

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA ZAKAT DI

KOTAGEDE DIY

SKRIPSI



Ditulis Oleh :

Nama : ALFIN

Nomor Mahasiswa : 121113413

Jurusan : MANAJEMEN

Bidang Konsentrasi : PEMASARAN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2016

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA ZAKAT DI
KOTAGEDE DIY

SKRIPSI

Ditulis dan Diajukan untuk memenuhi syarat Ujian Akhir guna memperoleh Gelar

Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha



Nama : ALFIN
Nomor Mahasiswa : 121113413
Jurusan : MANAJEMEN
Bidang Konsentrasi : PEMASARAN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi , dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain , kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan di sebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku. “

Yogyakarta , 9 September 2016

Penulis

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN LEMBAGA ZAKAT DI
KOTAGEDE DIY

Nama : ALFIN
Nomor : 121113413
Mahasiswa
Jurusan : MANAJEMEN
Bidang :
Konsentrasi

Yogyakarta ,9 September 2016

Telah di setujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

Drs Muhammad Subkhan,MM.

Telah di pertahankan /diujikan dan di sahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sastra-1 di Progam Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Nama :ALFIN
Nomor Mahasiswa : 121113413
Progam Studi : MANAJEMEN
Bidang Konsentrasi : PEMASARAN

Yogyakarta , 9 September 2016

Disahkan oleh

Penguji / Pembimbing Skripsi :

Penguji 1 :

Penguji 2 :

Mengetahui

Ketua STIE Widya Wiwaha

Moh. Mahsun, SE, M.Si, Akt

Abstrack

Alfin (121113413), Analisis Kualitas pelayanan lembaga zakat wilayah kotagede DIY.

Zakat merupakan ibadah yang terdapat dalam rukun Islam yang ke tiga. Dalam undang-undang no 23 tahun 2011 zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Menunaikan zakat merupakan kewajiban umat Islam bagi yang mampu sesuai dengan syari'at Islam. Zakat merupakan ibadah yang mempunyai dimensi dan fungsi sosial ekonomi atau pemerataan karunia Allah dan juga merupakan solidaritas sosial pernyataan rasa kemanusiaan, pembuktian persaudaraan Islam, pengikat persatuan umat dan bangsa, sebagai penghilang jurang pemisah antara golongan yang kuat dan golongan yang lemah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan melakukan survey langsung kepada muzakki area kotagede dengan menggunakan kuosioner model skala likert sebagai data primer dan tulisan lepas yang dapat digunakan sebagai landasan teori atau dasar penunjang untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini sebagai data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah muzakki daerah istimewa Yogyakarta area Kotagede DIY. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis GAP. Dalam proses pelaksanaan evaluasi analisis gap ini, Penganalisaan dengan menggunakan statistik deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga zakat Kotagede DIY dengan harapan muzakki dan tingkat optimalisasi pelayanan lembaga secara keseluruhan dinilai baik atau telah sesuai dengan nilai sebesar 92,55%.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'laykum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan rahmat-Nya penyusun mampu menyelesaikan proposal penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Lembaga Zakat di wilayah Kotagede DIY”**

Sesungguhnya karya yang baik itu adalah karya yang menyajikan dinamika pemikiran yang dapat menambah khasanah ilmu baik untuk kalangan akademisi, praktisi maupun masyarakat begitupun halnya dengan skripsi yang berjudul “Analisis kualitas pelayanan lembaga zakat di wilayah Kotagede DIY” dibuat untuk menambah wawasan keilmuan, referensi dibidang akademik serta untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dibidang ekonomi manajemen serta diharapkan dapat memberikan ide baru bagi pembacanya.

Dalam perjalanan panjang penyelesaian skripsi ini, tidak lepas dari bantuan, doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, secara khusus penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Almarhum Ayah (La Muna) dan Almarhumah ibu (Wa Bone) tersayang, yang memberikan segala kasih sayang dan perhatian yang tidak terikat oleh waktu dimanapun dan dalam kondisi apapun. Semoga pengorbanan

ayah dan ibu dibalas oleh Allah Azza Wajalla dengan pahala Syurga Firdaus-Nya. Amin ya Robbal 'Aalamiin.

2. Semua kakak kakak tersayang (Afiana, Habaniah, Yuli, Erik, Risman, Acip) pengorbanan yang kalian berikan materi maupun non materi, semoga kelak menjadi tabungan kebaikan dihadapan Allah.
3. Istriku tersayang (Evie) yang telah meluangkan waktunya untuk menemaniku dalam setiap kesempatan semoga pengorbananmu di balas dengan pahala syurga firdausnya Allah 'Azza Wajallah.
4. Anaku tersayang (M. Zubair Mardhotillah) semoga engkau menjadi mujahid tangguh untuk melanjutkan perjuangan syariah Islam di bumi ini.
5. Dosen pembimbing, Bapak Drs Muhammad Subkhan,MM. Yang telah membimbing dan mengarahkan dengan sabar dan ikhlas sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Semoga Allah membalas semua kebaikan-kebaikan bapak. Amin
6. Keluarga besar dan sahabat-sahabat yang telah mendoakan dan mensupport saya. Semoga kalian mendapatkan balasan terbaik dari Allah. Amin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA

6.1 Hasil Penelitian Terdahulu	6
6.2 Landasan Teori.....	6
6.2.1 Definsi Kualitas Layanan Jasa	8
6.2.2 Definisi Lembaga Zakat	8
6.2.3 Pengertian Pengelolaan Zakat dan Tujuan Pengelolaan Zakat	15
6.2.4 Dimensi Kualitas Jasa	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	28
3.2 Variabel Penelitian.....	28
3.3 Definisi Operasional Variabel	29
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Populasi dan Sampel.....	32
3.6 Teknik Analisis	32

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Identifikasi Responden	37
4.2 Analisa Hasil Penelitian.....	38
1. Analisa Tingkat kesesuaian kualitas Pelayanan	38
2. Analisa tingkat kepuasan muzakki.....	42

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	49
----------------------	----

5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	54

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 : Identifikasi Resepnden.....	37
2. Tabel 2 : Persentase Tingkat Kesesuaian dan prioritas.....	39
3. Tabel 3 : Perhitungan GAP pada setiap atribut.....	42
4. Tabel 4 : Perhitungan Servequal pada setiap dimensi.....	47

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Kuesioner	54
2. Lampiran 2 : Rekapitulasi persepsi responden.....	55
3. Lampiran 3 : Rekapitulasi harapan responden	63

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Zakat merupakan ibadah yang terdapat dalam rukun Islam yang ke tiga. Dalam undang-undang no 23 tahun 2011 zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Menunaikan zakat merupakan kewajiban umat Islam bagi yang mampu sesuai dengan syari'at Islam. Zakat merupakan ibadah yang mempunyai dimensi dan fungsi sosial ekonomi atau pemerataan karunia Allah dan juga merupakan solidaritas sosial pernyataan rasa kemanusiaan, pembuktian persaudaraan Islam, pengikat persatuan umat dan bangsa, sebagai penghilang jurang pemisah antara golongan yang kuat dan golongan yang lemah.

Disebutkan pula tujuan dari pengelolaan zakat bagi organisasi zakat berdasarkan peraturan undang-undang no 23 tahun 2011 adalah meningkatkan efektifitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan, dengan memberikan sistem tata kelola yang baik berupa transparansi, akuntabilitas dan bersih, sudah pasti akan memberikan dampak positif bagi mustahiq muzakki serta organisasi zakat itu sendiri.

Potensi zakat di Indonesia cukup besar karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam begitupun dengan daerah istimewa Yogyakarta, menjadikan peluang zakat lebih besar untuk dikelola organisasi zakat. Jumlah muzakki yang cukup banyak menjadikan lembaga zakat dituntut untuk professional dalam memenuhi hak dan kewajiban guna memperoleh kepuasan muzakki baik itu muzakki aktif maupun pasif.

Lembaga pengelola zakat pada hakekatnya termasuk kategori lembaga publik karena mengelola dana publik. Sudah menjadi kewajiban bagi lembaga publik untuk mempertanggungjawabkan dana-dana yang dikelolanya kepada publik secara transparan. Maka setiap lembaga pengelola zakat dituntut dapat menjadi trustable institution. Keberhasilan kinerja pengelolaan zakat tidak hanya dilihat dari banyaknya dana zakat yang terkumpul, tetapi juga pada dampak dari pendistribusian dan pendayagunaan zakat tersebut yaitu dapat mewujudkan kesejahteraan dan keadilan sosial dalam masyarakat. Oleh karena itu lembaga pengelola zakat seyogyanya mampu meningkatkan kualitas program dan pelayanan yang lebih terfokus dan berdampak luas.

Salah satu organisasi pengelola zakat di wilayah Yogyakarta adalah Badan Amil Zakat Nasional kota Yogyakarta. BAZNAS kota Yogyakarta dibentuk berdasarkan keputusan Walikota Yogyakarta no 432/KEP/2009.

Visinya adalah “ terwujudnya lembaga yang amanah, professional dan transparan yang dipercaya masyarakat, mempunyai kemampuan dan integritas untuk mengembangkan zakat dan infaq. Sedangkan misinya adalah “menjadikan Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta sebagai lembaga professional yang mampu mewujudkan potensi dan manfaat zakat dan infaq untuk kepentingan ibadah dan kesejahteraan masyarakat.

(<http://baznas.jogjakota.go.id/profil.php?p=3>)

Sebagai lembaga zakat yang professional, BAZNAS Kota Yogyakarta sudah berhasil mengumpulkan dan zakat, infaq dan shodaqoh dalam jumlah yang cukup besar dari tahun ketahun cukup meningkat. Peningkatan ini tidak lepas dari partisipasi muzakki yang juga terus bertambah. Penerapan pelayanan prima yang berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan muzakki dan mustahiq melalui sistem manajemen zakat yang amanah, transparan dan profesional sesuai visi dan misi organisasi menjadi penentu kualitas organisasi pengelola zakat itu sendiri sebagai organisasi nirlaba. Meskipun BAZNAS Kota Yogyakarta mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut belum cukup dijadikan ukuran bahwa kinerja organisasi ini sudah optimal khususnya terkait layanan zakat kepada muzakki dan mustahiq

Menurut pakar zakat K.H. Muhadi Zainuddin, pengelolaan zakat yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan ummat terdapat tiga kunci untuk meningkatkan manajemen bagi seluruh organisasi pengelola zakat di

Indonesia yaitu amanah, professional, dan transparan (Sulih Prasitya, badan Amil Zakat Kota Yogyakarta”, http://baznas.jogjakarta.go.id/artikel.php?artikel_id=11&page=4, diposting pada 21 april 2014 diunggah pada 05 april 2014)

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai analisis kualitas layanan lembaga zakat di wilayah Kotagede DIY.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana kualitas layanan lembaga zakat di wilayah Kotagede?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui kualitas pelayanan lembaga zakat terhadap masyarakat di wilayah Kotagede DIY.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai media untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan ke dalam bentuk karya ilmiah berdasarkan penelitian yang dilakukan.

2. Bagi Akademisi

Sebagai bahan literatur atau sarana untuk menambah wawasan serta bisa dijadikan rujukan lebih lanjut bagi peneliti berikutnya.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini, juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk mengetahui tingkat kepercayaan, kenyamanan, keamanan muzakki, serta kesejateraan ummat terhadap kualitas layanan lembaga zakat.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Untuk dapat memecahkan masalah dan mencapai tujuan sebagaimana diungkapkan diatas perlu dilakukan kajian kepustakaan guna mendukung hasil penelitian dan agar dapat diperoleh hasil maksimal sebagaimana yang diharapkan:

Skripsi pengaruh Good Corporate Governance terhadap kepuasan Muzakki pada badan amil zakat nasional atau (BAZNAS) Kabupaten Sleman Yogyakarta karya Hana Septi Kuncara Ningsih. jenis penelitiannya kuantitatif dengan melakukan survey langsung kepada muzakki.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Definsi Kualitas Layanan Jasa

Menurut Stanton, layanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat tak teraba (intangibel), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat penjualan produk atau jasa lain (William J. Stanton, prinsip pemasaran jilid 2, Edisi7 (Jakarta: Erlangga, 2000), 220)

Sedang menurut Kotler definisi pelayanan adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol*, Jilid I (Jakarta: Erlangga,2001),83). Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Menurut Lovelock dalam Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas layanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen (Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*)58) . Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi efulatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu.

Kualitas layanan menurut Wyckof dalam Tjiptono adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan/konsumen (*Ibid*, 59). Deming dalam Tjiptono

mendefinisikan kualitas menurut konteks, persepsi customer dan kebutuhan serta kemauan customer, yaitu : (*Ibid*, 7)

1. Kualitas bergantung pada apa yang dikehendaki dan dibutuhkan oleh customer
2. Kualitas adalah penilaian subyektif customer. Penilaian ini ditentukan oleh persepsi customer dalam melihat dan merasakan apa yang sudah didapat terhadap produk atau jasa. Jadi yang penting adalah bagaimana produk atau jasa dipersepsikan oleh customer dan kapan persepsi customer berubah
3. Kualitas tidak dapat didefinisikan apabila tidak dikaitkan dengan suatu konteks tertentu. Kualitas adalah suatu karakteristik atau atribut daripada sesuatu. Jadi, untuk mendefinisikan terlebih dahulu harus menentukan sesuatu.

2.2.2 Definisi Lembaga Zakat

Lembaga zakat adalah lembaga yang berada ditengah-tengah public sehingga dituntut untuk memiliki transparansi dan akuntabilitas. Organisasi pengelolaan zakat (OPZ) dalam menjalankan aktifitasnya sebagai amil mempunyai prinsip yang harus ditaati atau dipatuhi. Diantaranya, organisasi pengelola zakat harus memiliki sistem akuntansi dan manajemen. Prinsip tersebut

menunjukkan bahwa OPZ harus transparan dalam menjalankan seala tugas-tugasnya (Al anhar,2012)

Lembaga pengelola zakat merupakan lembaga non profit yang bertujuan membantu umat islam menyalurkan zakat, infaq dan shodaqoh kepada yang berhak menerimanya. Aktifitas tersebut melibatkan beberapa pihak yang saling berkaitan yakni pemberi zakat, pengelola dan penerima zakat (yulinartati, 2012)

Pengelola zakat yang dilakukan oleh lembaga amil zakat (LAZ) yang mampu mengelola dana zakat sampai dengan mensejahterakan para mustahiq, tidak terlepas dari manajemen yang telah diterapkan oleh suatu LAZ baik itu dari segi SDM ataupun pelayanannya. LAZ memerlukan suatu strategi yang harus dilakukan oleh para muzakki agar menyalurkan dana zakatnya tanpa mengurangi pelayanan yang diberikannya.

Berdasarkan undang-undang No 23 pasal 1 tahun 2011 menyatakan bahwa organisasi pengelolaan zakat yang diakui dan dikelola oleh pemerintah adalah BAZNAS atau BAZDA dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang didirikan dan dikelola oleh masyarakat. Cara yang efektif dalam mengoptimalkan dana masyarakat adalah dengan cara membuat masyarakat tertarik untuk

membayar zakat di organisasi pengelolaan zakat. Salah satu yang ditempuh oleh OPZ adalah meningkatkan profesionalisme dan pelayanan kepada muzakki serta pelayanan kepada mustahiq. Kemudian menjaga kepercayaan kepada masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat. Peran OPZ tidak hanya terbatas sosialisasi dan penghimpun dana saja, tetapi OPZ punya tanggung jawab yang lebih besar.

Peran LAZ dalam menanggulangi kelemahan pengelolaan zakat adalah menyangkut bagaimana pelayanan LAZ kepada masyarakat umum (khususnya muzakki) dan kepercayaan masyarakat (muzakki) terhadap LAZ, menyangkut baik atau buruknya pelayanan dan pengelolaan dari OPZ. Optimalisasi penghimpun dana zakat akan bisa tercapai apabila OPZ mampu menepis keraguan para muzakki mengenai kualitas pengelolaan zakat di OPZ. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas laporan keuangan.

Adha (2012) mengemukakan bahwa LAZ merupakan salah satu contoh organisasi yang memerlukan tingkat transparansi dan akuntabilitas yang tinggi karena lembaga zakat merupakan organisasi nirlaba yang bergerak dalam bidang sosial kemanusiaan. Tugas dari organisasi adalah menghimpun dana dari masyarakat

yang mempunyai dana berlebih dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang masih memiliki keterbatasan dana.

Zakat memiliki kedudukan yang penting dalam islam. Perintah membayar zakat disebutkan secara jelas dalam Al Qur'an dan As sunnah Rosulullah. Perintah zakat disebutkan beriringan dengan kewajiban mendirikan sholat. Ditemukan sebanyak 33 kali. Sedangkan perintah membayar zakat yang tidak beriringan dengan kewajiban mendirikan shalat, atau disampaikan dengan kata lain seperti perintah untuk infaq atau shodaqah ditemukan sebanyak 40 kali. Begitu juga dengan perintah shalat yang tidak beriringan dengan perintah zakat ditemukan sebanyak 40 kali. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dalam Al-quran perintah untuk membayar zakat disebutkan samabanyaknya dengan perintah untuk mendirikan shalat yaitu sebanyak 70 kali.

Zakat merupakan salah satu rukun Islam dan menjadi salah satu unsur pokok bagi tegaknya sebuah syariat Islam. Zakat hukumnya adalah wajib (fardlu) bagi orang muslim yang telah memenuhi syarat-syarat untuk berzakat. Sedangkan infaq dan shodaqah merupakan wujud kecintaan dari seorang muslim terhadap nikmat dari Allah SWT yang telah diberikan kepadanya.

Zakat sebagai rukun Islam merupakan kewajiban setiap muslim yang mampu untuk membayar dan diperuntukan bagi mereka yang berhak untuk menerimanya. Dengan pengelolaan yang baik, zakat merupakan sumber dan potensial yang dapat dimanfaatkan untuk memajukan kesejahteraan umum bagi seluruh masyarakat terutama untuk mengentaskan kemiskinan dan menghilangkan kesenjangan sosial. Di Indonesia pengelolaan zakat, infaq dan shodaqah telah diatur dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Undang-undang ini mengatur tentang Organisasi Pengelolaan Zakat (OPZ) yang merupakan institusi yang beroperasi di Indonesia dan memiliki dua jenis pengelolaan zakat yaitu BAZ dan LAZ. Lahirnya UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat ini dirasa tepat untuk mendukung efektivitas pengelolaan zakat di Indonesia. Peraturan perundang-undangan tentang pengelolaan zakat telah menegaskan arti pentingnya peranan laporan keuangan auditan sebagai bentuk akuntabilitas OPZ kepada publik. Semakin berkembangnya OPZ maka perlu dibuat Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang mengatur pencatatan, pengukuran dan pelaporan ZIS. Yang sesuai dengan ketentuan dari standar yang telah diatur oleh pemerintah. Sehingga dibuat PSAK 109 tentang zakat, infaq dan shodaqah.

Didalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 diamanatkan bahwa untuk memajukan kesejahteraan umum merupakan salah satu tujuan nasional Negara Kesatuan RI. Untuk mewujudkan tujuan nasional tersebut maka dilaksanakan pembangunan dibidang agama, salah satu tujuan yang ingin dicapai adalah meningkatnya peran serta umat beragama dalam pembangunannasional. Umat Islam sebagai kelompok mayoritas dituntut lebih besar peran sertanya, diantaranya dengan penyediaan dana pembangunan melalui penggalan dan pemanfaatan dana zakat, infaq dan sodaqah. Jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam, menjadikan dana zakat sebagai sumber dana yang potensial untuk pemberdayaan. Tujuan zakat pada hakikatnya adalah untuk menjamin keadilan distribusi harta, mengentaskan kemiskinan dan memberdayakan masyarakat yang tidak mampu. Agar pengelolaan zakat tepat sesuai dengan tujuannya, maka zakat harus dikelola secara baik, amanah dan profesional.

An-Najah dalam wawancaranya pada tahun 2012 yang lalu mengungkapkan bahwa di Indonesia ini masyarakatnya banyak yang menyalurkan dana zakatnya pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) dibandingkan pada Badan Amil Zakat (BAZ) milik pemerintah. Sebenarnya penarikan dan pendistribusian dana zakat merupakan

tanggung jawab pemerintah. Tetapi manakala pemerintah tidak bisa menjalankan fungsinya dengan baik, seperti yang ada di Indonesia ini, maka lembaga milik swasta boleh untuk menangani permasalahan zakat. Yang menjadi problem utama dalam pengelolaan zakat di Indonesia ini adalah profesionalisme dan amanah. Selama ini masyarakat belum percaya dengan pemerintah, khususnya dalam pengelolaan dana-dana yang dihimpun dari masyarakat. Hal tersebut dikarenakan sering terjadi penyelewengan yang dilakukan oleh oknum-oknum pemerintah yang tidak amanah, sehingga banyak masyarakat yang tidak mau menyerahkan dan zakatnya untuk dikelola pemerintah. Sebagai dampaknya muncul berbagai lembaga zakat sebagai pengganti tugas dari pemerintah untuk mengelola dan zakat. Tetapi sangat disayangkan ada beberapa lembaga zakat tersebut kurang profesional dan amanah dalam menyalurkan dana zakatnya. *Good governance* adalah tata kelola yang baik pada suatu usaha yang sudah dilandasi dengan etika yang profesional dalam berusaha. Prinsip-prinsip dasar *good governance* antara lain: keadilan (*fairness*) yang merupakan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak dari *stakeholders* yang timbul dari perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang sudah berlaku. Keadilan juga menekankan pentingnya perlindungan untuk pemegang saham dari berbagai penyimpangan orang di dalam perusahaan. Prinsip kedua

yaitu transparansi (*transparency*) merupakan suatu bentuk keterbukaan informasi kepada pihak yang membutuhkan informasi tersebut sehingga semua pihak yang terlibat mengetahui apa saja yang dilakukan oleh organisasi, termasuk prosedur, dan keputusan yang diambil oleh organisasi dalam pelaksanaan urusan publik atau segala kegiatannya. Yang ketiga yaitu akuntabilitas (*accountability*) merupakan faktor yang membangun penerapan prinsip-prinsip *good governance*. Prinsip yang keempat yaitu tanggung jawab (*responsibility*) merupakan tanggung jawab dari perusahaan untuk mematuhi hukum dan perundang-undangan yang sudah berlaku. Dan prinsip yang terakhir yaitu kemandirian (*independency*) yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan dari kepentingan dan pengaruh dari pihak yang lain, yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

2.2.3 Pengertian Pengelolaan Zakat dan Tujuan Pengelolaan Zakat

Berdasarkan Undang-undang RI No. 38 Tahun 1999 (selanjutnya Disebut undang-undang) jo. Keputusan Menteri Agama RI (selanjutnya disebut KMA) No. 581 Tahun 1999, pengertian, asas, tujuan dan organisasi pengelolaan zakat, disebutkan sebagai berikut:

a. Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat (pasal 1 angka 1 undang-undang).

Sedangkan pengertian zakat menurut undang-undang diatas adalah harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau badan hukum yang dimiliki oleh seorang muslim sesuai dengan ketentuan agama diberikan kepada yang berhak menerimanya.

Jadi, dalam pengelolaan zakat dapat dipikirkan cara-cara pelaksanaannya dengan ilmu pengetahuan yang sesuai dengan tujuan zakat ialah meningkatkan taraf hidup anggota masyarakat yang lemah ekonomi dan mempercepat kemajuan agama Islam menuju tercapainya masyarakat yang adil, maju dan makmur diridhoi oleh Allah SWT.

Apabila tidak mencukupi dana yang dikumpulkan melalui zakat (2,5 kg) maka Islam memberikan pemungutan tambahan terhadap harta kekayaan masyarakat.

b. Tujuan pengelolaan

Tujuan pengelolaan zakat adalah:

- a. Meningkatkan pelayanan dalam menunaikan zakat, sesuai dengan tuntutan zaman.
- b. Meningkatnya fungsi dan peranan pranata keagamaan dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial.
- c. Meningkatnya hasil guna dan daya guna zakat (pasal 5 undang-undang).

c. Organisasi dalam Pengelolaan Zakat

Berdasarkan pasal 6, 7, 8, 9, 10 UU No. 38 Tahun 1999 jo. Pasal 1 s.d. pasal 12, pasal 21, 22, 23 dan 24 KMA No. 581 tahun 1999, organisasi pengelolaan zakat dapat dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ).

BAZ dan LAZ mempunyai tugas pokok mengumpulkan, mendistribusikan dan mendayagunaan zakat sesuai dengan ketentuan agama. Dalam melaksanakan tugasnya LAZ dan BAZ bertanggung jawab kepada pemerintah sesuai dengan tingkatannya (pasal 8 dan 9 undang-undang jo. Pasal 1 KMA).

a. Badan Amil Zakat (BAZ)

BAZ adalah organisasi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah terdiri dari unsur masyarakat dan pemerintah dengan tugas mengumpulkan, mendistribusikan, mendayagunaan zakat sesuai dengan ketentuan agama. Badan Amil Zakat meliputi BAZ Nasional, BAZ Propinsi, BAZ Kabupaten/Kota, BAZ Kecamatan.

Badan Amil Zakat terdiri atas ulama, kaum cendekia, tokoh masyarakat, tenaga professional dan wakil pemerintah. Mereka harus memenuhi persyaratan-persyaratan antara lain : memiliki sifat amanah, adil, berdedikasi, professional dan berintegritas tinggi. Masa tugas pelaksanaannya selama tiga tahun.

Tanggung jawab, wewenang dan tata kerja BAZ meliputi :

1. Ketua badan pelaksana BAZ bertindak dan bertanggung jawab untuk dan atas nama Badan Amil Zakat baik ke dalam maupun keluar.
2. Dalam melaksanakan tugasnya masing-masing BAZ menerapkan prinsip koordinasi, integrasi dan sinkronisasi di lingkungan masing-masing, serta

melakukan konsultasi dan memberikan informasi antar BAZ di semua tingkatan.

3. Setiap pimpinan satuan organisasi di lingkungan BAZ bertanggung jawab mengkoordinasikan bawahannya masing-masing dan memberikan bimbingan serta petunjuk bagi pelaksanaan tugas bawahan.
4. Setiap pimpinan satuan organisasi di lingkungan BAZ wajib mengikuti dan mematuhi ketentuan serta bertanggung jawab kepada atasan masing-masing dan menyampaikan berkala tepat pada waktunya.
5. Setiap kepala divisi/bidang/seksi/urusan BAZ menyampaikan laporan dengan kepala BAZ melalui sekretaris, dan sekretaris menampung laporan-laporan tersebut serta menyusun laporan-laporan berkala BAZ.
6. Setiap laporan yang diterima oleh pimpinan BAZ wajib diolah dan digunakan sebagai bahan untuk penyusunan laporan lebih lanjut dan untuk memberikan arahan kepada bawahannya.
7. Dalam melaksanakan tugasnya setiap pimpinan satuan organisasi BAZ dibantu oleh kepala satuan organisasi di bawahnya dan dalam rangka pemberian

bimbingan kepada bawahan masing-masing wajib mengadakan rapat berkala.

8. Dalam melaksanakan tugasnya BAZ memberikan laporan tahunan kepada pemerintah sesuai dengan tingkatannya.

b. Lembaga Amil Zakat (LAZ)

Lembaga Amil Zakat adalah intitusi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk atas prakarsa masyarakat dan oleh masyarakat yang bergerak di bidang da'wah, pendidikan, sosial dan kemaslahatan umat Islam. Lembaga Amil Zakat dikukuhkan dan dilindung pemerintah.

Dalam melaksanakan tugasnya LAZ memberikan laporan kepada pemerintah sesuai dengan tingkatannya (pasal 31 KMA).

Surat at-Taubah ayat 103 lebih lanjut dapat dijadikan acuan di dalam membentuk suatu lembaga pengelolaan zakat : *“Ambillah zakat darisebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi)*

ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui”.

Lembaga atau jamaah pengelola zakat tersebut tampaknya menuntut kepemimpinan yang berwibawa, yakni yang mampu menggerakkan kaum muslimin bahwa zakat berfungsi membersihkan diri dari kekikiran dan cinta harta yang berlebihan. Selain itu, mensucikan (menyuburkan sifat kebaikan) bahkan lebih serius lagi haruslah sampai kepada tingkatan yang menetralkan jiwa. Dengan begitu maka dalam tubuh pengelola zakat hendaknya terdapat kesatuan antara amil yang terampil bekerja dan amil yang kharismatik, bertaqwa dan ikhlas mendoakan.

Untuk mengoptimalkan pengumpulan dan zakat, terdapat tiga unsur penting yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan manajemen strategi lembaga zakat yakni salah satunya adalah strategi kinerja.

Strategi kinerja lembaga merupakan strategi yang dilakukan oleh lembaga zakat untuk mendefinisikan identitas dan kepribadian lembaga zakat sehingga mampu merebut posisi dibenak para muzakki. Sehingga

strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, kredibilitas, dan keyakinan muzakki kepada lembaga zakat.

Berdasarkan undang-undang pengelolaan zakat, pertimbangan dibentuknya lembaga zakat adalah untuk meningkatkan pelayanan bagi muzakki dan meningkatkan hasil guna dan daya guna zakat yang dapat dipertanggung jawabkan, maka indikator kerja suatu lembaga zakat dapat dinilai dari beberapa segi salah satunya adalah kualitas pelayanan (service)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu factor yang harus diperhatikan lembaga zakat untuk menjaga kepuasan muzakki. Strategi pelayanan merupakan strategi untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan kualitas sebaik mungkin sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh lembaga.

Dalam melakukan pelayanan yang baik, biasanya digambarkan seseorang melalui sikap, pembicaraan dan bahasa tubuh yang bersifat simpatik, lembut, sopan, hormat dan penuh kasih sayang. Lembaga harus menyadari bahwa kepuasan muzakki adalah segalanya. Untuk itu lembaga juga harus memperhatikan

karyawannya dengan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, rasa aman, manusiawi dan menumbuhkan motivasi

2.2.4 Dimensi Kualitas Jasa

Layanan memainkan peranan yang sangat penting karena merupakan aktivitas pendukung dalam kegiatan pemasaran. Kualitas layanan merupakan perbedaan antara kenyataan dengan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima dalam bisnis jasa kualitas layanan menjadi kunci keberhasilan perusahaan.

Menurut Freddy Rangkuti, terdapat 10 dimensi kualitas layanan antara lain: (21 M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 221-222.)

1. Reliability (keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Responsiveness (ketanggapan), yaitu kemampuan untuk menolong customer dan ketersediaan untuk melayani customer dengan baik.
3. Tangibles (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi.
4. Competence (kemampuan), yaitu kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik kepada nasabah.

5. Access (mudah diperoleh), yaitu kemudahan untuk mendapatkan pelayanan yang diinginkan.
6. Courtecy (keramahan), yaitu sopan santun penyedia jasa dalam menghadapi customer.
7. Credibility (dapat dipercaya), yaitu layanan yang diberikan benar-benar dapat dipercaya customer.
8. Security (keamanan), yaitu jaminan keamanan bagi customer.
9. Understanding (memahami customer), yaitu terjadinya saling pengertian antara nasabah dan penyedia jasa.
10. Communication (komunikasi), yaitu kemampuan dan berkomunikasi secara lancar, benar, dan meyakinkan.

Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman, untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut : (Tjiptono, F. 2008)

1. Tangibles

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Jadi yang dimaksud dengan dimensi tangibles adalah suatu lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya

berinteraksi dan komponen-komponen tangibles akan memfasilitasi komunikasi jasa tersebut. Komponen-komponen dari dimensi tangibles meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan front-office, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan.

2. Reliability

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

Keandalan adalah suatu ukuran hasil karena pelanggan (customer) menilainya setelah mengalami jasa tersebut (Widyantoro, A. 2005). Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

3. Responsiveness

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk di dalamnya jika

terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

4. Assurance

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan

konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

5. Emphaty

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (access) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah wilayah Kotagede Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

3.2 Variabel Penelitian

Variabel yang menjadi prioritas utama pada masing-masing dimensi adalah sebagai berikut :

- a. Keyakinan atau jaminan (Assurance), harus memprioritaskan keterampilan karyawan pada lembaga zakat dalam memberikan pelayanan & menangani keluhan konsumen (muzakki).
- b. Keandalan (Reliability), harus memprioritaskan keseriusan dalam memproses pemberian jasa secara tepat
- c. Fisik nyata (Tangibles), yang menjadi prioritas utama adalah keberadaan tempat pelayanan, fasilitas gedung sebagai sarana penunjang bagi muzakki yang cukup nyaman dan jaminan keamanan.
- d. Daya tanggap (Responsiveness), yang menjadi prioritas utama adalah kecepatan karyawan dalam melayani transaksi pembayar zakat (muzakii).

- e. Empathy, yang menjadi prioritas utama adalah kemampuan karyawan untuk memberikan perhatian kepada muzakki secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan mustahiq.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan definisi yang lebih operasional tentang variabel penelitian serta bagaimana mengukur variabel sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti maka definisi operasional yang dapat dijelaskan pada penelitian ini yaitu:

1. Kualitas layanan jasa

Berbicara tentang kualitas pelayanan (jasa) lembaga zakat, tidak dapat dipungkiri. hal ini terkait dengan kepuasan muzakki terhadap lembaga tersebut. Sebagaimana Heskere et al (1997) dalam Jaelani (2008), mengatakan bahwa kolektifitas sikap, sifat dan perilaku dari karyawan dalam *services* memiliki potensi yang besar untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan membentuk loyalitas pelanggan dan perilaku pembelinya.

Dalam penelitian ini konsep kualitas jasa yang digunakan masih mengacu pada konsep kualitas pada industri jasa. Menurut Kotler (1987), jasa merupakan setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya kepemilikan atas sesuatu tersebut.

Jasa atau pelayanan merupakan serangkaian aktifitas yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan oleh hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksud untuk memecahkan masalah antara konsumen dan pelanggan (Winarsih, 2005). Menurut Parasuraman, 1991), ada lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan dalam mengukur kualitas jasa yaitu *reliability* (handal), *responsiveness* (tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (penampilan).

Kelima dimensi tersebut sering disebut SERVQUAL yaitu: Untuk selanjutnya dimensi-dimensi tersebut akan menjadi indikator untuk mengukur kualitas pelayanan (jasa) dalam penelitian ini.

2. Lembaga Zakat

Lembaga zakat sering diartikan sebagai suatu lembaga masyarakat yang informal, temporer dan hanya bekerja menerima zakat dan membagikan kepada yang berhak menerimanya.

Pengelolaan zakat yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang mampu mengelola dana zakat sampai dengan menyejahterakan para mustahiq, tidak terlepas dari manajemen yang telah diterapkan oleh suatu LAZ baik itu dari segi SDM ataupun pelayanannya. LAZ memerlukan suatu strategi yang harus dilakukan untuk menarik para muzakki agar menyalurkan dana zakatnya tanpa mengurangi

pelayanan yang diberikan. Lembaga zakat adalah lembaga yang melayani kepentingan publik dalam penghimpunan dan penyaluran dana umat. Sebagai organisasi sektor publik tentu saja lembaga zakat memiliki *stakeholders* yang sangat luas. Konsekwensinya lembaga zakat dituntut dapat memberikan informasi mengenai pengelolaan kepada semua pihak yang berkepentingan. Kemampuan untuk memberikan informasi yang terbuka, seimbang dan merata kepada *stakeholders*.

3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data

1) Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah informan yaitu orang-orang yang dianggap tahu tentang data yang diinginkan oleh peneliti dalam hal ini muzakki area Kotagede DIY sedangkan data sekunder diperoleh dari kajian-kajian, tulisan lepas yang dapat digunakan sebagai landasan teori atau dasar penunjang untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini

2) Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melakukan survey dengan kuisioner (menyebarkan angket) dengan menggunakan skala likert yang ditujukan kepada masyarakat yang membayar zakat (muzakki)

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah muzakki Daerah Istimewa Yogyakarta area Kotagede. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dari populasi muzakki area kotagede DIY. Teknik pengambilan sample yaitu berdasarkan “penilaian” (judgment) peneliti mengenai siapa-siapa saja yang pantas (memenuhi persyaratan) untuk dijadikan sampel. Menurut Sumanto, perhitungan jumlah sampel diambil 10 % dari jumlah populasi yang ada. Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel 10 % dari 1300 Maka diambil 130 sampel untuk pengumpulan data

3.6 Teknik Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis GAP. Gap analysis merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja dari instansi pemerintahan, khususnya dalam upaya penyediaan pelayanan terhadap hal layak umum. Hasil analisis tersebut dapat menjadi input yang berguna bagi perencanaan dan penentuan prioritas anggaran di masa yang akan datang. Selain itu, gap analysis atau analisis kesenjangan juga merupakan salah satu langkah yang sangat penting dalam tahapan perencanaan maupun tahapan evaluasi kinerja. Metode ini merupakan salah satu metode yang umum digunakan dalam pengelolaan manajemen internal suatu

lembaga. Secara harafiah kata “GAP” mengindikasikan adanya suatu perbedaan (*disparity*) antara satu hal dengan hal lainnya

Dalam proses pelaksanaan evaluasi analisis gap ini, Penganalisaan dengan menggunakan statistik deskriptif yaitu ialah dengan menggunakan rumusan statistik, yaitu dengan perhitungan rata-rata skor dari masing masing dimensi diatas. Perhitungan kesenjangan masing-masing dimensi dengan formula :

1. Kesenjangan_i (G_i) = Rata-rata *expected service*_i – Rata-rata *perceived service*_i
2. Perhitungan rata-rata kesenjangan
3. Melakukan analisa kesenjangan
 - Jika $G > 0$ = kualitas yang diharapkan masyarakat lebih tinggi daripada kualitas pelayanan yang dirasakan masyarakat, maka instansi terkait perlu meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan publik.
 - Jika $G < 0$ = kualitas yang diharapkan masyarakat lebih rendah daripada kualitas pelayanan yang dirasakan masyarakat, maka instansi terkait telah dianggap memberikan kinerja dan kualitas pelayanan publik yang baik.
 - Jika $G = 0$ = kualitas yang diharapkan masyarakat sama dengan kualitas pelayanan yang dirasakan masyarakat, maka instansi terkait telah memberikan pelayanan yang baik namun perlu peningkatan.

Analisis data untuk mengetahui kualitas pelayanan di lembaga zakat wilayah Kotagede DIY dalam analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *servqual*. Ada tiga langkah dalam penerapan metode *servqual* yaitu:

1. Analisis kualitas pelayanan

Data yang diolah berasal dari kuesioner tentang persepsi, harapan dan tingkat kepentingan muzakki terhadap kualitas pelayanan di lembaga zakat Kotagede DIY. Pengukuran kualitas pelayanan ini dilakukan dengan membandingkan nilai persepsi muzakki (X) dengan nilai harapan konsumen (Y), adapun langkahnya yaitu:

- a. Mencari nilai skor persepsi/kinerja dari setiap variabel (Xi) dan skor nilai harapan/kepentingan dari tiap variabel (Yi).
- b. Menghitung tingkat kesesuaian persepsi dengan harapan dari tiap variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Dimana:

TKi = Tingkat kesesuaian untuk variabel ke-i

Xi = Penilaian persepsi ke - i

Yi = Nilai harapan/kepentingan konsumen ke-i

Perhitungan tingkat kesesuaian dilakukan untuk mengetahui urutan prioritas atribut-atribut dari dimensi kualitas yang menjadi prioritas perbaikan yang dinilai berdasarkan presentase perbandingan nilai

kerja dengan tingkat kepentingan atribut menurut penilaian dari responden.

- c. Menghitung nilai rata-rata dari tingkat kesesuaian seluruh variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$\overline{Tk} = \frac{\sum Tk}{k}$$

Dimana:

\overline{Tk} = Nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh variabel

K = Jumlah variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen

2. Analisis untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dilakukan menggunakan metode *Servqual* dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Menentukan bobot (skor) tiap variabel
- Menjumlahkan nilai harapan (Y_i) dan persepsi (X_i) dari setiap variabel seluruh responden, kemudian dihitung rata-ratanya (\bar{y}) dan (\bar{x})

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana:

\bar{x} = nilai rata rata tingkat persepsi

\bar{y} = nilai rata-rata tingkat harapan

n = jumlah responden

- c. Menghitung gap/kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan dengan rumus sebagai berikut:

$$NS_i = \bar{x}_i - \bar{y}_i$$

Dimana :

NS_i = nilai *servqual* (gap) tiap variabel ke-i

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden diperoleh dari data kuesioner yang telah diisi pengunjung Gambaran umum ini dapat memberikan informasi mengenai informasi demografis dari muzakki Kotagede DIY. Berdasarkan hasil kuesioner 130 responden diperoleh data demografis yang ditunjukkan oleh Tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi Responden

IDENTIFIKASI RESPONDEN

No	Karakteristik Responden	Kelompok	Jumlah	Persentase %
1.	Usia	a. < 20 tahun	-	
		b. 20-30 tahun	58	44,61
		c. 31-40 tahun	39	30
		d. > 41 tahun	33	25,38
2.	Jenis Kelamin	a. Laki-laki	81	62,30
		b. Perempuan	49	37,69
3.	Pekerjaan	a. PNS	8	6,15
		b. Wiraswasta	69	53,07
		c. Mahasiswa		
		d. Karyawan		
		e. IRT	14	10,76

			37	28,46
			2	1,53
4.	Penghasilan	a. < 1juta	45	34,61
		b. 1 juta-3 juta	58	44,61
		c. 3 juta-5 juta	10	7,69
		d. >5 juta	4	3,07

Data primer diolah (2016)

4.2 Analisa Hasil Penelitian

Analisa hasil penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan lembaga zakat Kotagede DIY. Hasil penelitian ini dilakukan dengan mengambil beberapa sampel dari suatu populasi sebesar 130 responden.

1. Analisa Tingkat Kesesuaian Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisa tingkat kesesuaian dilakukan dengan cara menghitung tingkat kesesuaian dan prioritas kemudian menghitung rata-rata dari tingkat kesesuaian seluruh variabel.

Perhitungan tingkat kesesuaian dilakukan untuk mengetahui urutan prioritas atribut-atribut dari dimensi kualitas yang menjadi prioritas perbaikan yang dinilai berdasarkan presentase perbandingan nilai kerja dengan tingkat kepentingan atribut menurut penilaian dari responden. Jika persentase berada pada kisaran 0 – 49%, berarti tidak sesuai. Jika Kisaran 50 – 59%, berarti kurang sesuai. Kisaran 60 – 79%, berarti cukup sesuai, dan bila berada pada kisaran 80 –

100%, berarti telah sesuai antara persepsi dengan harapan. Tabel 2. menunjukkan tingkat kesesuaian antara persepsi dan harapan dengan model analisis Martila dan James (1997).

Tabel 2. Persentase tingkat kesesuaian dan prioritas

No	Variabel kualitas pelayanan	Skor persepsi	Skor harapan	Persentase Tingkat kesesuaian (%)
A	Tangibles (bukti fisik)			
1	OPZIS Kotagede memiliki gedung yang memadai	513	580	88,44
2	Gedung maupun Halaman OPZIS kotagede selalu dalam kondisi bersih	517	582	88,83
3	Petugas OPZIS kotagede berpenampilan menarik dan sopan	516	520	99,23
4	Kantor OPZIS kotagede berada di lokasi yang mudah di jangkau	515	520	99,03
5	OPZIS kotagede memiliki website sebagai informasi tentang perkembangan lembaga	479	520	92,11
B	Reliability			
1.	Amil OPZIS kotagede selalu melayani muzakki dengan ramah	531	520	102,11
2.	Amil OPZIS kotagede selalu teliti dalam mencatat administrasi muzakki	520	520	100
3	Amil OPZIS selalu stand by didalam kantor ketika jam kerja	483	520	92,88
4	Amil OPZIS selalu menyelesaikan	483	520	92,88

	masalah dengan tepat waktu			
5.	OPZIS kotagede memiliki prosedur pendaftaran yang mudah terkait proses pembayaran zakat	499	520	95,96
C	Responsiveness (daya tangap)			
1.	OPZIS kotagede selalu melayani muzakki dengan cepat	507	582	87,11
2.	Amil OPZIS kotagede mampu menjawab pertanyaan yang diajukan muzakki	495	582	85,05
3.	Amil OPZIS kotagede selalu bersedia menolong muzakki yang sedang kesulitan	494	582	84,87
4.	Amil OPZIS kotagede selalu mendengarkan keluhan muzakki	497	582	85,39
D	Assurance			
1.	Amil OPZIS mampu menjelaskan informasi kepada muzakki dengan tegas, detail dan jelas	496	533	93,05
2.	Amil OPZIS memiliki pengetahuan yang mumpuni	504	530	95,09
3.	OPZIS kotagede memiliki amil yang cukup, sehingga selalu ada pengganti jika ada yang berhalangan hadir	495	544	90,99
4.	OPZIS kotagede selalu memberikan laporan setiap kali dana zakat disalurkan kepada mustahiq	499	549	90,08
5.	OPZIS kotagede selalu memberikan dana zakat kepada mustahiq yang tepat	517	549	94,17
E	Empathy (perhatian)			
1.	Amil OPZIS kotagede selalu bersedia memberikan informasi	483	520	92,88

	terbaru kepada muzakki			
2.	Amil OPZIS kotagede tidak membeda bedakan muzakki yang satu dengan yang lain	514	550	93,45
3.	Amil OPZIS kotagede selalu memberikan perhatian penuh kepada setiap muzakki	491	521	94,24
4.	Amil OPZIS kotagede selalu memahami dan mengerti apa yang dikeluhkan dan diinginkan oleh muzakki	492	522	94,25
Total		11540	12468	92,55 %
Rata-rata		501,74	542,08	92,55%

Data primer diolah (2016)

Berdasarkan pada tabel 2. dapat dilihat bahwa persentase tingkat kesesuaian antara persepsi dan harapan pada tiap dimensi berada pada kisaran 80 – 100%. Dari perhitungan menggunakan rumus tersebut diatas akan diperoleh urutan persentase nilai masing-masing atribut. Prioritas perbaikan dilakukan pada tiap-tiap atribut, mulai dengan nilai terkecil sampai dengan yang terbesar. Hal pertama yang perlu mendapat penanganan segera adalah pada dimensi responsiveness, dimana setiap pihak lembaga zakat perlu memberikan arahan kepada karyawan seperti dalam hal keramahan, pengetahuan, kecepatan dan ketepatan pelayanan kejujuran karyawan dan keterampilan karyawan dalam menangani keluhan muzakki, karena memiliki tingkat kesesuaian yang paling rendah diantara kelima dimensi. Kemudian diikuti oleh dimensi Assurance

seterusnya diikuti oleh dimensi fisik nyata (tangibles) lalu empathy kemudian dimensi reliability. Tetapi secara keseluruhan tingkat kesesuaian yang terjadi antara persepsi dan harapan adalah baik dengan nilai rata-rata secara keseluruhan sebesar 92,55%. Keadaan seperti ini dianggap mengembirakan pihak manajemen atas kesuksesannya memberikan pelayanan yang baik dengan memberikan persepsi yang sesuai dengan yang diharapkan nasabah selama ini.

2. Analisa untuk mengetahui tingkat kepuasan muzakki

Pengukuran kepuasan muzakki atas kualitas pelayanan dilakukan menggunakan metode *Servqual*.

Analisa tingkat kepuasan muzakki digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan muzakki terhadap variabel atau atribut kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh lembaga zakat Kotagede DIY.

Tabel 3. Perhitungan gap pada setiap atribut

No	Variabel kualitas pelayanan	Skor persepsi	Skor harapan	\bar{X}	\bar{Y}	GAP
A	Tangibles (bukti fisik)					-0,51
1	OPZIS Kotagede memiliki gedung yang memadai	513	580	3,95	4,46	
2	Gedung maupun Halaman OPZIS kotagede selalu dalam kondisi bersih	517	582	3,98	4,47	-0,49
3	Petugas OPZIS kotagede berpenampilan menarik	516	520	3,97	4	-0,03

	dan sopan					
4	Kantor OPZIS kotagede berada di lokasi yang mudah di jangkau	515	520	3,96	4	-0,04
5	OPZIS kotagede memiliki website sebagai informasi tentang perkembangan lembaga	479	520	3,68	4	-0,32
B	Reliability					0,08
1.	Amil OPZIS kotagede selalu melayani muzakki dengan ramah	531	520	4,08	4	
2.	Amil OPZIS kotagede selalu teliti dalam mencatat administrasi muzakki	520	520	3,86	4	-0,14
3	Amil OPZIS selalu stand by didalam kantor ketika jam kerja	483	520	3,71	4	-0,29
4	Amil OPZIS selalu menyelesaikan masalah dengan tepat waktu	483	520	3,71	4	-0,29
5.	OPZIS kotagede memiliki prosedur pendaftaran yang mudah terkait proses pembayaran zakat	499	520	3,83	4	-0,17
C	Responsiveness (daya tangap)					-0,57
1.	OPZIS kotagede selalu melayani muzakki dengan cepat	507	582	3,9	4,47	
2.	Amil OPZIS kotagede mampu menjawab pertanyaan yang	495	582	3,80	4,47	-0,67

	diajukan muzakki					
3.	Amil OPZIS kotagede selalu bersedia menolong muzakki yang sedang kesulitan	494	582	3,8	4,47	-0,67
4.	Amil OPZIS kotagede selalu mendengarkan keluhan muzakki	497	582	3,82	4,47	-0,65
D	Assurance					-0,29
1.	Amil OPZIS mampu menjelaskan informasi kepada muzakki dengan tegas, detail dan jelas	496	533	3,81	4,1	
2.	Amil OPZIS memiliki pengetahuan yang mumpuni	504	530	3,87	4,07	-0,2
3.	OPZIS kotagede memiliki amil yang cukup, sehingga selalu ada pengganti jika ada yang berhalangan hadir	495	544	3,80	4,18	-0,38
4.	OPZIS kotagede selalu memberikan laporan setiap kali dana zakat disalurkan kepada mustahiq	499	549	3,83	4,22	-0,39
5.	OPZIS kotagede selalu memberikan dana zakat kepada mustahiq yang tepat	517	549	3,97	4,22	-0,25
S	Empathy (perhatian)					-0,29
1.	Amil OPZIS kotagede selalu bersedia memberikan informasi terbaru kepada muzakki	483	520	3,71	4	
2.	Amil OPZIS kotagede	514	550	3,95	4,23	-0,28

	tidak membeda bedakan muzakki yang satu dengan yang lain					
3.	Amil OPZIS kotagede selalu memberikan perhatian penuh kepada setiap muzakki	491	521	3,77	4,007	0,237
4.	Amil OPZIS kotagede selalu memahami dan mengerti apa yang dikeluhkan dan diinginkan oleh muzakki	492	522	3,78	4,01	-0,23
Total		11540	12468			

Data primer diolah (2016)

Berdasarkan tabel 3. Gap pada setiap atribut menunjukkan kesenjangan yang berbeda beda. Pada dimensi tangibles, terdiri dari 5 atribut yaitu pada atribut pertama berdasarkan Skor persepsi dan harapan, dan nilai rata-rata persepsi dan harapan, maka nilai kesenjangan terhadap atribut ini sebesar -0,51. Pada atribut kedua nilai kesenjangan sebesar -0,49. Pada atribut ketiga, nilai kesenjangan sebesar -0,03. Pada atribut ke empat nilai kesenjangan sebesar -0,04. Sedangkan pada atribut kelima nilai kesenjangan sebesar -0,32. Pada dimensi Reliability terdiri dari 5 atribut juga. Berdasarkan skor persepsi dan harapan dan nilai rata-rata persepsi dan harapan maka nilai kesenjangan pada atribut pertama sebesar 0,08. Pada atribut kedua, nilai kesenjangan sebesar -0,14. Pada atribut ketiga dan keempat nilai kesenjangan

sebesar -0,29 sedang pada atribut kelima, nilai kesenjangan sebesar -0,17. Kemudian pada dimensi Responsiveness terdiri dari 4 atribut dengan nilai kesenjangan pertama -0,57. Kedua dan ketiga -0,67. Dan yang keempat nilai kesenjangan -0,65. Pada dimensi Assurance terdiri dari 5 atribut dengan nilai kesenjangan -0,29 pada atribut pertama. pada atribut kedua -0,2. Pada atribut ketiga nilai kesenjangan -0,38. Nilai kesenjangan pada atribut keempat adalah -0,39 sedangkan pada atribut kelima -0,25. Pada dimensi empathy terdiri dari empat atribut dengan nilai kesenjangan pada atribut pertama sebesar -0,29. Pada atribut kedua sebesar -0,29. Pada atribut ketiga nilai kesenjangan sebesar 0,237 dan pada atribut keempat nilai kesenjangan sebesar -0,23. Banyaknya kesenjangan dengan nilai negatif menunjukkan bahwa kualitas yang diharapkan masyarakat lebih rendah dari pada kualitas pelayanan yang dirasakan masyarakat, maka instansi OPZIS kotagede DIY dalam hal ini dianggap telah memberikan kinerja dan kualitas pelayanan publik yang baik.

Pengukuran Servequal

Untuk mengetahui tingkat kepuasan muzakki berdasarkan perhitungan skor dimensi servequal berdasarkan skor harapan dan skor persepsi masing-masing dimensi beserta rata-rata dari skor rata-

rata masing-masing dimensi. Tabel 4 menunjukkan nilai kesenjangan kualitas pelayanan.

Tabel 4. Perhitungan Servequal setiap dimensi

Dimensi	Persepsi (P)	(X)	Harapan (H)	(Y)	Kesenjangan (P-H)	Kesenjangan (X-Y)
Tangibles	2540	3,90	2722	4,18	-182	-0,28
Reliability	2516	3,84	2600	4	-84	-0,16
Responsiveness	1993	3,85	2328	4,48	-335	-0,63
Assurance	2511	3,86	2705	4,62	-194	-0,76
Empathy	1980	3,80	2113	4,25	-133	-0,45
Total	11540		12468		-928	
Rata-rata		3,85		4,306		-0,456

Berdasarkan tabel 4. total kesenjangan yang terjadi antara persepsi dan harapan adalah sebesar -928. Dimana semakin kecil selisih negatifnya, maka semakin baik. Dengan kesenjangan terkecil terdapat pada dimensi reliability sebesar -84, kemudian kesenjangan terkecil berikutnya terdapat pada dimensi empathy, tangibles dan Assurance, yakni dengan nilai kesenjangan masing-masing sebesar -133, -182 dan -194. kesenjangan yang diperoleh terdapat selisih kesenjangan yang terbesar yaitu pada dimensi responsiveness dengan nilai sebesar -335, maka hal pertama yang dilakukan pihak lembaga zakat adalah memperbaiki kesenjangan responsiveness terlebih dahulu. Hal ini menunjukkan bahwa dari kelima dimensi Servequal

tersebut tidak ditemukan adanya persamaan persepsi dengan harapan muzakki, karena masih terdapat kesenjangan antara keduanya. Tingkat optimalisasi pelayanan dipengaruhi oleh semua dimensi dan setiap dimensi memiliki bobot yang berbeda. Berdasarkan data kesenjangan (X-Y) di atas menunjukkan bahwa tingkat optimalisasi pelayanan adalah sebesar $-0,456 > -1$ hal ini menunjukkan bahwa lembaga zakat yang ada di Kotagede DIY memberikan pelayanan yang optimal kepada para muzakki. Dengan dibuktikan pada tingkat kesesuaian dengan rata-rata tingkat kesesuaiannya sebesar 92,55% telah mampu memenuhi harapan muzakki, dan sisanya sebesar 7,45% perlu dilakukan perbaikan terhadap pelayanan yang telah diberikan selama ini

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan :

1. Hasil analisis kesenjangan (gap) terhadap kualitas pelayanan menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan lembaga zakat di Kotagede DIY dengan yang diharapkan oleh muzakki. Kesenjangan terjadi pada semua dimensi kualitas pelayanan, yaitu Fisik Nyata (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*).
2. Tingkat optimalisasi pelayanan yang diberikan oleh lembaga zakat Kotagede DIY secara keseluruhan dinilai baik atau telah sesuai antara persepsi dan harapan muzakki selama ini. Hal ini tercermin dari hasil analisis antara kinerja dengan tingkat kepentingan muzakki yang memberikan hasil sebesar 92,55 %. Namun perlu peningkatan kualitas pelayanan.
3. Variabel yang menjadi prioritas utama pada masing-masing dimensi adalah sebagai berikut :
 - a. Keyakinan atau jaminan (*Assurance*), harus memprioritaskan keterampilan karyawan pada lembaga zakat

dalam memberikan pelayanan & menangani keluhan konsumen (muzakki).

- b. Keandalan (reliability), harus memprioritaskan keseriusan dalam memproses pemberian jasa secara tepat
- c. Fisik nyata, yang menjadi prioritas utama adalah keberadaan tempat pelayanan, fasilitas gedung sebagai sarana penunjang bagi muzakki yang cukup nyaman dan jaminan keamanan.
- d. Daya tanggap (Responsiveness), yang menjadi prioritas utama adalah kecepatan karyawan dalam melayani transaksi pembayar zakat (muzakii).
- e. Empaty, yang menjadi prioritas utama adalah kemampuan karyawan untuk memberikan perhatian kepada muzakki secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan mustahiq.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan ada beberapa hal yang penulis sarankan :

1. Bagi lembaga zakat, perlu adanya peningkatan secara kualitas pelayanan, dalam hal ini menggunakan pengukuran servqual (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty) ternyata dimensi responsiveness yang di dalamnya terdiri dari kecepatan melayani, pengetahuan yang

mumpuni, mendengarkan keluhan muzakki dinilai oleh muzakki masih kurang. Oleh karena itu, lembaga OPZIS perlu berbenah diri dalam meningkatkan keterbukaan atas kritik dan saran daya tanggap dalam seluruh kegiatannya.

2. Lembaga Amil zakat juga penting untuk membekali karyawannya dengan pengetahuan yang mumpuni terkait informasi laporan dana zakat yang disalurkan kepada mustahiq.
3. Dari penelitian ini ada sebagian muzakki tidak mengetahui OPZIS yang ada di Kotagede DIY. Oleh karena itu, lembaga zakat perlu meningkatkan sosialisasi formal maupun non formal terhadap keberadaan lembaga yang ada.
4. Bagi pihak akademik, sebagai masukan untuk memperbanyak khazanah ilmu dan pengetahuan khususnya tentang zakat dan untuk bahan penelitian selanjutnya. Terlebih penelitian ini hanya membahas tentang faktor yang ada di lembaga amil zakat. Faktor lain yang menyangkut kondisi internal muzakki seperti faktor keimanan, pendidikan dan kesadaran belum diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Adha, Rachamadian “ Penerapan Good Corporate Governance Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus Pada Pos Keadilan Peduli Umat Surabaya)”, *artikel ilmiah*, Surabaya: STIE Perbanas, 2012.

Aflah dan Kuntarto Noor dan Tajang, Mohd Nasir, *Zakat Dan Peran Negara*, Jakarta: Forum Zakat, 2006.

Keputusan Menteri Agama RI, Nomor: 581 tahun 1999 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat. Jakarta

Undang-undang RI No 23 tahun 2011 *tentang pengelolaan zakat*, Yogyakarta: Solahuddin Offset, 2012.

Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.

William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 7 (Jakarta: Erlangga, 2000), 220.

Kotler, P. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol*, Jakarta: Erlangga, 2001.

M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 221-222.

Christopher H. Lovelock & Lauren K. Wright, *Services Marketing Management*, (Widyantoro, A. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: 2005)

Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta. Rineka Cipta, 2001)

Ginting Rosnani.2005. Perbaikan Kualitas Jasa Pelayanan Pustaka Dengan Menggunakan Metode Servqual dan Metode Quality Functional Deployment di Perpustakaan USU Medan. *Jurnal Komunikasi Penelitian*, volume 17, nomor 1.

Azwar, S.1997. *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar

Kaihatu, Thomas Stefanus. 2008. Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* volume 10, Nomor 1 . Dalam [Http://www.petra.ac.id/](http://www.petra.ac.id/), tanggal 27 maret 2009, pukul 13.51.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat