

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, RELIGIUSITAS, DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP PREFERENSI MUZAKKI (STUDI KASUS LAZIS WAHDAH JAKARTA)

<https://doi.org/10.38214/jurnalbinaummatstidnatsir.v7i2.275>

Submitted:09-11-2024 Reviewed: 13-12-2024 Published: 28-12-2024

**Agusman**

[agusmancz@gmail.com](mailto:agusmancz@gmail.com)

STID Muhammad Natsir – Indonesia

## **ABSTRACT**

*Zakat, Infak, and Sedekah (ZIS) play an essential role in poverty alleviation, wealth distribution, and national development. However, the management of ZIS in Indonesia is often suboptimal due to factors such as low awareness of zakat obligations, reluctance to donate, and lack of trust in zakat institutions. This study aims to analyze the influence of service quality, religiosity, and institutional image on muzakki's interest in fulfilling ZIS at LAZIS Wahdah Jakarta. This research employs a quantitative approach through a survey involving muzakki respondents at LAZIS Wahdah Jakarta. Data analysis uses multiple linear regression to identify the impact of these factors on muzakki's interest. The findings reveal that service quality, religiosity, and the image of zakat institutions significantly influence muzakki's intention to fulfill ZIS obligations. These results highlight the importance for zakat institutions to enhance service quality, build a positive institutional image, and strengthen muzakki religiosity values to optimize ZIS management.*

**Keywords :** Zakat; Service Quality; Institutional Image; Religiosity.

## **ABSTRAK**

Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) memiliki peran penting dalam mengurangi kemiskinan, menyeimbangkan kekayaan, dan mendukung pembangunan nasional. Namun, pengelolaan ZIS di Indonesia sering kali belum optimal karena beberapa faktor, seperti rendahnya kesadaran akan kewajiban zakat, sifat kikir, dan kurangnya kepercayaan terhadap lembaga zakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas, dan citra lembaga terhadap minat muzakki dalam menunaikan ZIS di LAZIS Wahdah Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei yang melibatkan responden muzakki di LAZIS Wahdah Jakarta. Analisis dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengidentifikasi pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat muzakki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, religiusitas, dan citra lembaga zakat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat muzakki dalam menunaikan ZIS. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan, pembentukan citra positif, dan penguatan nilai religiusitas muzakki oleh lembaga zakat agar pengelolaan ZIS dapat dioptimalkan.

**Kata kunci :** Zakat; Kualitas Pelayanan; Citra Lembaga; Religiusitas.



## PENDAHULUAN

Zakat, infak, dan sedekah (ZIS) merupakan aset penting dalam umat Islam yang berfungsi sebagai alat untuk mengatasi kemiskinan, menjembatani jurang antara yang miskin dan yang kaya, serta sebagai sumber dana untuk mendukung kebutuhan masyarakat. Selain menjadi sumber pendanaan bagi pembangunan, ZIS juga merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh umat Islam. Dengan demikian, persoalan ZIS dalam Islam tidak hanya memiliki dimensi sosial-ekonomi, tetapi juga nilai transendental dan sosio-kultural. Salah satu aspek transendental ZIS tercermin dalam banyaknya ayat dalam Al-Qur'an yang membahasnya, termasuk 27 ayat yang menyebutkan ZIS bersama dengan kewajiban shalat.<sup>1</sup>

ZIS merupakan ibadah yang tidak hanya berhubungan dengan nilai ketuhanan saja, namun berkaitan juga dengan hubungan kemanusiaan yang bernilai sosial (*Maliyah Ijtima'iyah*). ZIS memiliki manfaat yang sangat penting dan strategis dilihat dari sudut pandang ajaran islam maupun dari aspek pembangunan kesejahteraan umat. Zakat mempunyai potensi yang bagus dalam pengentasan kemiskinan dan kesenjangan ekonomi hal ini dapat dilihat dari prosentase angka kemiskinan yang turun drastis dari angka 84 persen ke angka 74 %.<sup>2</sup>

ZIS dapat sejalan dengan pembangunan nasional, karena dana ZIS dapat dipergunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya dalam bidang pengentasan kemiskinan, kebodohan dan keterbelakangan serta mengurangi jurang pemisah antara si kaya dengan si miskin sekaligus meningkatkan perekonomian pedagang kecil yang selalu tertindas oleh pengusaha besar dan mengentaskan berbagai persoalan yang berkaitan dengan sosial kemasyarakatan dan sosial keagamaan.<sup>3</sup>

Zakat merupakan salah satu rukun Islam, dan menjadi salah satu unsur pokok bagi tegaknya syariat Islam. Oleh sebab itu hukum zakat adalah wajib (*fardhu*) atas setiap muslim yang telah memenuhi syarat-syarat tertentu. Zakat juga termasuk dalam kategori ibadah (seperti shalat, haji, dan puasa) yang telah diatur secara rinci dan paten berdasarkan al-qur'an dan al-sunnah dengan kedudukan yang sama dan menjadi bagian dari rukun islam. Mengabaikan rukun ini berarti meruntuhkan sendi-sendi islam.<sup>4</sup>

Mengeluarkan zakat hukumnya wajib bagi tiap-tiap muslim yang

---

<sup>1</sup> Yusuf Al-Qardhawi. 2001. *Fiqhuz Zakat*. Bandung: Antar Pustaka Letera Nusa dan Mizan

<sup>2</sup> Irfan Syauci Beik. 2009. *Analisis Peran Zakat dalam Mengentaskan Kemiskinan*. *Jurnal Pemikiran dan Gagasan, Zakat and Empowering* (Jakarta, Indonesia Magnifiance of Zakat), hlm: 9

<sup>3</sup> Alaydrus, M. Zaid. 2016. *Pengaruh Zakat Produktif Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro & Kesejahteraan Mustabik pada Badan Amil Zakat Kota Pasuruan Jawa Timur*. Surabaya: Universitas Airlangga

<sup>4</sup> Didin Hafidhuddin. 1998. *Panduan Praktis tentang Zakat, Infak, dan Sedekah*. Depok, Penrbit Gema Insani, hlm: 6

mempunyai harta benda menurut ketentuan yang telah ditetapkan oleh hukum Islam. Adapun firman Allah yang mewajibkan zakat:

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ ۚ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا  
الزَّكَاةَ ۚ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ ۝

*“Dan tiada diperintahkan mereka melainkan menyembah Allah, sambil mengikhlaskan ibarat dan taat kepada-Nya serta berlaku cenderung (tertarik) kepada ibadat itu dan mendirikan shalat dan memberikan zakat, itulah agama yang betul.”(Qs. Al-Bayyinah: 5)*

Firman Allah:

أَقَمْنِ أَسْسَ بُنْيَانَهُ عَلَى تَقْوَىٰ مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٍ خَيْرٍ أَمْ مِّنْ أَسْسٍ بُنْيَانَهُ عَلَىٰ  
شَفَا جُرْفٍ هَارٍ فَأَنْهَارَ بِهِ فِي نَارٍ جَهَنَّمَ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ١٠٩

*“Ambillah zakat dari sebagian 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.” (At Taubah: 109)*

Setiap warga negara Indonesia yang beragama islam dan mampu atau badan yang dimiliki oleh orang muslim berkewajiban menunaikan. Selain itu pemerintah berkewajiban memberikan perlindungan, pembinaan, dan pelayanan Kepada muzakki, mustahik, dan amil zakat.<sup>5</sup>

Islam tidak hanya menghendaki pertumbuhan ekonomi yang berimbang, akan tetapi bahkan mempertahankan dan memelihara pembagian kekayaan yang berimbang. Dimulai dengan cara mewujudkan tatanan ekonomi yang dapat melahirkan sistem distribusi kekayaan yang adil, adanya kesadaran untuk meningkatkan kualitas diri etos kerja, mendorong akan lahirnya kepedulian dari orang kaya (*aghniya*) terhadap kaum yang lemah (*dhuafa*), mendorong sikap optimisme berfikir terhadap perubahan kehidupan para dhuafa agar dapat memenuhi kebutuhan dasar dalam perilaku konsumsi.<sup>6</sup>

Islam memandang kemiskinan merupakan satu hal yang membahayakan akidah, akhlak, kelogisan berpikir, keluarga dan juga masyarakat. Kemiskinan merupakan problematika terbesar dalam kehidupan, karena dampaknya terhadap banyak keburukan. Dan bersama kemiskinan maka lahir banyak problematika dalam kehidupan<sup>7</sup>. Dengan mengambil sebagian finansial orang-orang kaya yang memiliki pendapatan besar dan diberikan kepada kaum fakir miskin yang memiliki sedikit pendapatan atau bahkan tidak memiliki sedikitpun pendapatan,

---

<sup>5</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat pada pasal 2 dan 3

<sup>6</sup> Jaribah bin Ahmad Al Haritsi. 2006. *Al Fiqhi Al Iqtishadi*. Terjemahan oleh Asmuni Sholihin. Jakarta, Penerbit Khalifa, hlm:284.

<sup>7</sup> *ibid.*

merupakan bukti nyata dari peranan zakat dalam membangun kebersamaan antara golongan kaya dan golongan fakir miskin.<sup>8</sup>

Di Indonesia pengelolaan zakat diatur berdasarkan Undang-undang Tentang Pengelolaan Zakat dimana Undang-undang tersebut menyatakan bahwa untuk melaksanakan pengelolaan zakat, Pemerintah membentuk BAZNAS baik di tingkat Pusat, Provinsi dan Kabupaten Kota. Dan untuk membantu tugasnya, BAZNAS boleh membentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ) di tingkat kecamatan atau desa dan yang lain.<sup>9</sup> Pada tahun 2012 Indonesia memiliki penduduk mayoritas muslim dengan jumlah 1.288.502 juta jiwa<sup>10</sup>, memiliki peran yang signifikan dalam mendorong perkembangan aktifitas ekonomi islam.

Pemerintah juga sudah mengeluarkan Undang-Undang zakat terbaru tentang pengelolaan zakat. Bahwa Undang-Undang ini secara khusus memberikan gambaran tentang tujuan dari pengelolaan zakat untuk kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan (pasal 3 ayat 2).<sup>11</sup> Ada beberapa peraturan pendukung lainnya dalam menunjang pengelolaan zakat, seperti Keputusan Menteri Agama (KMA)<sup>12</sup> dan Keputusan Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat dan Urusan Haji<sup>13</sup> serta UUD<sup>14</sup>.

Di sisi lain Indonesia sebagai negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia, mempunyai potensi zakat paling tinggi di dunia. Terdapat 217 triliun rupiah potensi zakat yang ada di Indonesia dan belum semuanya terserap secara optimal hanya sekitar 1,2 % atau dibawah 2 Triliun yang bisa terhimpun. Padahal zakat memiliki banyak manfaat. Manfaat zakat sebagai *instrument people to people transfer* seharusnya bisa menjadi jalan keluar terbaik untuk mengurangi ketimpangan dan kesenjangan ekonomi.<sup>15</sup>

Distribusi kekayaan merupakan masalah yang sangat penting, sebab penyelesaian yang adil dan wajar tergantung pada kesejahteraan dan kebahagiaan seluruh masyarakat. ZIS apabila dilaksanakan dengan baik akan dapat meningkatkan kualitas keimanan dan membersihkan jiwa, mengembangkan serta memberikan berkah pada harta yang dimiliki. Jika dikelola dengan

---

<sup>8</sup> Al-Qardhawi, Yusuf . 2005. *Spektrum Zakat Dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*. Jakarta Timur, Penerbit Zikrul Hakim, hlm: 80

<sup>9</sup> UUD No.23: 2011

<sup>10</sup> Badan Pusat Statistik : <https://www.bps.go.id/brs/view/1379>

<sup>11</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011

<sup>12</sup> Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 373 Tahun 2003 Tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat

<sup>13</sup> Keputusan Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat dan Urusan Haji Nomor D/ tahun 2000 tentang pedoman Teknis Pengelolaan Zakat

<sup>14</sup> UUD Nomor 17 Tahun 2000 tentang Perubahan Ketiga Undang-Undang Nomor 7 tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan

<sup>15</sup> Muh. Barid Nizaruddin Wajdi, Yuli Choirul Ummah, and Devit Etika Sari, "UKM Development Business Loan," *IJEBD (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)* 1, no. 1 (October 1, 2017): 99–109, accessed November 9, 2017,

<http://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijebd/article/view/350>.

manajemen yang baik dan amanah, ZIS akan mampu meningkatkan kesejahteraan umat, meningkatkan etos kerja dan etika umat serta sebagai intrumen pemerataan ekonomi umat sehingga pemerataan distribusi pendapatan menjadi lebih merata.<sup>16</sup>

Disisi lain, optimalisasi zakat terkadang tidak maksimal, hal ini sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, antara lain: *pertama*, ketidakmauan masyarakat menunaikan zakat atau kurangnya kesadaran. Terdapat sebagian masyarakat yang enggan menunaikan zakat karena perilaku kikirnya, sehingga mereka merasa tidak perlu untuk menunaikan zakat.<sup>17</sup> *Kedua*, ketidakpercayaan terhadap LAZ/BAZ, sehingga sebagian besar masyarakat mengeluarkan zakatnya langsung kepada mustahiq. *Ketiga*, ketidaktahuan terhadap kewajiban menunaikan zakat, ada sebagian masyarakat yang tidak tahu bahwa dia harus membayar zakat dan hanya paham bahwa zakat dilakukan hanya pada bulan Ramadhan, padahal sebenarnya ada zakat lainnya yang harus mereka keluarkan.<sup>18</sup>

Salah satu lembaga zakat yang memiliki kesungguhan dalam mengelola dana ZIS adalah LAZIS Wahdah. LAZIS Wahdah merupakan sebuah lembaga di bawah naungan ORMAS Wahdah Islamiyah berpusat di Makassar Sulawesi Selatan yang bertugas mengumpulkan dan menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah dari kaum muslimin. Berkat kepercayaan masyarakat muslim, dana ZIS yang dikelola lembaga ini telah memberikan manfaat yang sangat besar bagi dakwah Islamiyah, serta pihak – pihak yang layak menerima bantuan ZIS.<sup>19</sup>

Dalam pencapaiannya, LAZIS Wahdah telah memberikan sumbangsi positif bagi masyarakat Indonesia dan membuktikan besarnya potensi zakat untuk pengentasan kemiskinan. Salah satu cabang LAZIS yang sangat potensial dalam kinerja dan perannya adalah LAZIS Wahdah cabang Jakarta, maka untuk mengetahui faktor minat zakat, infak dan sedekah dari para *muzakki* dapat diketahui melalui penelitian pada LAZIS Wahdah Jakarta dengan memadukan konsep-konsep dan data di lapangan pada Lembaga Amil Zakat Infak dan Sedekah Wahdah Islamiyah Jakarta.

## HASIL DAN DISKUSI

### A. Zakat, Infak dan Sedekah

Kata zakat berasal dari bentukan kata *zaka* jika ditinjau dari segi bahasa memiliki beberapa arti diantaranya yaitu: keberkahan, pertumbuhan dan perkembangan, kesucian, dan keberesan. Sedangkan menurut istilah zakat

---

<sup>16</sup> Afzalurrahman. 2000. *Al Quran Sumber Ilmu Pengetahuan*, diterjemahkan oleh H.M. Arifin, Jakarta, Rineka Cipta.

<sup>17</sup> Ani Wulandari, "Influence of Education and Work Experience on Work Motivation and Job Performance at Branch Office of BANK J Trust Bank Surabaya," *THE SPIRIT OF SOCIETY JOURNAL* 1, no. 1 (n.d.): 12–20, accessed November 2, 2017

<sup>18</sup> Hikayah Azizi, *Journal of Islamic Business and Economics*, Vol.2: Desember 2008, h.77.

<sup>19</sup> <http://wahdah.or.id/profil-lazis-wi/>

diartikan sebagai suatu bagian dari harta dengan persyaratan tertentu yang diwajibkan bagi pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula.<sup>20</sup> Kaitan antara makna secara bahasa dan istilah ini berkaitan sangat erat, yaitu bahwa setiap harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadi suci, bersih, baik, berkah, tumbuh, dan berkembang.<sup>21</sup> Allah *subhanahu wa ta'ala* berfirman:

حُدِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةٌ تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ١٠٣

“Ambillah zakat dari sebagian 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.”(At Taubah: 103)

Dalam proses penyucian jiwa, zakat memiliki peran yang sangat besar dan pengaruh yang nyata. Dalam hal ini, zakat merupakan terapi praktis (kejiwaan) yang dapat menjauhkan manusia dari kelemahan jiwa, membentengi dari sifat kikir, egois dan kecenderungan memuja harta kekayaan.<sup>22</sup> Pada hakikatnya, zakat mensucikan diri dari kotoran kikir dan dosa. Dalam pelaksanaannya, pengelolaan zakat akan menyuburkan harta, mengandung unsur dan keterkaitan yang kuat antara *muzakki* dan *mustahiq* sebagai sarana menambah pahala yang akan diperoleh bagi mereka yang mengeluarkannya.<sup>23</sup> Bila dilihat secara lahiriah, dengan zakat harta kita menjadi berkurang, akan tetapi dalam pandangan Allah tidak demikian, karena membawa berkah, atau menambah pahala.<sup>24</sup>

Infak berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. Termasuk ke dalam pengertian ini, infak yang dikeluarkan orang-orang kafir untuk kepentingan agamanya<sup>25</sup>, sebagaimana firman Allah *subhanahu wa ta'ala*:

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ لِيَصْنُدُوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ فَسَيُنْفِقُونَهَا ثُمَّ تَكُونُ عَلَيْهِمْ حَسْرَةً ثُمَّ يُغْلَبُونَ وَالَّذِينَ كَفَرُوا إِلَىٰ جَهَنَّمَ يُحْشَرُونَ ٣٦

“Sesungguhnya orang-orang yang kafir menafkahkan harta mereka untuk menghalangi (orang) dari jalan Allah. mereka akan menafkahkan harta itu, kemudian menjadi sesalan bagi mereka, dan mereka akan dikalahkan. dan ke dalam Jahannamlah orang-orang yang kafir itu dikumpulkan” (Al Anfaal: 36)

<sup>20</sup> Didin Hafidhuddin. *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infaq dan Shodaqoh*, Jakarta . Penerbit Gema Insani. 1998 hlm:13

<sup>21</sup> *Ibid.*

<sup>22</sup> Utang Ranuwijaya (ed.) et.al, *Manhaj al-Qur'an*, 62.

<sup>23</sup> Sahri Muhammad, *Mekanisme Zakat dan Permodalan Masyarakat Miskin*(Cet.,I;Malang:2006),19

<sup>24</sup> M.Ali Hasan. *Zakat dan Infak, salah satu solusi mengatasi problema sosial di Indonesia*.(Jakarta: Kencana. 2006),15.

<sup>25</sup> Didin Hafidhuddin. *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infaq dan Shodaqoh*, Jakarta. Penerbit Gema Insani. 1998 hlm:14

Menurut terminologi syariat, infak berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran islam. Jika zakat ada nisabnya, infak tidak mengenal nisab dan infak dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, apakah ia di saat lapang maupun sempit<sup>26</sup>. Allah *subhanahu wa ta'ala* berfirman:

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكُظُمِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ  
الْمُحْسِنِينَ ١٣٤

“(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan mema'afkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan” (Al Imran: 134)

Jika zakat harus diberikan pada mustahik tertentu (8 *ashnaf*) maka infak dan sedekah boleh diberikan kepada siapa pun juga, misalnya orang tua, karib kerabat, anak yatim, dan sebagainya.<sup>27</sup> Allah berfirman:

يَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ ۗ قُلْ مَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ خَيْرٍ فَلِلْوَالِدَيْنِ وَالْأَقْرَبِينَ وَالْيَتَامَى وَالْمَسْكِينِ  
وَابْنِ السَّبِيلِ ۗ وَمَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ ٢١٥

“Mereka bertanya tentang apa yang mereka nafkahkan. Jawablah: "Apa saja harta yang kamu nafkahkan hendaklah diberikan kepada ibu-bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan." dan apa saja kebaikan yang kamu buat, Maka Sesungguhnya Allah Maha mengetahuinya.” (Al baqarah: 215)

Sedekah berasal dari kata *shadaqa* yang berarti benar. Orang yang senang bersedekah adalah orang yang benar pengakuan imannya. Menurut terminologi syariat, pengertian sedekah sama dengan infak, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Hanya saja, jika infak berkaitan dengan materi, sedekah memiliki arti yang lebih luas, menyangkut juga pada hal-hal yang bersifat nonmateriil.<sup>28</sup>

Hadits riwayat Imam Muslim dari Abu Dzar, Rasulullah menyatakan bahwa jika tidak mampu bersedekah dengan harta maka membaca tasbih, takbir tahmid, tahlil, berhubungan suami – istri, dan melakukan kegiatan *amar ma'ruf nahi mungkar* adalah sedekah. Seringkali kata sedekah dipergunakan dalam Al –Quran, tetapi maksud sebenarnya adalah zakat misalnya firman Allah *subhanahu wa ta'ala*<sup>29</sup>:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَّاتِ فَلَوْ هُمْ فِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ  
وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ٦٠

<sup>26</sup> *Ibid.* hlm: 14-15

<sup>27</sup> *Ibid*

<sup>28</sup> *Ibid.* hlm: 15

<sup>29</sup> *Ibid.*

*“Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf 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”* (At Taubah:60)

## **B. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>30</sup> Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh. Jadi kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yaitu berupa tingkat mutu atau keunggulan seperti yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Jika dilihat dari sudut pandang administrasi bisnis, kualitas pelayanan adalah sebuah prestasi atau pencapaian dalam layanan pelanggan. Hal ini sangat mencerminkan pada setiap pertemuan sebuah pelayanan. Pelanggan biasanya membentuk harapan dari sebuah layanan berasal dari sebuah pengalaman masa lalu, dari mulut ke mulut maupun iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan layanan yang dirasakannya dengan pelayanan yang diharapkan di mana jika layanan yang sebelumnya kurang memuaskan maka pelanggan yang akan kecewa.

Pengukuran aspek subjektif dalam melayani pelanggan tergantung pada kesesuaian manfaat yang diharapkan dengan hasil yang dirasakan. Semua ini akan secara bergiliran tergantung pada harapan pelanggan dalam hal pelayanan, mereka mungkin menerima dan kemampuan penyedia layanan serta bakat untuk menyajikan sebuah pelayanan yang diharapkan pelanggan. Perusahaan-Perusahaan telah berhasil menambah manfaat dalam menawarkan kepada pelanggannya yang tidak hanya memuaskan pelanggan saja tetapi juga memberikan kenyamanan dan menyenangkan mereka. Memuaskan pelanggan adalah melayani dengan melebihi harapan mereka.

Kriteria objektif yang telah ditentukan dapat tercapai dalam prakteknya, dalam hal ini hasil terbaik yang mungkin dicapai akan menjadi ideal. Tujuan ideal ini mungkin masih sangat kurang dalam hal subjektif. Kualitas pelayanan dapat berhubungan dengan potensi layanan (misalnya, kualifikasi pekerja); proses pelayanan (misalnya, kecepatan pelayanan) dan hasil dari layanan yaitu kepuasan pelanggan.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh BAZNAS bekerja sama dengan FEM IPB pada tahun 2011 menunjukkan bahwa faktor-faktor yang

---

<sup>30</sup> Sari, Y. Dkk. 2012. *Religiusitas pada hijabers community Bandung*. Bandung : Fakultas Psikologi Universitas Islam Bandung.

mempengaruhi seseorang untuk menyalurkan zakat pada LAZ informal atau formal berfokus pada kualitas pelayanan yang baik yaitu transparansi, akses, kemudahan, dan kepuasan. Hal ini sesuai dengan hasil sintesis berbagai riset yang dilakukan oleh Gronroos yang mengemukakan kriteria kualitas jasa yang dipersepsikan baik antara lain *professionalism and skill*, *accessibility and flexibility*, dan *reputation and credibility*. Kriteria kualitas jasa yang *professionalism and skill* dapat ditunjukkan dengan kepuasan seseorang yang menyalurkan zakat di LAZ, *accessibility and flexibility* berupa akses dan kemudahan menjangkau LAZ, dan *reputation and credibility* seperti transparansi dalam penyalurkan zakat ke *mustahik*. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.<sup>31</sup>

Dimensi *reliable* (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatNya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan.

Dimensi *responsiveness* (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat.

Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat, sebagaimana yang dinyatakan dalam hadis Rasulullah ﷺ diriwayatkan oleh Bukhari, yaitu:

*“apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyia-nyiaakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ablinya, maka tunggulah kehancurannya”* (HR.Bukhari)

---

<sup>31</sup> <https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>

Dimensi *assurance* (jaminan) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelemahlembutan maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan. Dengan pemberian pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelemahlembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa.

Dimensi *empathy* (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengan pelayan lembaga. Kediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif konsumen terhadap layanan lembaga. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Berkenaan dengan empati, dalam Rasulullah saw yang diriwayatkan oleh Bukhori Muslim, menyatakan:

*“Abu Musa al-Asy’ary ra. Berkata: bersabda Nabi saw, “seorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanat, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan suka hati, memberikannya kepada siapa yang diperintahkan memberikannya, maka bendahara itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala bersedekah” (HR.Bukhari, Muslim)*

Dimensi *tangibles* (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan.

Berdasarkan teori-teori yang telah diungkapkan, maka disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah suatu penilaian konsumen tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan ini diukur dengan lima dimensi, yaitu: 1) *Reliability* (Kehandalan), 2) *Responsiveness* (Daya Tanggap), 3)

*Assurance* (Keyakinan), 4) *Emphaty* (Empati) dan 5) *Tangibles* (Bukti Fisik).<sup>32</sup>

### C. Religiusitas

Religiusitas sebagai keberagaman yang berarti meliputi berbagai macam sisi atau dimensi yang bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Sumber jiwa keagamaan itu adalah rasa ketergantungan yang mutlak, adanya ketakutan-ketakutan akan ancaman dari lingkungan alam sekitar serta keyakinan manusia itu tentang segala keterbatasan dan kelemahannya. Rasa ketergantungan yang mutlak ini membuat manusia mencari kekuatan sakti dari sekitarnya yang dapat dijadikan sebagai kekuatan pelindung dalam kehidupannya dengan suatu kekuasaan yang berada di luar dirinya yaitu Tuhan.<sup>33</sup>

Religiusitas merupakan nilai dari pemahaman seseorang terhadap norma-norma syari'ah, khususnya terkait dengan kewajiban zakat, sangat mempengaruhi kesadaran seseorang untuk mengeluarkan zakat kepada *mustahiq* zakat. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik sikap seseorang terhadap suatu objek (kewajiban zakat), maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan objek tersebut.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah hubungan yang mengikat antara manusia dengan Allah *Subhanahu wa ta'ala*, yang membuat manusia memiliki ketergantungan yang mutlak atas semua kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan jasmani ataupun kebutuhan rohani, yang mana hal tersebut diimplementasikan dengan mengarahkan hati, fikiran dan perasaan untuk senantiasa menjalankan ajaran agama.

Esensi Islam adalah tauhid yang berarti pengesaan terhadap Tuhan yang satu yang menegaskan bahwa dalam hal ini adalah Allah SWT, pencipta yang mutlak dan *transenden*, penguasa segala yang ada. Allah menguasai dan mengatur seluruh alam ini, dan menjadikan dunia sebagai medan ujian bagi manusia, dalam konsep Islam, religiusitas dalam pandangan Islam,<sup>34</sup> yaitu

1. Dimensi iman, menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan seorang muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dimensi ini biasa disebut dengan akidah Islam yang mencakup kepercayaan manusia terhadap Allah, malaikat, kitab suci, nabi, hari akhir serta qadha dan qadar.
2. Dimensi islam, mencakup sejauh mana tingkat frekuensi, intensitas dan pelaksanaan ibadah seseorang. Dimensi ini mencakup pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, juga ibadah-ibadah lainnya seperti membaca al-Qur'an.
3. Dimensi ihsan, berhubungan dengan pengalaman-pengalaman religius, yakni persepsi-persepsi dan sensasi-sensasi yang dialami oleh seseorang, misalnya

---

<sup>32</sup> Fandy Tjiptono. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publishing

<sup>33</sup> Ancok dan Suroso. 2001. *Psikologi Islami*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

<sup>34</sup> Rizky Setiawati, *Dinamika Religiusitas Muslim di Sekolah Non Muslim (Studi Kasus 3 Siswa Muslim di SMA Santo Thomas Yogyakarta)*, Skripsi, Fakultas Tarbiyah UIN Sunan Kalijaga, pdf. 2014,

perasaan dekat dengan Allah, perasaan berdosa saat melanggar perintah Allah dan lain-lain.

4. Dimensi ilmu, mengacu pada seberapa jauh pengetahuan seseorang tentang agamanya, menyangkut pengetahuan tentang Al-Qur'an, pokok ajaran dalam rukun iman dan rukun Islam, hukum-hukum Islam, sejarah kebudayaan Islam.
5. Dimensi amal, meliputi bagaimana pemahaman keempat dimensi diatas ditunjukkan dalam tingkah laku seseorang. Dimensi ini mengidentifikasi pengaruh-pengaruh iman, Islam, ihsan dan ilmu didalam kehidupan sehari-hari.

#### **D. Citra Lembaga**

Citra merupakan pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda.<sup>35</sup> Menurut Bill Canton dalam Sukatendel bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari public terhadap perusahaan/ lembaga. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Secara umum citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.

Citra adalah: (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.<sup>36</sup>

Jadi citra lembaga adalah kesan atau persepsi seseorang terhadap lembaga atau produknya yang dipengaruhi oleh faktor di luar kontrol lembaga. Dengan demikian, citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya tentang suatu obyek. Frank Jefkins membagi citra dalam beberapa jenis, antara lain:<sup>37</sup>

1. Cerminan citra (*the mirror image*), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap public eksternal dalam melihat perusahaannya.
2. Citra masih hangat (*the current image*), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan *mirror image*.
3. Citra yang diinginkan (*the wish image*), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum public eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
4. Citra yang berlapis (*the multiple image*), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang

---

<sup>35</sup> Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media

<sup>36</sup> Depdikbud Indonesia, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 944. Jakarta: Balai Pustaka

<sup>37</sup> Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media

belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.

Menurut Shirley Harrison dalam Lisa Permata (2011:4) informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut: (1) *Personality*, (2) *Reputation*, (3) *Value*, (4) *Corporate Identity*.

### E. Regresi Linear Berganda (Hasil Olah Data)

Hasil analisa dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.151	2.853		3.558	.001		
	Kualitas Pelayanan	.177	.088	.214	2.006	.048	.604	1.654
	Religiusitas	.151	.072	.186	2.097	.039	.872	1.147
	Citra Lembaga	.321	.096	.341	3.326	.001	.651	1.537

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan bantuan komputer program SPSS.19 (*Statistical Packages for Social Science*), maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 10,151 + 0,177X_1 + 0,151X_2 + 0,321X_3$$

Dimana:

$X_1$  = Kualitas Pelayanan (Variabel Independen)

$X_2$  = Religiusitas (Variabel Independen)

$X_3$  = Citra Lembaga (Variabel Independen)

$Y$  = Minat *Muzakki* (Variabel Dependen)

Penjelasan persamaan tersebut sebagai berikut:

- Nilai konstanta  $b_0$  sebesar 10,151 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), religiusitas ( $X_2$ ) dan citra lembaga ( $X_3$ ) dianggap nol atau ditiadakan maka besarnya peningkatan minat *muzakki* ( $Y$ ) sebesar 10,151.
- Nilai koefisien regresi  $b_1$  pada kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,177 menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan ( $X_1$ ) naik satu satuan, maka peningkatan minat *muzakki* ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,177 dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka minat *muzakki* akan mengalami penurunan sebesar 0,177.
- Nilai koefisien regresi  $b_2$  pada religiusitas ( $X_2$ ) sebesar 0,151 menunjukkan bahwa jika religiusitas ( $X_2$ ) naik satu satuan, maka peningkatan minat *muzakki* ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,151 dengan asumsi variabel bebas

lainnya bernilai tetap. Begitu juga sebaliknya, apabila religiusitas muzakki mengalami penurunan sebesar satu poin maka minat *muzakki* akan mengalami penurunan sebesar 0,151.

- d) Nilai koefisien regresi  $b_3$  pada citra lembaga ( $X_3$ ) sebesar 0,321 menunjukkan bahwa jika citra lembaga ( $X_3$ ) naik satu satuan, maka peningkatan minat *muzakki* ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,321 dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap. Begitu juga sebaliknya, apabila citra lembaga mengalami penurunan sebesar satu poin maka minat *muzakki* akan mengalami penurunan sebesar 0,321.

Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas maka dapat diketahui bahwa variabel independen yang paling berpengaruh terhadap minat *muzakki* berinfak di LAZIS Wahdah Jakarta adalah variabel citra lembaga, hal ini dapat dilihat melalui hasil koefisien regresi  $b_3$  yaitu sebesar 0,321 yang menunjukkan nilai koefisien regresi yang terbesar jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi dari variabel independen lainnya.

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat *Muzakki* Menunaikan Zakat, Infak dan Sedekah di Lazis Wahdah Jakarta**

Selama tiga tahun terakhir LAZIS Wahdah Jakarta banyak melakukan perbaikan dalam menyikapi kendala di lapangan, dengan melakukan *upgrade* pada program pelayanan secara bertahap sesuai kondisi kebutuhan di lapangan meski pada kenyataannya, masih perlu peningkatan dan perbaikan untuk mengoptimalkan kinerja sesuai kebutuhan *muzakki*. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 9 "Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah mengatakannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksi (terhadap sumpah sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat".

Kualitas pelayanan ini diukur dengan lima dimensi, yaitu: 1) *Reliability* (Kehandalan), 2) *Responsiveness* (Daya Tanggap), 3) *Assurance* (Keyakinan), 4) *Empathy* (Empati) dan 5) *Tangibles* (Bukti Fisik).<sup>38</sup> Hal inilah yang menjadi faktor – faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan pelayanan kepada semua yang berhubungan dengan perusahaan. Sebagai lembaga zakat, LAZIS Wahdah Jakarta memiliki beberapa ciri dalam pelayanan yang menjadi etos kerja mereka, yaitu:

- Amanah;
- Transparan;
- Profesional; dan
- Meningkatkan Kesejahteraan.

Dari hasil persamaan regresi diperoleh nilai koefisien regresi untuk kualitas pelayanan sebesar 0,177, selain itu memiliki nilai  $t_{hitung} = 2,006 > t_{tabel}$  (1,984), serta memiliki nilai signifikansi  $0,048 < 0,05$ , sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat

---

<sup>38</sup> Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publishing

*muzakki* berinfak di LAZIS Wahdah Jakarta. Hal ini sesuai dengan teori Wyckop yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan wujud keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Ketika suatu pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat maka akan mempengaruhi minat masyarakat untuk berinfak di LAZIS Wahdah Jakarta.

Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat zakat adalah sebesar 21,4%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka minat zakat pada LAZIS Wahdah Jakarta mengalami peningkatan signifikan, begitu juga sebaliknya apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan maka minat zakat pada LAZIS Wahdah Jakarta juga akan mengalami penurunan. Jadi dapat disimpulkan berdasarkan pengujian yang telah dilakukan maka faktor kualitas pelayanan LAZIS Wahdah Jakarta berpengaruh secara signifikan terhadap rendahnya minat zakat, infak dan sedekah para *muzakki*.

Hasil ini memberikan bukti yang kuat bahwa aspek pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan muzakki, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk lebih aktif dalam menunaikan ZIS. Hal ini sejalan dengan teori bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen atau pelanggan, dalam hal ini adalah muzakki, untuk berpartisipasi dalam kegiatan amal. Pelayanan yang baik akan menciptakan rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan di kalangan muzakki bahwa dana yang disalurkan akan digunakan secara tepat, transparan, dan akuntabel.

#### **Rekomendasi:**

##### a) Peningkatan Kualitas Pelayanan

Untuk meningkatkan minat zakat, infak, dan sedekah, LAZIS Wahdah Jakarta harus terus memperbaiki kualitas pelayanannya. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah meningkatkan dimensi "Reliability" atau Keandalan dalam pelayanan, sehingga muzakki merasa yakin bahwa lembaga ini dapat dipercaya dalam mengelola zakat dengan baik.

##### b) Fokus pada Empati dan Responsiveness

LAZIS Wahdah dapat lebih mengedepankan dimensi "Empathy" dan "Responsiveness" dengan memberikan pelayanan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan muzakki, baik dari segi informasi, pelaporan penggunaan dana, maupun cara-cara mereka berinteraksi dengan muzakki.

##### c) Peningkatan Transparansi

Meningkatkan transparansi dalam pelaporan keuangan dan distribusi dana ZIS akan membangun kepercayaan lebih besar di kalangan muzakki. Penggunaan teknologi informasi untuk memberikan update secara real-time mengenai penerimaan dan penyaluran zakat juga bisa menjadi langkah yang tepat.

##### d) Pengembangan Profesionalisme

Mengembangkan profesionalisme dalam operasional lembaga, baik dari sisi SDM (Sumber Daya Manusia) maupun manajerial, akan meningkatkan citra lembaga. Pelatihan bagi pengelola lembaga zakat dalam hal pelayanan dan pengelolaan dana yang lebih efisien dan akuntabel perlu diutamakan.

e) Komunikasi dan Edukasi kepada Masyarakat

Meningkatkan komunikasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai manfaat dan kewajiban zakat serta dampak positifnya terhadap pemberdayaan umat akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi muzakki dalam menunaikan kewajiban mereka.

f) Penyusunan Strategi Pemasaran yang Lebih Efektif

Memperkuat citra lembaga melalui promosi yang lebih efektif mengenai program-program sosial yang telah dilakukan dan dampaknya terhadap masyarakat. Hal ini akan memperkuat keyakinan muzakki bahwa kontribusi mereka dapat memberikan perubahan nyata.

## 2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat *Muzakki* Menunaikan Zakat, Infak dan Sedekah di Lazis Wahdah Jakarta

Seorang muslim yang beragama secara penuh, dalam kegiatan atau aktivitas kesehariannya ia menanamkan nilai-nilai ke Islamian baik dalam ruang lingkup ibadah maupun bermu'amalah. Esensi Islam adalah tauhid yang berarti pengesaan terhadap Tuhan yang satu yang menegaskan bahwa dalam hal ini adalah Allah *subhanahu wa ta'ala*, pencipta yang mutlak dan *transenden*, penguasa segala yang ada. Allah menguasai dan mengatur seluruh alam ini, dan menjadikan dunia sebagai medan ujian bagi manusia.

Dimensi – dimensi religiusitas terdiri dari lima macam yaitu:<sup>39</sup>

1. Dimensi peribadatan atau praktek agama, merupakan dimensi ritual
2. Dimensi pengamalan atau konsekuensi, menunjuk pada seberapa tingkatan seseorang berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya
3. Dimensi keyakinan, merupakan dimensi ideologis yang memberikan gambaran sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatis dari agamanya.
4. Dimensi penghayatan, menunjuk pada seberapa jauh tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius
5. Dimensi pengetahuan, menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan seseorang terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok dari agamanya, sebagaimana termuat dalam kitab sucinya.

Menindaklanjuti semangat para *muzakki* dalam perkara-perkara penting dalam agamanya, LAZIS Wahdah Jakarta banyak membiayai program-program pendidikan untuk mengedukasi masyarakat pada umumnya dan *muzakki* secara khusus, di antaranya adalah:

---

<sup>39</sup> Ancok dan Suroso. 2001. *Psikologi Islami*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

1. Program *dirosa*, yaitu sebuah program belajar baca al qur'an metode 20 kali pertemuan bagi orang dewasa yang belum dapat mengaji.<sup>40</sup>
2. Program SIKECAP (Sistematis-Kerap-Cepat) yaitu program sistem bagi orang-orang yang sibuk untuk bisa memahami al qur'an tanpa melalui jenjang pendidikan pesantren.<sup>41</sup>
3. Program pembinaan generasi muda muslim

Dari hasil penelitian, diperoleh hasil persamaan regresi diperoleh nilai koefisien regresi untuk religiusitas sebesar 0,151, dan variabel religiusitas atau  $X_2$  mempunyai  $t_{hitung} = 2,097$  dengan  $t_{tabel} = 1,984$ . Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_2$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y$ . Selain itu hasil uji t pada variabel religiusitas atau  $X_2$  diperoleh probabilitas *Sig* sebesar 0,039. Nilai  $Sig < 0,05$  ( $0,039 < 0,05$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara parsial religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat zakat *muzakki*.

Besarnya pengaruh religiusitas *muzakki* terhadap minat zakat adalah sebesar 18,6%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila religiusitas mengalami peningkatan maka minat zakat pada LAZIS Wahdah Jakarta mengalami peningkatan signifikan, begitu juga sebaliknya apabila religiusitas mengalami penurunan maka minat zakat pada LAZIS Wahdah Jakarta juga akan mengalami penurunan. Jadi dapat disimpulkan berdasarkan pengujian yang telah dilakukan maka faktor religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat zakat, infak dan sedekah para *muzakki*.

#### **Rekomendasi:**

- a) Peningkatan Program Edukasi

LAZIS Wahdah Jakarta dapat memperkuat dan memperluas program-program pendidikan agama untuk meningkatkan tingkat religiusitas muzakki, terutama program yang memudahkan mereka dalam memahami dan mengamalkan ajaran Islam.

- b) Meningkatkan Pembinaan Religiusitas

Program pembinaan religiusitas yang berfokus pada penghayatan ajaran agama dan pengamalan yang konsisten dalam kehidupan sehari-hari dapat memperkuat kesadaran akan kewajiban ZIS.

- c) Pemberdayaan Masyarakat

Mengintegrasikan pengajaran agama dengan pemberdayaan ekonomi umat akan menciptakan hubungan yang saling mendukung antara kesadaran religius dan pengelolaan zakat yang lebih baik, meningkatkan kesejahteraan umat, dan mendorong lebih banyak muzakki untuk menunaikan ZIS.

3. **Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat *Muzakki* Menunaikan Zakat, Infak dan Sedekah di Lazis Wahdah Jakarta**

---

<sup>40</sup> <http://belajarislam.com/belajar-membaca-al-quran-dari-nol-dengan-program-dirosa/>

<sup>41</sup> <http://wahdah.or.id/pelatihan-mudah-faham-alquran-metode-sikecap-edisi-bulan-ramadhan/>

Aspek-aspek yang terdapat dalam minat antara lain:

1. Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
2. Keinginan (*Desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.
3. Keyakinan (*Conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen yaitu *Personality, Reputation, Value, Corporate Identity*. Hasil persamaan regresi diperoleh nilai koefisien regresi untuk citra lembaga sebesar 0,321, dan hasil uji t pada variabel citra lembaga atau  $X_3$  diperoleh probabilitas *Sig* sebesar 0,001. Nilai  $Sig < 0,05$  ( $0,001 < 0,05$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara parsial citra lembaga *muzakki* berpengaruh signifikan terhadap minat zakat. Sementara itu variabel religiusitas atau  $X_3$  mempunyai  $t_{hitung} = 3,326$  dengan  $t_{tabel} = 1,984$ . Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_3$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y$ .

Besarnya pengaruh citra lembaga terhadap minat zakat adalah sebesar 34,1%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila citra lembaga mengalami peningkatan maka minat zakat pada LAZIS Wahdah Jakarta mengalami peningkatan signifikan, begitu juga sebaliknya apabila citra lembaga mengalami penurunan maka minat zakat pada LAZIS Wahdah Jakarta juga akan mengalami penurunan. Jadi dapat disimpulkan berdasarkan pengujian yang telah dilakukan maka faktor citra lembaga sangat berpengaruh secara signifikan terhadap minat zakat, infak dan sedekah para *muzakki*.

#### **Rekomendasi:**

- a) Peningkatan Citra Lembaga

LAZIS Wahdah Jakarta harus terus memperkuat citra lembaga dengan cara meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan profesionalisme dalam pengelolaan zakat. Ini dapat meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga dan mendorong mereka untuk berinfaq dan menunaikan zakat.

- b) Komunikasi yang Lebih Baik

Mengoptimalkan komunikasi mengenai program-program yang dilakukan oleh LAZIS Wahdah Jakarta, serta keberhasilan dan dampaknya terhadap masyarakat, untuk memperkuat reputasi dan citra lembaga di mata muzakki.

- c) Penguatan Nilai Lembaga

Memperkuat nilai-nilai dasar yang diusung oleh lembaga, seperti amanah, transparansi, dan profesionalisme, akan membantu meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga, yang pada akhirnya akan meningkatkan partisipasi mereka dalam menunaikan zakat dan sedekah.

#### 4. Pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas dan citra lembaga terhadap minat *muzakki* menunaikan zakat, infak dan sedekah di LAZIS Wahdah Jakarta.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, religiusitas dan citra lembaga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat zakat muzakki pada LAZIS Wahdah Jakarta. Nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,70 dan diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 16.623. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $16,623 > 2,70$ ), artinya kualitas layanan, religiusitas dan citra lembaga secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat zakat, infak dan sedekah *muzakki* pada LAZIS Wahdah Jakarta.

Sedangkan untuk hasil uji koefisien determinan ( $R^2$ ) diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,342 atau 34,2%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, religiusitas dan citra lembaga mampu menjelaskan variabel terikat, yaitu minat (Y) sebesar 34,2%. Besarnya nilai koefisien determinasi yang hanya sebesar 34,2% menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian ini hanya mampu menjelaskan variabel terikat dalam nilai yang cukup besar, sedangkan sisanya sebesar 65,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

#### **Rekomendasi:**

##### a) Peningkatan Sinergi Ketiga Variabel

LAZIS Wahdah Jakarta harus terus meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat nilai religiusitas, dan memperbaiki citra lembaga secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa kontribusi mereka terhadap minat muzakki tetap tinggi.

##### b) Mengidentifikasi Faktor Lain yang Mempengaruhi Minat Muzakki

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat zakat, infak, dan sedekah, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi variabel lain yang mungkin berkontribusi terhadap 65,8% yang tidak dijelaskan oleh ketiga variabel utama.

##### c) Fokus pada Penguatan Citra Lembaga

Mengingat pengaruh besar dari citra lembaga terhadap minat zakat, maka memperkuat citra lembaga melalui transparansi, akuntabilitas, dan komunikasi yang efektif akan sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan dan partisipasi muzakki.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, religiusitas, dan citra lembaga secara signifikan mempengaruhi

preferensi muzakki dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah di LAZIS Wahdah Jakarta. Kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap preferensi muzakki. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh LAZIS Wahdah Jakarta, semakin besar minat muzakki untuk menunaikan zakat, infak, dan sedekah. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang profesional, transparan, dan amanah merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan muzakki.

Religiusitas juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap preferensi muzakki. Meningkatnya tingkat religiusitas individu dapat meningkatkan minat mereka untuk berpartisipasi dalam program zakat, infak, dan sedekah. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan pengamalan ajaran Islam, baik dalam aspek ibadah maupun muamalah, menjadi pendorong utama dalam menunaikan kewajiban sosial tersebut. Citra lembaga berperan sangat penting dalam membentuk preferensi muzakki. Citra yang positif dan terpercaya, baik dari sisi reputasi, identitas, maupun nilai-nilai yang diusung oleh LAZIS Wahdah Jakarta, dapat mendorong lebih banyak muzakki untuk menyalurkan zakat, infak, dan sedekah mereka. Oleh karena itu, citra lembaga harus terus dijaga dan ditingkatkan melalui komunikasi yang efektif dan kegiatan yang memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Secara keseluruhan, ketiga faktor tersebut—kualitas pelayanan, religiusitas, dan citra lembaga—berkontribusi secara signifikan terhadap preferensi muzakki untuk menunaikan zakat, infak, dan sedekah di LAZIS Wahdah Jakarta. Peningkatan ketiganya akan berdampak positif terhadap meningkatnya partisipasi muzakki dan pengoptimalan penyaluran ZIS, yang pada akhirnya dapat membantu mencapai tujuan sosial dan ekonomi dalam mengentaskan kemiskinan.

LAZIS Wahdah Jakarta perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan lima dimensi pelayanan (kehandalan, daya tanggap, keyakinan, empati, dan bukti fisik). Penguatan program edukasi dan pengamalan nilai-nilai agama kepada muzakki untuk meningkatkan religiusitas mereka dalam menunaikan zakat. Fokus pada pembangunan dan pemeliharaan citra lembaga melalui transparansi, akuntabilitas, serta program-program yang memberikan dampak sosial positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman. 2000. *Al Quran Sumber Ilmu Pengetahuan*, diterjemahkan oleh H.M. Arifin, Jakarta, Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Fiqhuz Zakat*. Bandung: Antar Pustaka Letera Nusa dan Mizan
- Agus, A. (2023). ISLAMIC ECONOMIC STRATEGY FACES GLOBAL

RECESSION IN THE PERSPECTIVE OF DAKWAH: STRATEGI EKONOMI ISLAM MENGHADAPI RESSESI GLOBAL DALAM PERSEPEKTIF DAKWAH. *Jurnal Bina Ummat: Membina dan Membentengi Ummat*, 6(2), 53-66.

- Agus, A. (2023). REACHING THE MILLENNIAL GENERATION THROUGH DA'WAH ON SOCIAL MEDIA: MENJANGKAU GENERASI MILENIAL MELALUI DAKWAH DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(2), 129-144.
- Agus, A. (2023). THE ROLE OF DA'WAH IN OVERCOMING SOCIAL PROBLEMS: PERAN DAKWAH DALAM MENGATASI MASALAH SOSIAL. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(1), 101-111.
- Agusman, A., & Hanif, M. (2021). CONCEPT AND DEVELOPMENT OF DA'WAH METHODS IN THE ERA OF GLOBALIZATION: KONSEP DAN PENGEMBANGAN METODE DAKWAH DI ERA GLOBALISASI. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 4(2), 49-64.
- Al Haritsi, Jaribah bin Ahmad. 2006. *Al Fiqhi Al Iqtishadi*. Terjemahan oleh Asmuni Sholihin. Jakarta, Penerbit Khalifa, hlm:284.
- Alaydrus, M. Zaid. 2016. *Pengaruh Zakat Produktif Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro & Kesejahteraan Mustabik pada Badan Amil Zakat Kota Pasuruan Jawa Timur*. Surabaya: Universitas Airlangga
- Ali Hasan, Muhammad. Zakat dan Infak, salah satu solusi mengatasi problema sosial di Indonesia.(Jakarta: Kencana. 2006),15.
- Al-Qardhawi, Yusuf . 2005. *Spektrum Zakat Dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*. Jakarta Timur, Penerbit Zikrul Hakim, hlm: 80
- Ancok dan Suroso. 2001. *Psikologi Islami*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media
- Badan Pusat Statistik : <https://www.bps.go.id/brs/view/1379>
- Depdikbud Indonesia, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 944. Jakarta: Balai Pustaka
- Hafidhuddin, Didin. 1998. Panduan Praktis tentang Zakat, Infak, dan Sedekah. Depok, Penrbit Gema Insani.
- Hamka, M., Agusman, A., & Nur, M. A. (2024). Building Civilization in the Era of Globalization Based on Knowledge Through Education and Dakwah. *International Journal of Islamic Thought and Humanities*, 3(1), 36-48.
- Hamka, M., Handrianto, B., & Agusman, A. (2024). Adab sebagai Jembatan antara Ilmu dan Amal dalam Pembentukan Karakter Siswa: Adab as a Bridge between Knowledge and Deeds in Shaping Students' Character. *TARBIYAH: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(2), 132-142.
- Hamka, M., Sa'diyah, M., & Agusman, A. (2024). Prinsip Menjaga Hubungan Baik dengan Pelanggan pada Manajemen Mutu Terpadu dalam Perspektif Islam: The Principle of Maintaining Good Relationships with Customers in Total

- Quality Management from an Islamic Perspective. *DIRASAH: Jurnal Kajian Islam*, 1(2), 132-146.
- Hanif, M. (2022). METHOD (MANHAJ) OF PROSELYTIZING OF THE PROPHET IN THE PHASE OF MAKKAH AND MEDINA. *Jurnal Bina Ummat: Membina dan Membentengi Ummat*, 5(2), 1-18.
- Hanif, M. (2023). INNOVATIVE STRATEGIES IN CONTEMPORARY DA'WAH: INITIATING A TECHNOLOGY-BASED APPROACH: INNOVATIVE STRATEGIES IN CONTEMPORARY DA'WAH: INITIATING A TECHNOLOGY-BASED APPROACH. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(2), 59-71.
- Hanif, M., & Agusman, A. (2022). Readiness Of Dakwah Institutions Facing The Millennial Era. *Al-Risalah: Jurnal Studi Agama dan Pemikiran Islam*, 13(2), 325-337.
- Hanif, M., Hamid, A., Agusman, A., & Nurhaidah, S. (2023). Integrated Dakwah Model: How Mosques, Pesantrens, and Campuses become Islamic Preaching Centers in Bogor. *Progresiva: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, 12(01), 85-102.
- Hikayah Azizi, *Journal of Islamic Business and Economics*, Vol.2: Desember 2008, h.77.  
<http://belajarislam.com/belajar-membaca-al-quran-dari-nol-dengan-program-dirosa/>  
<http://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijebd/article/view/350>.  
<http://wahdah.or.id/pelatihan-mudah-faham-alquran-metode-sikecap-edisi-bulan-ramadhan/>  
<http://wahdah.or.id/profil-lazis-wi/>  
<https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>
- Majid, Z. A., Hamid, A., & Hanif, M. (2023). Problematika dakwah dan pendidikan pada masyarakat pedalaman Tau Taa Wana Morowali Utara. *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam*, 16(2), 245-272.
- Sahri, Muhammad. Mekanisme Zakat dan Permodalan Masyarakat Miskin (Cet.,I; Malang:2006),19
- Sari, Y. Dkk. 2012. *Religiusitas pada hijabers community Bandung*. Bandung : Fakultas Psikologi Universitas Islam Bandung.
- Setiawati, Rizky. *Dinamika Religiusitas Muslim di Sekolah Non Muslim (Studi Kasus 3 Siswa Muslim di SMA Santo Thomas Yogyakarta)*, Skripsi, Fakultas Tarbiyah UIN Sunan Kalijaga, pdf. 2014,
- Syauqi Beik, Irfan. *Analisis Peran Zakat dalam Mengentaskan Kemiskinan*. *Jurnal Pemikiran dan Gagasan, Zakat and Empowering* (Jakarta, Indonesia Magnificiance of Zakat: 2009): 9
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publishing
- Wajidi, Muh. Barid Nizaruddin, dkk, "UKM Development Business Loan," *IJEBD (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)* 1, no. 1 (October 1, 2017): 99–109, accessed November 9, 2017,

Wulandari, Ani. "Influence of Education and Work Experience on Work Motivation and Job Performance at Branch Office of BANK J Trust Bank Surabaya," *THE SPIRIT OF SOCIETY JOURNAL* 1, no. 1 (n.d.): 12–20, accessed November 2, 2017