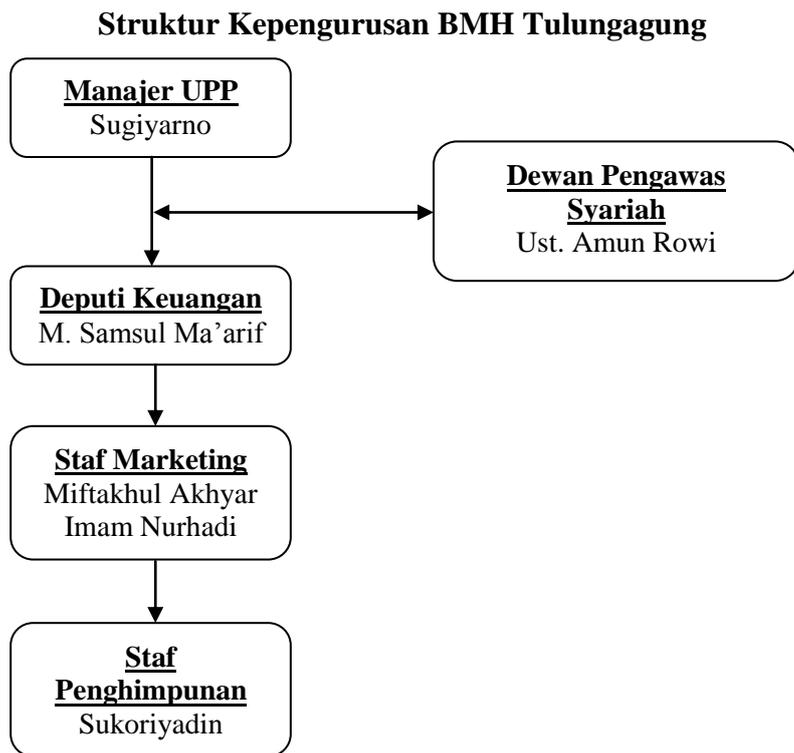
**Tabel 4.2.**  
**Alokasi Program 2016**



Sumber : Data diolah dari [www.bmh.or.id](http://www.bmh.or.id)

**5. Struktur Kepengurusan BMH Tulungagung**

**Gambar 4.1**



Sumber : Data diolah dari BMH Tulungagung

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini populasi penelitian adalah seluruh donatur rutin BMH Tulungagung yang berjumlah 178 jiwa. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *probability sampling* dengan *sampel random* atau sampel acak dan perhitungan sampel dengan pendapat rumus Slovin hingga didapat jumlah sampel sebanyak 125 jiwa. Setiap responden tersebut diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan.

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 karakteristik :

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	73	58,4%
2	Perempuan	52	41,6%
	Total	100	100%

*Sumber : data primer penelitian diolah*

Dari tabel 4.3 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin donatur pada BMH Tulungagung didominasi oleh responden laki-laki. Dimana responden dengan jenis kelamin laki-laki dalam penelitian ini sebanyak 73 orang atau 58,4%. Sedangkan sisanya sebesar 41,6% atau 52 orang responden adalah berjenis kelamin perempuan. Ada perbandingan jumlah donatur laki-laki dan perempuan, dimana nasabah tabungan laki-laki

lebih banyak 16,8% dibandingkan perempuan. Hal tersebut membuktikan bahwa laki-laki lebih berminat menjadi donatur daripada perempuan, walaupun perbedaan dalam penelitian ini hanya 16,8%.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan**

No	Status Pernikahan	Jumlah	Persentase (%)
1	Menikah	117	93,6%
2	Belum Menikah	8	6,4%
	Total	100	100%

*Sumber : data primer penelitian diolah*

Dari tabel 4.4 dapat dilihat dengan jelas bahwa sebagian besar responden dari donatur BMH Tulungagung telah menikah atau telah berkeluarga, dimana presentase menunjukkan 117 orang atau 93,6% telah menikah, sedangkan sisanya sebanyak 8 orang atau 6,4% belum menikah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran untuk menyisihkan sebagian harta di Jalan Allah lebih banyak dilakukan oleh orang-orang yang telah berstatus menikah.

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	21 - 30 tahun	8	6,4%
2	31 - 40 tahun	37	29,6%
3	41 - 50 tahun	55	44%
4	51 - 60 tahun	25	20%
	Total	100	100%

*Sumber: data primer penelitian diolah*

Dari tabel 4.4 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan usia pada donatur BMH Tulungagung didominasi oleh responden dengan

rentang usia 41 tahun sampai 50 tahun. Dimana rentang usia tersebut berjumlah 55 orang atau 44%, usia 21-30 tahun sebanyak 8 orang atau 6,4%, usia 31-40 tahun sebanyak 37 orang atau 29,6%, dan sisanya sebesar 20% atau 25 orang responden adalah usia 51-60 tahun. Tingginya persentase donatur pada rentang usia 41-50 tahun membuktikan bahwa pada usia tersebut, orang-orang cenderung lebih menunjukkan jiwa sosialnya sebagai manusia seperti apa yang telah diperintahkan Allah SWT melalui Al-Qur'an dan Al-Hadits.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	PNS	28	22,4%
2	TNI/POLRI	2	1,6%
3	Wiraswasta	44	35,2%
4	Pegawai swasta	14	11,2%
5	Lain-lain	37	29,6%
	Total	100	100%

*Sumber: data primer penelitian diolah*

Dari tabel 4.6 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada donatur BMH Tulungagung didominasi oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta. Dimana donatur dengan pekerjaan wiraswasta yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 44 orang atau 35,2%. Sedangkan lainnya yaitu PNS sebanyak 28 orang atau 22,4%, pegawai swasta sebanyak 14 orang atau 11,2%, lain-lain yang di dalamnya didominasi oleh ibu rumah tangga sebanyak 37 orang atau 29,6%, sedangkan sisanya sebesar 1,6% atau 2 orang responden adalah TNI/POLRI. Tingginya persentase pekerjaan wiraswasta sebagai pekerjaan paling banyak

dimiliki oleh donatur rutin BMH Tulungagung menunjukkan bahwa, rata-rata donatur rutin tersebut adalah orang-orang yang memiliki atau membuka usaha sendiri dibidangnya masing-masing, sehingga rata-rata dari mereka mampu menyisihkan sebagian penghasilannya untuk disalurkan kepada orang-orang yang berhak menerima sebagai bentuk kasih sayang sesama muslim.

### **C. Deskripsi Variabel**

Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas yaitu Jemput Zakat ( $X_1$ ), Transfer Rekening ( $X_2$ ), Datang Sendiri ke Kantor ( $X_3$ ) dan variabel terikatnya adalah Kepuasan Donatur di BMH Tulungagung. Berdasarkan hasil penelitian dari empat variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan 100 donatur rutin sebagai responden. Dan berikut ini adalah tabel dan deskripsi tentang tanggapan dari responden :

**Tabel 4.7****Data Deskripsi Variabel Jemput Zakat (X<sub>1</sub>)**

ITEM PERNYATAAN	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Petugas BMH Tulungagung bersedia menjemput dan zakat ke rumah/kantor donatur	43	77	5	0	0
2. Petugas BMH Tulungagung selalu melayani donator dengan baik dan sopan	39	82	4	0	0
3. Petugas BMH Tulungagung berpenampilan rapi dan sopan	43	79	3	0	0
4. Petugas BMH Tulungagung mudah dihubungi dan mengutamakan kepentingan donatur	30	70	25	0	0
5. Petugas BMH Tulungagung mampu menjelaskan program kerja dan implementasinya kepada donatur dengan detail dan jelas	29	91	5	0	0
<b>TOTAL F</b>	184	399	42	0	0
<b>TOTAL %</b>	29,44%	63,84%	6,72%	0%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah

Pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa, dari 125 responden donatur rutin jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap jemput zakat yang dilakukan BMH Tulungagung. Dimana jawaban setuju sebanyak 399 butir atau 63,84% donatur yang menjawab setuju, 184 butir atau 29,44% sangat setuju, 42 butir atau 6,72% netral. Dengan tanggapan setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel jemput zakat menunjukkan, bahwa jemput zakat yang dilakukan BMH Tulungagung selama ini sudah baik dan mendapatkan tanggapan positif dari para donatur rutin.

**Tabel 4.8****Data Deskripsi Variabel Transfer Rekening (X<sub>2</sub>)**

ITEM PERNYATAAN	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. BMH Tulungagung menyediakan rekening donasi bagi donatur yang ingin menyalurkan donasinya dengan sistem transfer	27	95	3	0	0
2. BMH Tulungagung menyediakan beberapa pilihan rekening bank untuk memudahkan donatur	19	87	18	1	0
3. Proses donasi dengan sistem transfer rekening di BMH Tulungagung sangat mudah dan cepat	15	64	43	3	0
4. BMH Tulungagung selalu transparan dalam memberikan informasi aliran dana ZISWAF dari donatur	34	75	16	0	0
5. Sistem layanan transfer rekening di BMH Tulungagung sangat membantu bagi donatur yang memiliki tingkat mobilitas cukup tinggi	44	74	7	0	0
<b>TOTAL F</b>	139	395	87	4	0
<b>TOTAL %</b>	22,24%	63,2%	13,92%	0,64%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah

Pada tabel 4. dapat diketahui bahwa, dari 125 responden donatur rutin jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap transfer rekening yang dilakukan BMH Tulungagung. Dimana jawaban setuju sebanyak 395 butir atau 63,2% donatur yang menjawab setuju, 139 butir atau 22,24% sangat setuju, 87 butir atau 13,92% netral, dan hanya 4 butir atau 0,64% tidak setuju. Dengan tanggapan setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel transfer rekening menunjukkan, bahwa transfer rekening yang dilakukan BMH Tulungagung selama ini sudah baik dan mendapatkan tanggapan positif dari para donatur rutin.

**Tabel 4.9****Data Deskripsi Variabel Datang Sendiri ke Kantor (X<sub>3</sub>)**

ITEM PERNYATAAN	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. BMH Tulungagung berada di lokasi yang mudah dijangkau	28	78	19	0	0
2. BMH Tulungagung memiliki ruang kerja yang nyaman dan bersih	24	60	41	0	0
3. Petugas BMH Tulungagung dapat menerima dan menyambut dengan baik donatur yang datang ke kantor	44	60	21	0	0
4. Petugas BMH Tulungagung tidak membedakan antara donatur yang satu dengan yang lain	42	80	3	0	0
5. Petugas BMH Tulungagung bisa memberikan solusi pada setiap keluhan yang disampaikan oleh donatur	38	80	7	0	0
<b>TOTAL F</b>	176	358	91	0	0
<b>TOTAL %</b>	28,16%	57,28%	14,56%	0%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah

Pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa, dari 125 responden donatur rutin jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap datang sendiri ke kantor yang dilakukan BMH Tulungagung. Dimana jawaban setuju sebanyak 358 butir atau 57,28% donatur yang menjawab setuju, 176 butir atau 28,16% sangat setuju, 91 butir atau 14,56% netral. Dengan tanggapan setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel datang sendiri ke kantor menunjukkan, bahwa datang sendiri ke kantor yang dilakukan BMH Tulungagung selama ini sudah baik dan mendapatkan tanggapan positif dari para donatur rutin.

**Tabel 4.10****Data Deskripsi Variabel Kepuasan (Y)**

ITEM PERNYATAAN	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Pelayanan yang diberikan BMH Tulungagung sesuai dengan yang saya harapkan	32	80	13	0	0
2. Saya merasa puas dengan laporan BMH Tulungagung tentang donasi yang dihimpun	38	66	21	0	0
3. Saya akan berinteraksi lebih banyak ketika BMH Tulungagung mengadakan program baru	35	75	15	0	0
4. Pelayanan di BMH Tulungagung memuaskan sehingga saya merekomendasikan kepada keluarga, teman, atau orang lain untuk menyalurkan donasi di BMH Tulungagung	23	75	27	0	0
5. Secara keseluruhan saya menilai bahwa BMH Tulungagung memiliki citra yang positif dan baik	20	63	42	0	0
<b>TOTAL F</b>	148	359	118	0	0
<b>TOTAL %</b>	23,68%	57,44%	18,88%	0%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah

Pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa, dari 125 responden donatur rutin, jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel kepuasan yang peneliti ajukan. Dimana jawaban setuju sebanyak 359 butir atau 57,44% donatur yang menjawab setuju, 148 butir atau 23,68% sangat setuju, 118 butir atau 18,88% netral. Dengan persentase lebih dari 50% atau sebesar 57,44% pada tanggapan setuju ditambah lagi dengan 148 butir atau 23,68% sangat setuju, menunjukkan bahwa lebih dari separuh donatur rutin yang menjadi responden disini merasa puas dengan sistem pelayanan yang diberikan BMH Tulungagung.

## D. Hasil Analisis

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Pengujian pada item - item pernyataan yang diujikan pada responden diuji dengan uji validitas, pengujian vaaliditas dimaksudkan untuk menentukan suatu item layak digunakan atau tidak dalam penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam uji validitas dilakukan dengan menggunakan *pearson correlation* dan bantuan *software SPSS for window Versi 16.0*. Dari uji validitas didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Jemput Zakat	Pernyataan 1	,303	Valid
	Pernyataan 2	,425	Valid
	Pernyataan 3	,478	Valid
	Pernyataan 4	,555	Valid
	Pernyataan 5	,332	Valid
Transfer Rekening	Pernyataan 1	,500	Valid
	Pernyataan 2	,413	Valid
	Pernyataan 3	,387	Valid
	Pernyataan 4	,580	Valid
	Pernyataan 5	,426	Valid
Datang Sendiri ke Kantor	Pernyataan 1	,546	Valid
	Pernyataan 2	,565	Valid
	Pernyataan 3	,700	Valid
	Pernyataan 4	,605	Valid
	Pernyataan 5	,517	Valid
Kepuasan	Pernyataan 1	,492	Valid
	Pernyataan 2	,527	Valid
	Pernyataan 3	,542	Valid
	Pernyataan 4	,586	Valid
	Pernyataan 5	,400	Valid

Sumber: data SPSS penelitian diolah

Berdasarkan pada tabel di atas, seluruh item pada setiap variabel adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibandingkan 0,3. Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Dari uji validitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 16.0* didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Croanbach Alpha	Keterangan
Jemput Zakat	,662	Reliabel
Transfer Rekening	,697	Reliabel
Datang Sendiri ke Kantor	,798	Reliabel
Kepuasan	,743	Reliabel

*Sumber: data SPSS penelitian diolah*

Berdasarkan tabel di atas, nilai *croanbach alpha* untuk masing masing variabel variabel adalah sebagai berikut:

- 1) Jemput Zakat reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kepercayaan mempunyai nilai 0,662.

- 2) Transfer Rekening reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kepercayaan mempunyai nilai 0,697.
- 3) Datang Sendiri ke Kantor reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel loyalitas mempunyai nilai 0,798.
- 4) Kepuasan reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang sangat reliabel yaitu 0,81 – 1,00. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kepuasan mempunyai nilai 0,743.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

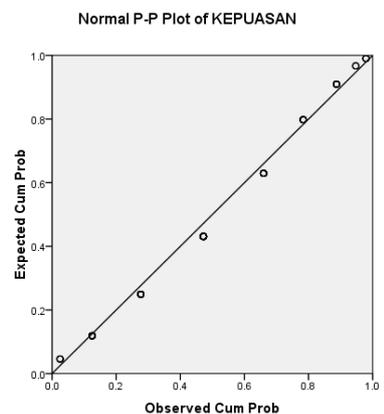
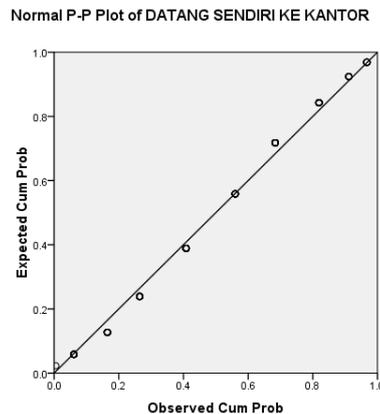
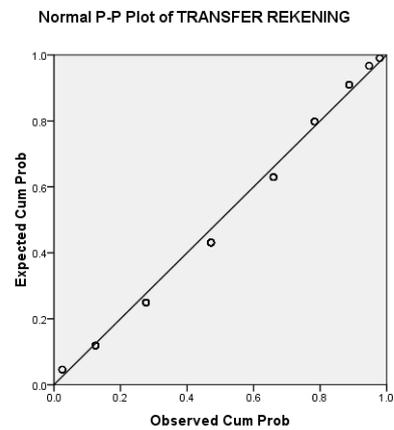
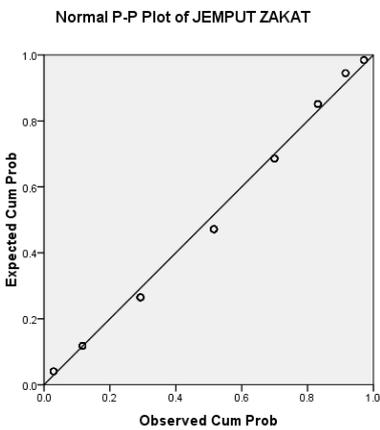
Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas dapat digunakan uji normalitas data menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dari uji normalitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 16.0* didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

		JEMPUT ZAKAT	TRANSFER REKENING	DATANG SENDIRI KE KANTOR	KEPUASAN
N		125	125	125	125
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	21.13	20.34	20.66	20.34
	Std. Deviation	1.796	1.984	2.332	1.984
Most Extreme Differences	Absolute	.152	.161	.115	.161
	Positive	.152	.161	.115	.161
	Negative	-.089	-.079	-.102	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		1.704	1.798	1.283	1.798
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006	.003	.074	.003

a. Test distribution is Normal

Sumber : data SPSS penelitian



*Normal P-P Plot*, data pada variabel yang digunakan dinyatakan terdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu variabel dinyatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.<sup>68</sup>

b. Uji Multikolinearitas

Dengan uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui gejala korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Dimana dapat dideteksi dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dari uji multikolinearitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 16.0* didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Jemput Zakat	,789	1,267
1 Transfer Rekening	,781	1,280
Datang Sendiri ke Kantor	,970	1,031

a. Dependent Variable: Kepuasan

*Sumber : data SPSS penelitian*

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah: 1,267 (variabel jemput zakat); 1,280 (variabel transfer rekening); 1,031 (variabel datang sendiri ke kantor). Hasil ini menunjukkan, bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik

<sup>68</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher,2009. 87

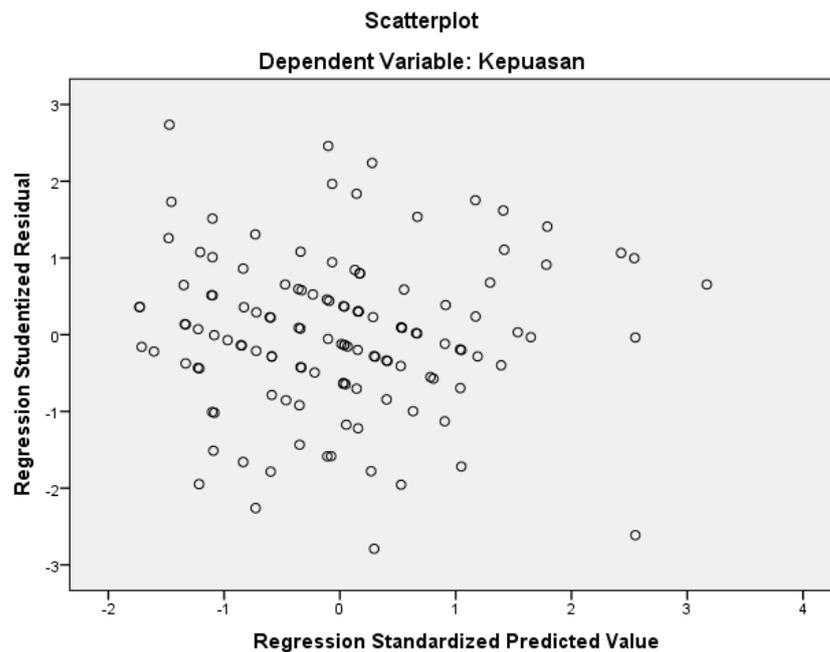
multikolinearitas, karena semua hasil nilai VIF lebih dari 0,1 dan lebih kecil dari 10.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dari uji heteroskedastisitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 16.0* didapatkan hasil sebagai berikut:

**Gambar 4.15**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: data SPSS penelitian*

Dari gambar diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y (loyalitas). Hal ini

berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak dipakai.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji regresi linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,794	3,093		,904	,368
Jemput Zakat	,415	,113	,328	3,673	,000
Transfer Rekening	,286	,103	,249	2,782	,006
Datang Sendiri	,138	,078	,141	1,755	,082

a. Dependent Variable: Kepuasan  
*Sumber: data SPSS penelitian*

Berdasarkan hasil uji regresi linier linier berganda pada tabel 4.14 maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

atau

$$Y = 2,794 + 0,415X_1 + 0,286X_2 + 0,138X_3$$

Penjelasan dari persamaan fungsi regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta ( $a$ ) adalah 2,794. Artinya jika jemput zakat, transfer rekening dan datang sendiri ke kantor dalam keadaan konstan, maka kepuasan nilainya positif yaitu sebesar 2,794 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi variabel jemput zakat ( $b_1$ ) bernilai positif, yaitu 0,415. Artinya bahwa setiap peningkatan jemput zakat sebesar satu satuan, kepuasan juga akan meningkat sebesar 0,415 satuan atau 41,5%, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel transfer rekening ( $b_2$ ) bernilai positif, yaitu 0,286. Artinya bahwa setiap peningkatan transfer rekening sebesar satu satuan, kepuasan juga akan meningkat sebesar 0,286 satuan atau 28,6%, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- d. Nilai koefisien regresi variabel datang sendiri ke kantor ( $b_3$ ) bernilai positif, yaitu 0,138. Artinya bahwa setiap peningkatan datang sendiri ke kantor sebesar satu satuan, kepuasan juga akan meningkat sebesar 0,138 satuan atau 13,8%, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

#### **4. Uji Hipotesis**

- a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam

menerangkan variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dari uji t dengan bantuan *software SPSS for window Versi 16.0* didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.17**

**Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,794	3,093		,904	,368
1 Jemput Zakat	,415	,113	,328	3,673	,000
Transfer Rekening	,286	,103	,249	2,782	,006
Datang Sendiri	,138	,078	,141	1,755	,082

a. Dependent Variable: Kepuasan  
*Sumber: data SPSS penelitian*

Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut:

1) Variabel Jemput Zakat

(a) Merumuskan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan jemput zakat terhadap kepuasan pada donatur BMH Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan jemput zakat terhadap kepuasan pada donatur BMH Tulungagung.

(b) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t hitung sebesar 3,673

(c) Menentukan t tabel

$0,05/2 = 0,025$  (uji 2 sisi)

$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$

$$t \text{ tabel} = 1,985 / -1,985$$

(d) Kriteria pengujian

- Jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- Jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

(e) Membuat kesimpulan

Karena nilai  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $3,673 > 1,985$ ) maka  $H_0$  ditolak. Dan berdasarkan signifikansi  $t$  sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa jempuit zakat secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan.

2) Variabel Transfer Rekening

(a) Merumuskan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan transfer rekening terhadap kepuasan pada donatur BMH Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan transfer rekening terhadap kepuasan pada donatur BMH Tulungagung.

(b) Menentukan  $t \text{ hitung}$

Dari output diperoleh  $t \text{ hitung}$  sebesar 2,782

(c) Menentukan  $t \text{ tabel}$

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$$

$$t \text{ tabel} = 1,985 / -1,985$$

(d) Kriteria pengujian

- Jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- Jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

(e) Membuat kesimpulan

Karena nilai  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,782 > 1,985$ ) maka  $H_0$  ditolak. Dan berdasarkan signifikansi  $t$  sebesar  $0,006$  yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar  $0,05$  ( $0,006 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa transfer rekening secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan.

3) Variabel Datang Sendiri ke Kantor

(a) Merumuskan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan pada donatur BMH Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan pada donatur BMH Tulungagung.

(b) Menentukan  $t \text{ hitung}$

Dari output diperoleh  $t \text{ hitung}$  sebesar  $1,755$

(c) Menentukan  $t \text{ tabel}$

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$$

$$t \text{ tabel} = 1,985 / -1,985$$

(d) Kriteria pengujian

- Jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- Jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

(e) Membuat kesimpulan

Karena nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel (  $1,755 < 1,985$  ) maka  $H_0$  diterima. Dan berdasarkan signifikansi  $t$  sebesar  $0,082$  yang lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar  $0,05$  ( $0,082 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa datang sendiri ke kantor secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan.

b. Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi  $0,05$ . Dari uji F dengan bantuan *software SPSS for window Versi 16.0* didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.18**

**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154,446	3	51,482	12,784	,000 <sup>b</sup>
	Residual	487,282	121	4,027		
	Total	641,728	124			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Datang Sendiri, Jemput Zakat, Transfer Rekening

Sumber: data SPSS penelitian

Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

(a) Merumuskan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan jemput zakat, transfer rekening dan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan jemput zakat, transfer rekening dan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung.

(b) Menentukan F hitung

Dari output diperoleh F hitung sebesar 12,784

(c) Menentukan F tabel

$$df_1 = 4 - 1 = 3$$

$$df_2 = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$$

$$F \text{ tabel} = 2,699$$

(d) Kriteria pengujian

- Jika  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

(e) Membuat kesimpulan

Karena  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  ( $12,784 > 2,699$ ) maka  $H_0$  ditolak.

Atau berdasarkan Signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang simultan (secara bersama-

sama) antara jemput zakat, transfer rekening dan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung.

### 5. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (Jemput Zakat, Transfer Rekening dan Datang Sendiri ke Kantor) terhadap variabel dependen (Kepuasan). Dari uji analisis koefisien determinasi dengan bantuan *software SPSS for window Versi 16.0* didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,491 <sup>a</sup>	,241	,222	2,007

a. Predictors: (Constant), Datang Sendiri, Jemput Zakat, Transfer Rekening

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: data SPSS penelitian

Pada tabel 4.18 terlihat bahwa angka *R Square* sebesar 0,241, ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel jemput zakat (X1), transfer rekening (X2) dan datang sendiri ke kantor (X3) adalah kuat. Sedangkan angka *Adjusted R Square* sebesar 0,222 ini menunjukkan variabel jemput zakat (X1), transfer rekening (X2) dan datang sendiri ke kantor (X3) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan sebesar 22,2%, sedangkan sisanya sebesar 77,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Pengaruh Layanan Jemput Zakat Terhadap Kepuasan Donatur

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan peneliti, dari Tabel 4.7 deskripsi variabel jemput zakat yang merupakan tanggapan donatur rutin akan jemput zakat pada BMH Tulungagung, dapat disimpulkan bahwa sistem layanan jemput zakat dinilai sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju sebesar 63,84% yang diberikan donatur sebagai responden. Dan jemput zakat memiliki hubungan mempengaruhi positif terhadap kepuasan sebesar 0,415 atau 41,5%. Hal tersebut berarti donatur telah merasa puas dengan sistem layanan jemput zakat tersebut. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, yang dapat dilihat dari hasil uji t dan menunjukkan jemput zakat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan donatur. Dimana, diperoleh  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,673 > 1,985$ ), dan berdasarkan signifikansi  $t$  sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak yang berarti "*ada pengaruh yang signifikan jemput zakat terhadap kepuasan donatur pada BMH Tulungagung*".

Hasil pengujian ini berbanding lurus dengan yang didapat Mus'ab (2011) dari penelitian tentang pengaruh religiusitas, tingkat penghasilan dan layanan terhadap kepuasan *muzakki* untuk membayar zakat. Hasil penelitian salah satunya menunjukkan bahwa layanan yang termasuk di dalamnya jemput

zakat berpengaruh terhadap kepuasan *muzakki*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan donatur (*muzakki*) sangat dipengaruhi oleh layanan yang diberikan oleh lembaga amil zakat. Karena tujuan dari adanya layanan sendiri antara lain ialah untuk memudahkan dan memberikan rasa nyaman yang dalam hal ini ditujukan kepada donatur zakat. Semakin baik layanan yang diberikan lembaga amil zakat semakin puas pula donaturnya.

Berdasarkan teori yang ada layanan jemput zakat ini dapat dikategorikan dalam dua dimensi kualitas pelayanan, yaitu *empathy* dan *responsiveness*. *Empathy* yaitu kepedulian dan perhatian secara individual yang diberikan perusahaan dan staf kepada pelanggan. Pelanggan berharap egonya dapat dipenuhi, gengsinya dapat dijaga, dan mereka mau statusnya dihargai serta ditingkatkan secara terus-menerus oleh perusahaan penyedia jasa. Sedangkan *responsiveness* yaitu dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu.<sup>69</sup>

Dari sini dapat disimpulkan bahwa layanan jemput zakat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung karena dengan sistem layanan tersebut donatur dapat dengan mudah menyalurkan donasinya sesuai tempat dan waktu yang diinginkan. Petugas (*amil*) akan datang untuk mengambil dana donasi, tanpa perlu bepergian menuju kantor BMH atau ke ATM untuk melakukan transfer antar rekening. Petugas penjemput zakat yang dapat menjalankan tugasnya dengan baik dinilai

---

<sup>69</sup> Yet, *Star Marketing*....., hal. 69

memiliki integritas yang tinggi, karena untuk menghasilkan pelayanan prima bagi pelanggan, seseorang harus mempunyai integritas yang tinggi kepada pekerjaan dan organisasi/perusahaan dimana ia bekerja.<sup>70</sup>

## **B. Pengaruh Layanan Transfer Rekening Terhadap Kepuasan Donatur**

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada Tabel 4.8 deskripsi variabel transfer rekening yang merupakan tanggapan donatur rutin akan transfer rekening pada BMH Tulungagung, dapat diartikan bahwa sistem layanan transfer rekening dinilai sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju sebesar 63,2% yang diberikan donatur sebagai responden. Dan transfer rekening memiliki hubungan mempengaruhi positif terhadap kepuasan sebesar 0,286 atau 28,6%. Dari hasil pengujian tersebut dapat diartikan bahwa donatur merasa puas terhadap sistem layanan transfer rekening BMH Tulungagung. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, yang dapat dilihat dari hasil uji t dan menunjukkan transfer rekening berpengaruh signifikan terhadap kepuasan donatur. Dimana, diperoleh t hitung  $>$  t tabel ( 2,782  $>$  1,985 ), dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,006 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak yang berarti “*ada pengaruh yang signifikan transfer rekening terhadap kepuasan donatur pada BMH Tulungagung*”.

Dalam teorinya, dimensi pelayanan seperti layanan transfer rekening ini dapat dikategorikan pada dimensi *reliability* dan *assurance*. *Reliability* atau

---

<sup>70</sup> Barata, *Dasar-Dasar.....*, hal. 50

keandalan di dalamnya menuntut perusahaan agar mampu memberikan pelayanan yang seperti dijanjikan dan akurat atau tidak ada *error*. Sedangkan *assurance* atau kepercayaan Yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *frontliner* staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggannya. Dalam dimensi ini terdapat 4 aspek, yaitu (1) keramahan (etika dan tata karma), (2) kompetensi (*skill and knowledge*), (3) kredibilitas (reputasi), (4) *security* (keamanan).<sup>71</sup>

Bagaimana pun juga sistem banking menuntut adanya pemahaman yang cukup tentang cara-cara penggunaannya serta tingkat keamanan yang perlu mendapat perhatian lebih, karena apabila dikelola oleh orang yang tidak bertanggung jawab maka fungsinya dapat disalahgunakan. Tentunya hal tersebut merugikan kedua belah pihak, bahkan dapat merusak kepercayaan yang ada pada donatur karena tidak puas dengan kinerja lembaga.

Hasil serupa dapat dilihat dari penelitian Takidah Erika (2004) tentang analisis pengaruh kualitas jasa Badan Amil Zakat Nasional pada kepuasan dan kepercayaan muzakki. Pada tesis ini menggunakan model populasi dan sampel yang diambil dari muzakki yang terdaftar sebagai muzakki BAZNAS dengan batasan yang berdomisili di DKI Jakarta. Dimensi variabelnya adalah : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible*. Kesimpulannya adalah : kualitas jasa BAZ berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki.

---

<sup>71</sup> Yet, *Star Marketing*....., hal. 69

Kesimpulannya yaitu layanan transfer rekening berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung. Dengan adanya sistem layanan ini akan sangat memudahkan bagi donatur yang memiliki tingkat *mobilisasi* tinggi, sehingga mereka dapat menyalurkan donasinya kepada lembaga sesuai dengan waktu dan tempat yang didapat. Namun terdapat kelemahan dari sistem layanan ini, yaitu terbatasnya interaksi antara pihak donatur dengan lembaga dalam *sharing* tentang hal-hal terkait. Tetapi hal ini telah menjadi suatu sistem yang mana sistem layanan ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan donatur dan menyesuaikan dengan kondisi mereka.

### **C. Pengaruh Layanan Datang Sendiri ke Kantor Terhadap Kepuasan Donatur**

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada Tabel 4.9 deskripsi variabel datang sendiri ke kantor yang merupakan tanggapan donatur rutin akan layanan datang sendiri ke kantor pada BMH Tulungagung, dapat disimpulkan bahwa sistem layanan datang sendiri ke kantor dinilai sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju sebesar 57,28% yang diberikan donatur sebagai responden. Dan datang sendiri ke kantor memiliki hubungan mempengaruhi positif terhadap kepuasan sebesar 0,138 atau 13,8%. Tetapi dengan tanggapan positif datang sendiri ke kantor ternyata tidak mendukung pengaruhnya terhadap kepuasan donatur. Setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya dapat dilihat dari hasil uji t dan menunjukkan datang sendiri ke kantor tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur. Dimana, diperoleh

t hitung < t tabel ( 1,755 < 1,985 ), dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,082 yang lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05, sehingga  $H_0$  diterima yang berarti “*tidak ada pengaruh yang signifikan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur pada BMH Tulungagung*”.

Hal tersebut sesuai dengan perkiraan peneliti, sebab dengan datang sendiri ke kantor seperti tidak ada layanan khusus yang diberikan oleh lembaga kepada donatur. Dalam sistem ini donaturlah yang mendatangi kantor BMH Tulungagung, sehingga berbanding terbalik dengan sistem jemput zakat dengan segala kemudahannya. Sistem layanan ini dirasa kurang praktis bagi donatur. Dan pengguna layanan ini sangatlah jarang. Kekurangan lain yaitu karena sebelumnya lokasi kantor BMH Tulungagung sendiri sebelumnya beberapa kali dilakukan pemindahan sebelum akhirnya sekarang menetap di Kelurahan Bago. Berdasarkan teori yang ada permasalahan ini mencerminkan belum terealisasinya dimensi pelayanan secara *tangible*, dimana dimensi ini berkaitan antara lain dengan penampilan fisik yang terlihat, yaitu: personel, perlengkapan, ruang kerja, kendaraan, materi komunikasi, dan faktor-faktor lain yang dapat terlihat termasuk di dalamnya kantor.<sup>72</sup>

Tidak adanya pengaruh yang signifikan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur pada BMH Tulungagung sesuai dengan hasil penelitian Wahid, dkk. (2006) dimana mereka meneliti faktor-faktor yang menentukan kesadaran dalam membayar zakat karena tingkat kepercayaan

---

<sup>72</sup> Yet, *Star Marketing*....., hal. 69

masyarakat terhadap institusi zakat dinilai cenderung rendah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling signifikan dalam kesadaran membayar zakat adalah faktor kepuasan muzakki terhadap kualitas pelayanan zakat. Ketika muzakki merasa puas terhadap layanan yang diberikan amil zakat, maka tingkat kesadaran untuk berzakat akan naik.

#### **D. Pengaruh Layanan Jemput Zakat, Transfer Rekening dan Datang Sendiri ke Kantor Terhadap Kepuasan Donatur**

Setelah dilakukan pengujian masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, kemudian dilakukan pengujian pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari Tabel 4.10 deskripsi variabel kepuasan yang merupakan tanggapan donatur rutin akan kepuasan pada BMH Tulungagung dapat dianggap bahwa kepuasan donatur BMH Tulungagung dinilai sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju sebesar 57,44% yang diberikan donatur sebagai responden. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda, hasilnya dapat dilihat dari hasil uji F dan menunjukkan sistem layanan jemput zakat, transfer rekening dan datang sendiri ke kantor berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur. Artinya donatur merasa puas dengan adanya ketiga sistem layanan tersebut. Dimana, diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (  $12,784 > 2,699$  ), dan berdasarkan signifikansi  $t$  sebesar 0,000 yang lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak yang berarti “*ada pengaruh yang simultan (secara bersama-sama) antara jemput zakat, transfer rekening dan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung*”.

Hasil ini sejalan dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya. Mus'ab (2011) dari penelitian tentang pengaruh religiusitas, tingkat penghasilan, dan layanan terhadap kepuasan *muzakki* untuk membayar zakat. Hasil penelitian salah satunya menunjukkan bahwa layanan yang termasuk di dalamnya jemput zakat berpengaruh terhadap kepuasan *muzakki*. Takidah Erika (2004) tentang analisis pengaruh kualitas jasa Badan Amil Zakat Nasional pada kepuasan dan kepercayaan muzakki. Pada tesis ini menggunakan model populasi dan sampel yang diambil dari muzakki yang terdaftar sebagai muzakki BAZNAS dengan batasan yang berdomisili di DKI Jakarta. Dimensi variabelnya adalah : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible*. Kesimpulannya adalah : kualitas jasa BAZ berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki.

Sesuai dengan teori yang ada, pada hakekatnya pelayanan ditujukan untuk mengoptimalkan kepuasan para pelanggan internal dan eksternal. Semua manajemen perusahaan, termasuk para pesaing, akan melakukan pelayanan dengan orientasi yang sama, yaitu mengoptimalkan kepuasan pelanggan.<sup>73</sup> Menurut Philip Kotler kepuasan diartikan sebagai rasa senang, lega, atau kecewa pelanggan yang membandingkan kesannya terhadap produk atau jasa yang dia beli dihubungkan dengan manfaat yang dia harapkan.<sup>74</sup> Untuk membangun sebuah sistem pelayanan yang baik, perlu diketahui dimensi kualitas pelayanan menurut Prof. Parasuraman, yang meliputi :

---

<sup>73</sup> Barata, *Dasar-Dasar.....*, hal. 49

<sup>74</sup> Kotler, *Marketing Insight.....*, hal. 49

*Reliability* (keandalan), *Assurance* (kepercayaan), *Tangible* (penampilan), *Empathy* (empati), dan *Responsiveness* (ketanggapan).<sup>75</sup>

Dalam hal zakat, pengelolaan zakat sudah seharusnya memanfaatkan manajemen sebagai sarana untuk mencapai tujuan penunaian zakat. Selain itu, ia juga seharusnya menjalankan fungsi-fungsi manajemen agar kinerja pengelolaan zakat dapat dicapai secara efektif dan efisien. Bahkan, BAZ dan LAZ pun dengan sendirinya dituntut untuk mempertajam orientasi pengelolaan agar dari waktu ke waktu kinerja pemberdayaan umat melalui pemanfaatan dana zakat bisa berkembang secara lebih sehat dan dampak positifnya semakin dirasakan segenap masyarakat, khususnya oleh muzakki dan mustahiq yang puas dengan kinerja pengelola zakat tersebut, dan lebih jauh lagi bagi peningkatan kualitas kesejahteraan umat dan masyarakat pada umumnya.<sup>76</sup>

Kesimpulannya, sesuai dengan teori yang ada serta ditunjang oleh hasil penelitian terdahulu sistem pelayanan yang diberikan oleh BMH Tulungagung di antaranya: jemput zakat, transfer rekening dan datang sendiri ke kantor memiliki pengaruh secara *simultan* (bersama-sama) terhadap kepuasan donatur. Karena sistem layanan tersebut telah sesuai dengan dimensi pelayanan yang baik guna memberikan rasa puas kepada pelanggan (donatur). Hasilnya dapat dilihat dari data-data yang didapat peneliti bahwa lebih dari separuh donatur rutin yang menjadi responden menyatakan puas terhadap masing-masing sistem layanan yang ada dan juga puas atas kinerja

---

<sup>75</sup> Yet, *Star Marketing*....., hal. 69

<sup>76</sup> Khasanah, *Manajemen Zakat*....., hal. 68

BMH Tulungagung selaku lembaga amil zakat yang dipercaya untuk mengelola dana zakat, infak, sedekah, wakaf dan dana hibah lain dari mereka.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti diperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis sistem layanan jemput zakat, transfer rekening dan datang sendiri ke kantor terhadap kepuasan donatur maka kemudian dapat ditarik kesimpulan dari beberapa permasalahan yang menjadi tujuan penelitian.

1. Pertama, yaitu adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari layanan jemput zakat terhadap kepuasan donatur BMH Tulungagung. Hal tersebut dapat dilihat dari presentase kepuasan donatur atas sistem layanan ini dimana lebih dari separuh donatur rutin yang menjadi responden merasa puas. Kemudian dari hasil uji t juga dinyatakan bahwa jemput zakat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur. Artinya dengan adanya sistem layanan jemput zakat ini donatur merasa puas dengan pelayanan BMH Tulungagung.

Kedua, sama halnya dengan jemput zakat, sistem layanan transfer rekening juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan donatur dilihat dari hasil prosentase jawaban responden dan juga hasil uji t yang dilakukan peneliti. Dengan adanya sistem ini donatur merasa puas karena lebih mudah menyalurkan donasi, sebab sebagian besar yang

memilih sistem layanan ini merupakan orang-orang yang memiliki *mobilitas* tinggi dalam aktifitasnya sehari-hari.

3. Sedangkan untuk variabel bebas yang ketiga, yaitu datang sendiri ke kantor diperoleh hasil bahwa sistem layanan tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur. Namun di sisi lain, dari presentase jawaban responden, sama seperti dua sistem layanan sebelumnya lebih dari separuh responden menyatakan puas dengan sistem ini. Hal tersebut merupakan hasil dari aspek yang dapat terlihat di BMH Tulungagung, misalnya kondisi kantor yang bersih dan rapi, sambutan yang hangat dari pegawainya kepada donatur yang datang serta pelayanan yang ramah dan dengan suasana kekeluargaan. Kondisi demikian dapat terjadi karena sistem ini tidak memiliki kelebihan khusus dalam hal pelayanan guna memudahkan serta menyesuaikan dengan apa yang dibutuhkan oleh donatur pada masa kini yang cenderung memiliki aktifitas-aktifitas yang lebih banyak atau padat. Misalnya seperti dua sistem layanan sebelumnya yaitu jemput zakat dan transfer rekening.
4. Kemudian kesimpulan yang terakhir yaitu dapat dinyatakan bahwa ketiga sistem layanan di BMH Tulungagung yaitu: jemput zakat, transfer rekening dan datang sendiri ke kantor berpengaruh secara *simultan* (bersama-sama) terhadap kepuasan donatur. Sehingga dapat diartikan bahwa dengan adanya ketiga sistem layanan tersebut secara keseluruhan donatur merasa puas terhadap kinerja BMH Tulungagung. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F.

Sehingga telah jelas bahwa kehadiran ketiga sistem layanan tersebut sangat membantu serta memuaskan para donatur BMH Tulungagung.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian ini, peneliti mengemukakan beberapa saran atau masukan sehubungan dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh LAZNAS BMH Tulungagung demi memberikan kepuasan terhadap donatur yang telah memberikan kepercayaan kepada lembaga untuk mengelola dana-dana kemanusiaannya. Adapun beberapa saran yang dapat peneliti paparkan antara lain :

1. Untuk Lembaga Amil Zakat Nasional Baitul Maal Hidayatullah Tulungagung :
  - a. Hendaknya BMH Tulungagung meningkatkan hubungan silaturahmi dengan para donatur hingga terbentuk suatu jalinan yang bukan lagi seperti sebuah hubungan antara *muzakki* dan *amil*, tetapi dapat lebih sebagai keluarga. Misalnya saja dengan mengadakan kegiatan-kegiatan rutin yang dihadiri oleh semua pihak yang terkait dengan BMH Tulungagung. Kegiatannya pun dapat beragam seperti pengajian, majlis keilmuan, majlis dakwah, maupun kegiatan sosial-keagamaan lainnya.
  - b. Kegiatan-kegiatan “ekstra” seperti disebutkan di atas dapat direalisasikan apabila telah terbentuk sebuah sistem manajerial yang baik di lembaga. Oleh sebab itu alangkah baiknya jika BMH Tulungagung terus meningkatkan kinerjanya terutama pada sistem

manajemen. Sebab manajemen merupakan piranti penting dalam suatu organisasi/lembaga guna mencapai tujuan yang diinginkan sesuai target-target yang ada.

2. Untuk IAIN Tulungagung, terutama Jurusan Ekonomi Syariah (ES) dan Zakat Wakaf (ZaWa) :

Sebagai dua instansi yang berbeda namun memiliki arah yang dapat dikatakan sama yakni pada hal religiusitas, seharusnya kedua-belah pihak menjalin kerjasama yang dapat saling memberi manfaat satu sama lain. Dengan adanya kerjasama tersebut nantinya akan terjadi pertukaran pikiran, ilmu, maupun sumbangsih lain yang sifatnya positif dan membangun, bukan hanya bagi keduanya namun juga bagi bangsa dan agama.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya :

Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya di bidang yang sama akan dapat lebih mengembangkan kepada hal-hal yang lebih detail dan kritis. Hal-hal semacam manajemen keuangan, penyaluran yang tepat sasaran dapat menjadi bahan penelitian yang bagus guna memberi tambahan masukan dan pengetahuan sejauh mana perkembangan dan kinerja dari lembaga-lembaga semacam LAZNAS BMH ini, serta memberi solusi bagi masalah-masalah yang muncul di lapangan.