

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. LANDASAN TEORI

##### 1. TEORI PENGETAHUAN TENTANG ZAKAT

Istilah pengetahuan dalam Islam dengan Al-ilmu yang mempunyai dua pengertian, pertama pengetahuan yang berasal dari wahyu Allah untuk mengenal-Nya dan kedua, pengetahuan yang diperoleh oleh manusia itu sendiri naik melalui pengalaman (*empiris*), rasional dan intuisi.<sup>1</sup> Pembelajaran mencakupi perubahan-perubahan perilaku yang timbul berdasarkan pengalaman. Sebagian besar dari perilaku seseorang ditentukan melalui proses pembelajaran dimana pembelajaran akan menjadi sebuah pengetahuan yang akan berpengaruh terhadap perilaku seseorang termasuk perilaku para *muzakki*.

Pengetahuan zakat adalah sebagai ajaran slam dalam konteks ibadah ke-Tuhan-an (*ilahiyyah*) merupakan perintah tetap dan bersejarah namun dalam konteks kemanusiaan (*muamalah*), zakat dipandang sebagai fenomena pembebasan dan instrumen keadilan.<sup>2</sup>

Di Indonesia pengelolaan zakat diatur berdasarkan UU No. 38 Tahun 1999 tentang sebuah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat. Keberadaan organisasi pengelola zakat di Indonesia telah diatur dalam undang-undang.<sup>3</sup> Meskipun harus diakui bahwa dalam peraturan tersebut masih banyak kekurangan yang sangat mendasar, misalnya tidak dijatuhkannya sanksi bagi *muzakki* yang tidak melakukan kewajibannya (tidak mau berzakat), akan tetapi

---

<sup>1</sup> Zulfahmi, 2018. *Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan dan Kepercayaan terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe*. Jurnal Ekonomi Regional Unimal Vol.1 No.3. Hlm.91

<sup>2</sup> Dwi Sari Ningsih, 2019. Skripsi. *Analisis Pengaruh Pengetahuan Zakat, Religiusitas dan Motivasi Membayar Zakat terhadap Minat Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus ASN di Kabupaten Semarang)*. Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Hlm.25

<sup>3</sup> Sutomo, Mukhamad Najib, Setiadi Djohar, 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta)*. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Vol. 3 No.1. Hlm.3

undang-undang tersebut mendorong upaya pembentukan lembaga pengelola zakat yang amanah, kuat, dan dipercaya oleh masyarakat.

Pengetahuan zakat adalah pengetahuan masyarakat tentang zakat, tujuan dan manfaat zakat, dampak yang akan diperoleh dari membayar zakat yang akan dilahirkan budaya berzakat masyarakat sebagai suatu kewajiban yang harus ditunaikan.<sup>4</sup> Pengetahuan masyarakat tentang zakat, cara pandang masyarakat tentang sangat kental dengan nuansa fiqh harus ditambah dengan cara pandang yang memungkinkan zakat dapat diberdayakan. Cara pandang ekonomi dan sosial agaknya dapat ditambahkan dalam melihat kewajiban zakat.

Jika selama ini sebagian masyarakat memandang zakat sebagai iman yang terlepas kaitannya dengan persoalan sosial dan ekonomi. Maka saat ini zakat harus dipandang sebagai sumber kekuatan ekonomi yang dapat dipergunakan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan sosial umat islam.

Faktor pengetahuan zakat memiliki nilai yang penting dalam konteks pemberdayaan zakat. sebab pengetahuan seorang tentang sesuatu akan mempengaruhi perilakunya. Dalam filsafat fenomenologis dikemukakan bahwa tingkah laku manusia merupakan konsekuensi dari sejumlah pandangan atau doktrin yang hidup dikepala manusia yang bersangkutan. Sebagai contoh membayar zakat secara langsung kepada *mustahiq* (penerima zakat) dan membayar zakat melalui lembaga.<sup>5</sup>

## **2. MACAM ZAKAT**

Secara umum zakat dibagi menjadi dua macam yaitu zakat *mal* dan zakat fitrah, sebagai berikut :

### a) Zakat Fitrah

---

<sup>4</sup> Yulinda Isnaini, 2018. Skripsi. *Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Tingkat Keimanan dan Kepercayaan terhadap Motivasi Muzakki Profesi (Studi Kasus di Rumah Zakat cabang Semarang)*. Universitas Islam Negeri Walisongo. Hlm.39

<sup>5</sup> Lusiana Kanji, 2011. Tesis. *Faktor-faktor Determinan Motivasi Membayar Zakat*. Universitas Hasanuddin Makassar. Hlm.65

Zakat fitrah (zakat badan, zakat *ru'us*, *shadaqah* fitrah) adalah “kadar harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim yang mampu sebab menemui (sebagian) bulan Ramadhan dan sebagian bulan Syawal.” Zakat fitrah merupakan zakat untuk mensucikan diri yang dikeluarkan dan disalurkan kepada yang berhak pada bulan Ramadhan sebelum tanggal 1 syawal (hari raya idul fitri).

Adapun jumlah dan jenis zakat ini adalah satu *sha'* tamar atau satu *sha* gandum tergantung jenis makanan pokok yang terdapat di daerah tertentu.

b) Zakat *Mal*

Zakat *mal* atau harta adalah segala sesuatu yang diinginkan oleh manusia untuk dimiliki, dimanfaatkan dan juga disimpan. Sesuatu inilah yang perlu dikeluarkan zakatnya jika sudah memenuhi syarat dan rukunnya.<sup>6</sup>

### 3. LANDASAN HUKUM TENTANG ZAKAT

Dalam ajaran Islam disebutkan bahwa zakat merupakan salah satu rukun Islam dan juga menjadi kewajiban bagi umat Islam dalam rangka pelaksanaan dua kalimat syahadat. Dalam Qur'an disebutkan, kata zakat dan shalat selalu digandengkan disebut sebanyak 82 kali.<sup>7</sup> Ini menunjukkan hukum dasar zakat yang sangat kuat. Dasar hukum zakat terdapat dalam Al-Quran dan Hadist antara lain :

a. Al-Quran Surat Maryam:31<sup>8</sup>

جَعَلَنِي مُبَارَكًا أَيْنَ مَا كُنْتُ وَأَوْصَانِي بِالصَّلَاةِ وَالزَّكَاةِ مَا دُمْتُ حَيًّا

---

<sup>6</sup> Dede Mirawati dkk, 2018. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus Karyawan RSUD Tanjungpandan Belitung)*. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol.4 No.2. Hlm.576

<sup>7</sup> Fakhruddin dkk, 2016. Skripsi. *Analisis Tingkat Pengetahuan Zakat, Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendapatan dan Tingkat Kepercayaan kepada BAZNAS terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Para Pekerja (Studi Kasus Pekerja di DKI Jakarta)*. Hlm.16

<sup>8</sup> Kementerian Urusan Agama Islam Wakaf, Da'wah dan Irsyad, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Saudi Arabia: Mujamma' al Malik Fahd Li Thiba' at al Mush-haf asy Syarif, 1421 H), Hlm.466

*Artinya : Dan Dia menjadikan aku seorang yang diberkati di mana saja aku berada, dan Dia memerintahkan kepadaku (mendirikan) shalat dan (menunaikan) zakat selama aku hidup;*

b. Al-Quran Surat Fushilat:7

الَّذِينَ لَا يُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ بِالْآخِرَةِ هُمْ كَافِرُونَ

*Artinya : (yaitu) orang-orang yang tidak menunaikan zakat dan mereka kafir akan adanya (kehidupan) akhirat.*

c. Hadist Rasulullah yang diriwayatkan Bukhari dan Muslim yang berbunyi:

*“ Islam ditegakkan diatas lima prinsip, yaitu menyaksikan bahwa tidak ada Tuhan selain Allah, dan bahwasanya Nabi Muhammad adalah utusan Allah, menegakkan shalat, menunaikan zakat, mengerjakan haji dan berpuasa di bulan Ramadhan.”<sup>9</sup>*

#### **4. TUJUAN DAN MANFAAT ZAKAT**

a. Tujuan Zakat

Ajaran Islam menjadikan zakat sebagai Ibadah maliah ijtimaiyah yang mempunyai sasaran sosial untuk membangun satu sistem ekonomi yang mempunyai tujuan kesejahteraan dunia dan akhirat. Ini berarti bahwa Tujuan zakat adalah untuk membangun kesejahteraan masyarakat melalui delapan jalur sebagaimana di atur dalam surat At-Taubah: 60.<sup>10</sup> Dengan melalui delapan jalur ini, maka Sayid Bakri Syatha berpendapat bahwa distribusi zakat disamping untuk membiayai kemaslahatan umum yang tidak secara langsung berkaitan dengan, misalnya untuk pembangunan masjid, mentajiskan orang yang mati maupun untuk menembus tawaran perang.

---

<sup>9</sup> Hasbiyallah, Fiqh dan Ushul Fiqh. *Metode Istibath dan Istidlal*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013). Hlm.246

<sup>10</sup> Syaifuddin Zuhri, 2012. Skripsi. *Pengaruh Religiusitas dan Pendapatan terhadap Minat Bayar Zakat melalui BAPELURZAM (Badan Pelaksana Urusan Zakat Muhammadiyah) PCM Weleri Kendal*. Institusi Agama Islam Negeri Semarang. Hlm.40

Merealisasikan tujuan zakat memerlukan kelembagaan (*syari'at*) yang bisa dirancang sendiri oleh masyarakat yang bersangkutan sesuai dengan *zuruf* (waktu, tempat dan keadaan) yang melingkupi.<sup>11</sup> Fikih yang pernah pada zaman Nabi karena situasi itu dan kondisi sosial tertentu di Madinah dan sekitarnya 14 abad yang lalu, sudah barang barang tertentu bisa tidak diambil begitu saja dan diterapkan persis sebagaimana adanya.

b. Manfaat Zakat

- 1) Sebagai sarana menghindari kesenjangan sosial yang mungkin dapat terjadi antara kaum *aghniya* dan *dhuafa*.
- 2) Sebagai sarana pembersihan harta dan juga ketamakan yang dapat terjadi serta dilakukan oleh orang yang jahat.
- 3) Sebagai pengembangan potensi umat dan menunjukkan bahwa umat Islam merupakan *ummatan wahidan* (umat yang satu), *musawah* (persamaan derajat), *ukhwah Islamiyah* (persaudaraan Islam), dan *tafakul ijtima'* (tanggung jawab bersama).
- 4) Dukungan moral bagi *mualaf*.
- 5) Sebagai sarana memberantas penyakit iri hati bagi mereka yang tidak punya.
- 6) Zakat menjadi salah satu unsur penting dalam '*social distribution*' yang menegaskan bahwa Islam merupakan agama yang peduli dengan kehidupan umatnya sehari-hari. Selain itu, juga menegaskan tanggungjawab individu terhadap masyarakatnya.
- 7) Sebagai sarana menyucikan diri dari perbuatan dosa.
- 8) Sebagai sarana dimensi dan ekonomi yang penting dalam Islam sebagai ibadah '*maaliya*'.

## 5. SYARAT ZAKAT

---

<sup>11</sup> Itaq Pangestu, 2016. Skripsi. *Analisis dalam faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Muzakki Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang*. Universitas Negeri Semarang. Hlm.28

Harta yang akan dikeluarkan zakatnya harus memenuhi persyaratan-persyaratan yang telah ditentukan secara *syara'*. Wahbah al-zuhaili membagi syarat ini menjadi dua, yaitu syarat wajib dan syarat sah.

Adapun syarat wajib zakat adalah :

- a. Islam
- b. Merdeka
- c. Baligh dan berakal
- d. Harta tersebut merupakan harta yang wajib dizakati seperti emas perak, hasil pertanian, hewan ternak maupun barang dagangan.
- e. Harta tersebut telah mencapai *nisab* (ukuran jumlah).
- f. Harta tersebut adalah milik penuh *muzakki*.
- g. Telah berlalu satu tahun atau cukup *haul* (ukuran waktu).
- h. Tidak adanya hutang
- i. Melebihi ukuran dasar atau pokok
- j. Harta tersebut harus didapatkan dengan cara yang baik dan halal.

Adapun syarat sahnya zakat adalah sebagai berikut :

- a. Adanya niat *muzakki*
- b. Pengalihan kepemilikan dari *muzakki* ke *mustahiq*

Dengan adanya syarat-syarat mengeluarkan zakat itu artinya zakat bukan sebuah beban yang diwajibkan kepada seseorang tanpa syarat melainkan ada hak orang lain disetiap harta yang kita miliki, namun selain zakat ada sedekah dan infaq bagi setiap orang yang ingin berbagi dengan orang lain tetapi tidak memenuhi syarat untuk mengeluarkan zakat.<sup>12</sup>

## **6. MUSTAHIQ ZAKAT**

---

<sup>12</sup> Sultan Syahrir, 2017. Skripsi. *Pemahaman Masyarakat terhadap Kewajiban Zakat di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Hlm.11

Ada delapan kelompok penerima zakat atau mustahik, yang secara ringkas dapat diuraikan sebagai berikut <sup>13</sup>, yaitu:

- a. Fakir, yaitu orang yang sangat sengsara hidupnya, tidak mempunyai harta dan tenaga untuk memenuhi penghidupannya, tidak memiliki harta maupun penghasilan yang bisa memenuhi kebutuhan pokok hidupnya.
- b. Miskin, yaitu orang yang tidak cukup penghidupannya dan dalam keadaan kekurangan meskipun memiliki pekerjaan dan sumber pendapatan.
- c. Amil, yaitu orang yang diberi tugas mengumpulkan dan membagikan zakat.
- d. *Mu'allaf*, diterjemahkan secara harfiah sebagai “orang-orang yang telah masuk Islam”
- e. *Riqab*, yaitu orang-orang dalam perbudakan. Zakat dapat diberikan kepada kategori ini (jika ada) setelah fakir miskin terpenuhi semuanya, karena fakir miskin merupakan mustahik yang lebih berhak.
- f. *Gharimin*, yaitu orang yang berhutang, khususnya yang berhutang karena untuk kepentingan yang bukan maksiat dan tidak sanggup membayarnya.
- g. *Sabilillah*, yaitu untuk keperluan perjuangan Islam dan kaum muslimin.
- h. *Ibnu Sabil*, yaitu orang yang sedang dalam perjalanan yang bukan maksiat mengalami kesulitan dalam perjalanannya.

Ada beberapa indikator untuk mengetahui pengetahuan zakat, antara lain :

- a. Tahu atau tidaknya zakat  
Nilai perbuatan seseorang ditentukan dengan ilmu, sehingga antara perbuatan orang yang berilmu dengan perbuatan orang tidak berilmu akan berbeda nilainya disisi Allah SWT.
- b. Pengetahuan tentang perlu atau tidaknya zakat  
Menurut perspektif islam, ilmu pengetahuan adalah sesuatu yang sangat berharga yang menentukan kualitas seseorang atau suatu bangsa. Suatu bangsa akan menjadi bangsa yang maju, modern, dan ber peradaban, manakala masyarakatnya mencintai ilmu, antara lain ditandai dengan

---

<sup>13</sup> [www.rumahzakat.org/zakat/pengelolaan-zakat](http://www.rumahzakat.org/zakat/pengelolaan-zakat) diakses pada tanggal 18 maret 2020

kebiasaan bertanya dan menulis. Betapa pentingnya suatu pertanyaan untuk membuka ilmu pengetahuan.

c. Pengetahuan tentang hukum zakat

Zakat merupakan salah satu dari rukun islam yang lima dan termasuk dari pondasi islam yang agung. Maka hukumnya adalah wajib bagi muslim yang telah memenuhi persyaratan untuk mengetahui hukumnya.

d. Pengetahuan tentang besaran zakat

Zakat merupakan ibadah wajib yang sudah ada tuntutananya sehingga jika seseorang atau sekelompok orang mengerjakan ibadah khusus seperti shalat dengan menambah-nambah sesuatu yang baru yang tidak ada contohnya atau mengurangi perbuatan *bid'ah* yang menyesatkan. Begitu pula dengan zakat maka barang siapa menambah atau mengurangi besaran dan ukuran zakat selain dari yang telah ditentukan.

e. Tujuan diperintakkannya zakat

Orang yang berkesempatan mencari ilmu dan mengetahui tujuan dari ilmu tersebut, tetapi tidak mau memanfaatkannya sehingga ia tetap berada dalam kebodohnya, dianggap orang yang akan paling merugi kelak dikemudian hari. Hal ini sebagaimana dinyatakan dalam hadist Rasulullah SAW riwayat Ibnu Assakir dari Annas bin malik terlebih lagi ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ibadah-ibadah (khusus) yang kita lakukan dalam rangka melaksanakan kewajiban kita kepada Allah SWT.<sup>14</sup>

Zakat menurut etimologi (bahasa) adalah suci, tumbuh, berkembang dan berkah. Menurut terminologi zakat adalah kadar harta tertentu yang diberikan kepada yang berhak menerimanya dengan syarat tertentu.<sup>15</sup> Zakat ibarat benteng yang melindungi harta dari penyakit dengki dan iri hati, dan zakat ibarat pupuk yang dapat menyuburkan harta untuk bertumbuh kembang dan tumbuh.

---

<sup>14</sup> Itaq Pangestu, 2016. Skripsi. *Analisis dalam faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Muzakki Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang*. Universitas Negeri Semarang. Hlm.51

<sup>15</sup> M. Ali hasan, 1996. *Zakat, Pajak Asuransi dan Lembaga Keuangan*. Pt Raja Grafindo Persada. Hlm.1



Makna tumbuh dalam arti zakat menunjukkan bahwa mengeluarkan zakat sebagai sebab adanya pertumbuhan dan perkembangan harta, pelaksanaan zakat itu mengakibatkan pahala menjadi banyak. Kata lain yang digunakan untuk zakat baik didalam Al-Quran maupun hadist adalah *sedekah* yang berasal dari kata *shidq* (yang hak dan benar). Istilah *sedekah* termasuk dalam zakat, sedangkan makna suci menunjukkan bahwa zakat adalah mensucikan jiwa dari kejelekan, kebatilan dan pensuci dari dosa-dosa.<sup>16</sup> Di dalam Al-Quran disebutkan Qs. at-Taubah ayat 103 yakni,

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

Artinya : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. at-Taubah: 103).<sup>17</sup>

Hubungan antara pengertian zakat menurut bahasa dan dengan pengertian menurut istilah sangat nyata dan erat yaitu bahwa harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadi berkah, tumbuh, berkembang serta bertambah, suci dan baik.<sup>18</sup> Dari segi istilah fiqih, zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak disamping itu berarti mengeluarkan jumlah tertentu itu sendiri.

Zakat yang merupakan ibadah pokok dan bukan pajak merupakan perumbuhan sekaligus penyucian diri. Secara teknis, zakat berarti menyucikan harta seseorang dengan cara pendistribusian oleh kaum kaya sebagian harta kepada kaum miskin sebagai hak mereka dan bukan derma. Dengan membayarkan zakat

---

<sup>16</sup> Yasin Ibrahim al-Syaikh, 2008. *Kitab Zakat Hukum, Tata Cara dan Sejarah*. Penerbit marja. Hlm. 26

<sup>17</sup> [www.quran.com](http://www.quran.com) diakses pada tanggal 18 maret 2020

<sup>18</sup> Yulinda Isnaini, 2018. Skripsi. *Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Tingkat Keimanan dan Kepercayaan terhadap Motivasi Muzakki Profesi (Studi Kasus di Rumah Zakat cabang Semarang)*. Universitas Islam Negeri Walisongo. Hlm.27

maka seseorang memperoleh penyucian hati dan dirinya telah melakukan tindakan yang benar dan memperoleh rahmat selain hartanya akan bertambah.<sup>19</sup>

Menurut istilah dalam kitab al-Hawi, al-Mawardi mendefinisikan zakat dengan nama pengambilan tertentu dari harta tertentu. Menurut sifat-sifat tertentu dan untuk diberikan kepada golongan tertentu.<sup>20</sup> Orang yang menunaikan zakat disebut *muzakki* sedangkan orang yang menerima zakat disebut *mustahik*. Sebagai instrumen yang masuk dalam salah satu rukun Islam, zakat tentu saja memiliki aturan mengikat dari segi ilmu fiqihnya, salah satu diantaranya adalah kepada siapa zakat diberikan.

Sebagai instrumen yang masuk dalam salah satu rukun Islam, zakat tentu saja memiliki aturan mengikat dari segi ilmu fiqihnya, salah satu diantaranya adalah kepada siapa zakat diberikan.<sup>21</sup>

Dengan demikian, zakat mempunyai dimensi pemerataan karunia Allah SWT sebagai fungsi sosial ekonomi sebagai perwujudan solidaritas sosial, pernyataan rasa kemanusiaan dan keadilan, pembuktian persaudaraan islam, pengikat persatuan umat,<sup>22</sup> sebagai pengikat batin antara golongan kaya dengan miskin, sarana membangun kedekatan yang kuat dengan yang lemah, mewujudkan tatanan masyarakat yang sejahtera, rukun, damai, dan harmonis yang akhirnya dapat menciptakan situasi tentram, aman lahir batin.

## 2. TEORI TENTANG KEPERCAYAAN

Kepercayaan (*trust* atau *belief*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan

---

<sup>19</sup> Yasin Ibrahim Al-Syaikh, 2008. *Kitab Zakat Hukum, Tata Cara dan Sejarah*. Penerbit Marja. Hlm.27

<sup>20</sup> [www.baznas.go.id/zakat](http://www.baznas.go.id/zakat) diakses pada tanggal 18 Maret 2020

<sup>21</sup> *Ibid*, diakses pada tanggal 18 maret 2020

<sup>22</sup> Siti Nuraeni, 2018. Skripsi. *Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas dan Transparansi Palaporan Keuangan terhadap Minat Muzakki untuk membayar zakat penghasilan (profesi) di Badan Amil Zakat Nasional*. Hlm.17

lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan<sup>23</sup>, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman.

Kepercayaan pada dasarnya adalah kemauan suatu pihak untuk mengandalkan pihak lain, yaitu pihak yang mendapat kepercayaan. Kepercayaan juga merupakan sekumpulan keyakinan spesifik terhadap Integritas (kejujuran pihak yang dipercaya), Benevolence (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *Competency* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *Predictability*<sup>24</sup> (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya).

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa penyedia jasa dapat menggunakannya sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah yang akan dilayani.<sup>25</sup> Kepercayaan adalah ‘suatu kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif.

Salah satu faktor yang mempengaruhi stabilitas suatu hubungan adalah tingkat kepercayaan. Hubungan bisnis yang kooperatif akan tumbuh seiring meningkatnya kepercayaan dan komitmen diantara mitra bisnis.<sup>26</sup>

Kepercayaan terhadap lembaga zakat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan *muzzaki* untuk mengandalkan lembaga zakat untuk menyalurkan zakatnya kepada mustahiq zakat karena *muzzaki* yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan. Disamping akan menumbuhkan rasa

---

<sup>23</sup> Novi Dian Pratiwi, 2019. Skripsi. *Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Kepercayaan Muzakki pada Organisasi Pengelolaan Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat di BAZNAS Kabupaten Tulungagung*. Hlm.35

<sup>24</sup> Yulinda Isnaini, 2018. Skripsi. *Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Tingkat Keimanan dan Kepercayaan terhadap Motivasi Muzakki Profesi (Studi Kasus di Rumah Zakat cabang Semarang)*. Universitas Islam Negeri Walisongo. Hlm.51

<sup>25</sup> Panca Winahyuningsih, 2010. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gripta Kudus*. Jurnal Sosial dan Budaya Vol.3 No.2. Hlm.3

<sup>26</sup> Reza Rahardian, 2011. *Pengaruh Trust dan Commitment terhadap Relationship Quality study pada Perusahaan Pasangan Usaha PT.XYZ (Sebuah Lembaga Keuangan Non Bank)*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Vol.4 No.3. Hlm.52

kepercayaan tinggi masyarakat terhadap lembaga zakat, dana zakat yang terkumpul juga akan lebih optimal dalam segi pemanfaatan.<sup>27</sup> Dengan demikian, masyarakat akan lebih berkomitmen terhadap lembaga amil zakat tersebut, dan menjadikannya sebagai pilihan utama dalam berzakat.

Untuk membangun sebuah kepercayaan diperlukan tujuh *core values*, yaitu sebagai berikut:

a. Keterbukaan

Kerahasiaan dan kurangnya transparansi dalam menjalankan sesuatu akan mengganggu *trust building*. Oleh karena itu diperlukan keterbukaan antara kedua belah pihak agar keduanya dapat saling percaya antara satu sama lain.

b. Kompeten

Dalam membangun pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada pengalaman dan pembelajaran. Yakni sebagai syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas di bidang pekerjaan tertentu.

c. Kejujuran

Kejujuran merupakan elemen terpenting dalam mendapatkan sebuah kepercayaan, hal ini dimaksudkan untuk menghindari kecurangan yang bersifat merugikan yang lain. Jujur bermakna keselarasan antara berita dengan kenyataan yang ada. Dengan kata lain jujur adalah berkata atau memberikan suatu informasi yang sesuai kenyataan dan kebenaran. Dalam penerapannya, secara hukum tingkat kejujuran seseorang biasanya dinilai dari ketepatan pengakuan atau apa yang dibicarakan dengan kebenaran dan kenyataan yang terjadi.

d. Integritas

---

<sup>27</sup> Eka Satrio dkk, 2016. *Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat*. Simposium Nasional Akuntansi XIX, Lampung. Hlm.4

Integritas adalah keselarasan antara niat, pikiran, perkataan dan perbuatan. Dalam prosesnya, berjanji akan melaksanakan tugas secara bersih, transparan, dan professional dalam arti akan mengerahkan segala kemampuan dan sumber daya secara optimal untuk memberikan hasil kerja terbaik. Orang yang berintegritas tinggi mempunyai sikap yang tulus, jujur, berperilaku konsisten serta berpegang teguh pada prinsip kebenaran untuk menjalankan apa yang dikatakan secara bertanggung jawab.

e. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan dorongan psikologi sosial yang dimiliki seseorang untuk mempertanggungjawabkan sesuatu yang telah dikerjakan kepada lingkungannya atau orang lain. Akuntabilitas sekiranya dapat diukur dengan pertanyaan-pertanyaan tentang seberapa besar motivasi menyelesaikan pekerjaan dan seberapa besar usaha (daya pikir) untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan tersebut.

f. Sharing

Sharing adalah sebuah pengakuan atau pengungkapan diri terhadap orang lain yang berfungsi untuk berbagi sesuatu untuk meringankan sebuah masalah. Sharing merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan karena mempunyai manfaat nilai psikologis yakni membantu membangun hubungan yang lebih baik antara satu sama lain. Termasuk didalamnya sharing informasi, ketrampilan, pengalaman dan keahlian.

g. Penghargaan

Untuk mendorong sebuah kepercayaan maka harus terdapat respek saling menghargai antara satu sama lain. Kepercayaan terhadap lembaga zakat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan muzaki untuk mengandalkan lembaga zakat untuk menyalurkan zakatnya kepada mustahiq zakat karena muzaki yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan. Disamping akan menumbuhkan rasa kepercayaan tinggi masyarakat terhadap lembaga zakat,

dana zakat yang terkumpul juga akan lebih optimal dalam segi pemanfaatan. Dengan demikian, masyarakat akan lebih berkomitmen terhadap lembaga amil zakat tersebut, dan menjadikannya sebagai pilihan utama dalam berzakat dan mengajak orang lain untuk berzakat di lembaga amil zakat.

Kepercayaan memiliki empat elemen yang diperlukan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang terhadap organisasi, seperti dijelaskan berikut ini:

1. Menunjukkan Kepercayaan (*Exhibiting Trust*)

Tujuan dilakukannya pengukuran tingkat *exhibiting trust* yaitu untuk mengetahui tingkat kepercayaan yang sekarang sudah ada (*currently exist*) pada suatu tim atau suatu organisasi.

2. Mencapai Hasil (*Achieving Results*)

Elemen kedua yang penting dan mendesak untuk meraih kepercayaan dalam dunia bisnis atau terlebih lagi dalam setiap keadaan yang menuntut adanya tindakan dan hasil adalah melibatkan kinerja seseorang dalam memenuhi kewajiban dan komitmen. Agar iklim kepercayaan tetap ada, setiap orang perlu memperhitungkan kesuksesan dan kemampuan bertahan perusahaan. Setiap orang dalam organisasi juga harus mampu mempertahankan hasil sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan.

Terdapat empat tipe konsistensi, yang harus dicermati untuk memenangkan atau meraih kepercayaan orang lain, yaitu:

- a. Sesuatu yang diungkapkan kepada orang lain mencerminkan apa yang diketahui
- b. Perkataan harus sesuai dengan perilaku
- c. Perilaku yang konsisten terhadap segala situasi
- d. Perilaku yang konsisten dengan berjalannya waktu

3. Memperlihatkan kekhawatiran (*Demonstrating Concern*)

Pada tingkatan dasar, seorang individu akan mempercayai orang lain yang peduli kepadanya. Untuk percaya kepada orang lain atau suatu organisasi, setiap orang merasa perlu bahwa orang lain atau suatu organisasi tersebut mau mendengar dan menanggapi kepentingannya.<sup>28</sup>

Adapun Indikator kepercayaan yang telah dikembangkan dari Moorman, Deshpade dan Zaltman adalah :

- a. Kinerja sesuai dengan harapan nasabah.
- b. Kepercayaan telah mengerjakan sesuai dengan standar.
- c. Kepercayaan bahwa pelayanannya konsisten.
- d. Kepercayaan perusahaan bertahan lama.<sup>29</sup>

Kepercayaan dalam usaha jasa merupakan hal yang penting, terutama pada jasa yang memiliki interaksi yang tinggi dengan konsumen. Tanpa rasapercaya konsumen akan kinerja jasa perusahaan maka sulit bagi perusahaan untuk memiliki konsumen yang memiliki komitmen mendalam dengan perusahaan.

### **3. TEORI TENTANG KUALITAS PELAYANAN**

Kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan.<sup>30</sup> Menurut Zaithaml dan Bitner, Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan *muzakki*.

---

<sup>28</sup> Arim Nasim, Muhammad Rizki Syahri, 2014. *Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat dan Sikap Pengelola terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki (Studi Kasus pada Lembaga Amil Zakat di Kota Palembang)*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Vol.2 No.3. Hlm.4

<sup>29</sup> Ferry Albizar, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro pada Bank*. Jurnal Ilmiah Manajemen Vol.14 No.2. Hlm.9

<sup>30</sup> Patra Rusdianto, 2016. Skripsi. *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat menjadi Muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Hlm.19

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan dari *muzakki*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

a. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada lima dimensi utama kualitas jasa menurut Parasuraman yaitu :

1. *Tangible*

*Tangible* yaitu tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa. *Tangible* adalah bukti langsung berupa program yang dilakukan serta adanya efek (pengaruh) yang terjadi bagi *mustahik*.

2. *Empathy*

*Empathy* yaitu sifat kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

3. *Responsiveness*

*Responsiveness* yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan *muzakki*. *Responsiveness* adalah keinginan para karyawan untuk membantu para *muzakki* dan memberikan layanan dengan tanggap. Daya tanggap yang cepas terhadap *muzakki* dan *mustahik* salah satu wujud pelayanan prima yang dilakukan amil.

4. *Reliability*

*Reliability* yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*), dan kemampuan untuk dipercaya



(*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang diberikan dan tanpa melakukan kesalahan. *Realibity* adalah kemampuan amil untuk memberikan layanan sesuai kebutuhan *muzakki* dan *mustahik* secara memuaskan.

#### 5. *Assurance*

*Assurance* yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifar dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan *muzakki* dan membuat mereka terbebas dari bahaya dan resiko.<sup>31</sup>

Bagi Badan Amil Zakat (BAZ) kualitas pelayanan menjadi pertimbangan para *muzakki* untuk menyalurkan dana mereka pada suatu BAZ dikarenakan kemudahan dalam menyalurkan dana merupakan hal penting bagi para *muzakki*. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada donator maka semakin baik pula tanggapan para *muzakki* untuk menyalurkan dana mereka ke lembaga zakat.<sup>32</sup>

Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat mencapai loyalitas sehingga menimbulkan loyalitas *muzakki* dalam membayarkan zakatnya melalui Badan Amil Zakat yang berkompeten. Lembaga Amil Zakat yang memahami *service quality* akan menjadikannya sebagai salah satu alat untuk mengukur peningkatan kapasitas lembaga yang akan memberikan loyalitas kepada *muzakki*. Loyalitas tersebut merupakan bukti adanya kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Amil Zakat yang dapat memberikan efek domino dalam penghimpunan zakat serta percepatan pengentasan kemiskinan.

Pada konsep Kualitas Pelayanan (SERVQUAL), model Servqual, kualitas jasa didefinisikan sebagai “penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas

---

<sup>31</sup> Ahmad Guspul, Awaludin Ahmad, 2014. *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wonosobo*. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.1 No.3. Hlm.282

<sup>32</sup> Nurul Inayah, 2018. *Hubungan Kepercayaan, Transparansi, dan Akuntabilitas terhadap Loyalitas Muzakki pada Badan Amil Zakat*. Jurnal Ekonomi Syariah Vol.1 No.2. Hlm.21

suatu jasa” sedangkan definisi kualitas pelayanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh.<sup>33</sup> Harapan merupakan keinginan para pelanggan dari pelayanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan bersifat sangat variabel (*variability*), karena merupakan *non-standardized*, artinya bentuk, kualitas, dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana pelayanan itu dihasilkan. Variabilitas pengalaman dan kualitas pelayanan ini dikarenakan tiga hal:

- a) Kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian pelayanan.
- b) Moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan, dan
- c) Beban kerja perusahaan.

#### **4. LOYALITAS MUZAKKI**

Pengertian loyal secara harfiah adalah setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan tersebut diambil tanpa adanya paksaan akan tetapi timbul dari kesadaran diri sendiri dimasa lalu.<sup>34</sup> Menurut Gramer dan Brown sebagaimana yang dikutip menyebutkan bahwa loyalitas merupakan derajat seseorang dalam menunjukkan perilaku berulang dari penyedia jasa, memiliki suatu kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa dan hanya mempertimbangkan penggunaan penyedia jasa pada saat membutuhkan jasa tersebut.

Menurut Griffin (2003) loyalitas lebih ditujukan kepada suatu perilaku yang ditujukan dengan pembelian secara terus menerus dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Ia juga mengatakan bahwa loyalitas menunjukkan

---

<sup>33</sup> Nurul Huda, 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas melalui Variabel Kepuasan pada Lembaga Amil Zakat*. Jurnal Perisai Vol.2 No.1. Hlm.36

<sup>34</sup> Aizalia Taraferuatie Taufik, 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat pada Lembaga Amil Zakat terhadap Loyalitas Muzakki*. Jurnal Akuntansi AKUNESA Vol.5 No.2. Hlm.1

kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian tidak terjadi kurang dari dua kali.<sup>35</sup>

Loyalitas merupakan sikap atau perilaku seorang konsumen yang menguntungkan perusahaan<sup>36</sup>, seperti melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa perusahaan dan merekomendasikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain.

Dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas *muzakki* adalah kesetiaan seseorang untuk berdonasi atau mengikuti program lain yang diadakan suatu lembaga. Lembaga amil zakat sebagai organisasi nirlaba yang berada ditengah-tengah *muzakki* sangat penting untuk dijaga kepercayaan dan amanah mereka karena dana yang diperoleh dari muzakki didistribusikan untuk kegiatan sosial dan dana tersebut untuk keberlangsungan program-program pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Lembaga zakat sangat erat hubungannya dengan pemberian kepercayaan, kesetiaan (loyalitas) kepada *muzakki* untuk keberlangsungan pembiayaan berbagai program-program sosial.<sup>37</sup> Pengorganisasian di lembaga zakat perlu pula diatur sebaik-baiknya agar pelaksanaan zakat, infaq dan sedekah dapat dikordinasikan dan diarahkan. Ini perlu dilakukan untuk memantapkan kepercayaan masyarakat dan wajib zakat.

Menurut Tjiptono ada enam Indikator yang bisa di gunakan untuk mengukur Loyalitas yaitu:

- a) Pembelian ulang
- b) Kebiasaan mengonsumsi merek tersebut,

---

<sup>35</sup> Indri Yuliafitri, Asma Nur Khoiriyah, 2016. *Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi, dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat terhadap Loyalitas Muzakki*. Jurnal Ekonomi Islam Vol.7 No.2. Hlm.6

<sup>36</sup> Pribanus Wantara, 2009. *Pengaruh Citra Reputasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa PTS di Jawa Timur*. Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.7 No.2. Hlm.3

<sup>37</sup> Humriani, 2016. Skripsi. *Analisis Manajemen Zakat dalam menjaga Loyalitas Muzakki pada Badan Amil Zakat di Makassar*. UIN Alauddin Makassar. Hlm.33

- c) Selalu menyukai merek tersebut,
- d) Tetap memilih merek tersebut,
- e) Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik,
- f) Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.

## **B. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU**

Hanwar Ahmad Sidiq (2015) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Minat membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat (LAZ). Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengetahuan zakat berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat. Tingkat kepercayaan juga berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat. sedangkan untuk variabel tingkat pendapatan dan tingkat religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada tingkat  $\alpha$  sampai 95%.

Muhammad Fakhrudin (2016) yang berjudul Analisis Pengaruh Pengetahuan Zakat, Religiusitas, Pendapatan dan Kepercayaan kepada BAZNAS terhadap minat membayar zakat. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengetahuan zakat, pendapatan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat sedangkan religiusitas berpengaruh negatif terhadap minat membayar zakat.

Rizki Faza Kusumo Putro (2010) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Maka hasil dari penelitian ini variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan serta kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas.

Sutomo, Mukhamad Najib dan Setiadi Djohar (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Loyalitas *Muzakki*. Berdasarkan hasil penelitian terhadap loyalitas *muzakki* yang dimana Kualitas

Pelayanan berpengaruh signifikan yang berarti bahwa *muzakki* telah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga menciptakan loyalitas.

Tefur Rochman, Hendri Tanjung, Fahrudin Sukarno (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas *Muzakkii* di Amil Zakat Cilacap. Berdasarkan hasil dari penelitian yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas *muzakki*. Nilai variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas *muzakki* menghasilkan pengaruh yang positif.

Nurul Huda (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas melalui variabel kepuasan pada Lembaga Amil Zakat. Hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *muzakki*. Kepuasan *muzakki* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas *muzakki*. Kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas *muzakki*.

**Tabel 2.1**

**Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rizki Faza Kusumo Putro (2010)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.	Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas
2.	Hanwar Ahmad Sidiq (2015)	Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Minat membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat (LAZ).	Pengetahuan zakat dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat <i>muzakki</i> .

3.	Muhammad Fakhruddin (2016)	Analisis Pengaruh Pengetahuan Zakat, Religiusitas, Pendapatan dan Kepercayaan kepada BAZNAS terhadap minat membayar zakat.	Tingkat pengetahuan zakat, pendapatan dan kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat membayar zakat profesi para pekerja.
4.	Sutomo, Mukhamad Najib dan Setiadi Djohar (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Loyalitas <i>Muzakki</i> .	Hasil penelitian terhadap loyalitas <i>muzakki</i> yang dimana Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan
5.	Tefur Rochman, Hendri Tanjung, Fahrudin Sukarno (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas <i>Muzakki</i> di Amil Zakat Cilacap.	Berdasarkan hasil dari penelitian yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas <i>muzakki</i> .
6.	Nurul Huda (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas melalui variabel kepuasan pada Lembaga Amil Zakat.	Kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas <i>muzakki</i> .

### C. Pengembangan Hipotesis

#### 1. Pengaruh Pengetahuan Zakat terhadap Loyalitas *Muzakki*

Pengetahuan zakat memiliki nilai yang penting dalam konteks pemberdayaan zakat. sebab pengetahuan seorang tentang sesuatu akan mempengaruhi perilakunya dalam membayar suatu kewajibannya sebagai umat muslim, dimana jika seorang masyarakat mengetahui pengetahuan tentang zakat ia akan memiliki kesadaran dalam membayar zakat dan pada Lembaga resmi membayar Zakat, jika sebaliknya masyarakat yang kurangnya pengetahuan tentang zakat itu akan menimbulkan masyarakat tidak melakukan kewajibannya dalam membayar zakat dan beberapa permasalahan yang terjadi kurangnya pengetahuan masyarakat dalam membayar zakat di lembaga resmi. Dalam sistem prosedur pembayaran zakat serta kewajiban zakat sangatlah penting untuk masyarakat mengetahui apapun pengetahuan tentang zakat dikarenakan zakat hukumnya wajib untuk umat beragama islam dengan memberikan banyak nya pengetahuan tentang zakat maka loyalitas masyarakat akan berpengaruh dalam kesetiaan masyarakat membayar zakat dikarenakan pengetahuan yang mereka miliki. Dan variabel ini didukung dengan hasil penelitian M. Faiq Aziz dan Fahmy Suhartono dalam penelitiannya menyatakan bahwa Pengetahuan berpengaruh terhadap Loyalitas yang berarti menunjukkan variabel pengetahuan berpengaruh terhadap loyalitas dengan adanya pengetahuan yang luas maka akan memberikan suatu loyalitas terhadap *muzakki*.

**Tabel 2.2**

**Ringkasan Penelitian Terdahulu Pengetahuan Zakat berpengaruh terhadap *Loyalitas***

<b>No.</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.	M. Faiq Aziz (2018)	Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel pengetahuan terhadap loyalitas dengan besar t hitung $2.046 > 1962$

		Unit Syariah Surakarta	maka pengetahuan berpengaruh terhadap loyalitas.
2.	Fahmy Suhartono (2017)	Pengaruh Pengetahuan, Kepuasan, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek Laptop Acer Di Surabaya	Dari hasil penelitian variabel pengetahuan berpengaruh terhadap loyalitas.

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Diduga terdapat Pengaruh antara Pengetahuan Zakat terhadap Loyalitas *Muzakki*.

## 2. Pengaruh Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas *muzakki*

Dalam meningkatkan loyalitas muzakki maka dengan adanya variabel kepercayaan bisa menjadi suatu faktor yang akan diberikan oleh muzakki, dikarenakan jika muzakki memberikan kepercayaan dalam ia melakukan pembayaran zakat disuatu lembaga resmi seperti halnya rumah zakat maka dengan begitu loyalitas muzakki sudah menjadi pilihan muzakki dikarenakan faktor kepercayaan muzakki kepada rumah zakat, kepercayaan sangat penting dalam mengukur loyalitas muzakki dengan pengaruh kepercayaan maka sangat memberikan loyalitas yang tinggi terhadap muzakki. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Arifah, Nurul Rahmawati dan Nurul Inayah dalam penelitiannya menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas *muzakki* berhubungan dengan variabel bebas yang terkait maka penelitian terdahulu mendukung bahwa pengaruh kepercayaan akan memberikan



suatu loyalitas terhadap *muzakki* semakin besar rasa kepercayaan yang ada pada dalam diri *muzakki* maka akan menimbulkan rasa loyalitas yang tinggi.

**Tabel 2.3**

**Ringkasan Penelitian Terdahulu Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Muzakki**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Siti Arifah (2019)	Pengaruh Pelayanan dan Trust (kepercayaan) terhadap Loyalitas Muzakki pada Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah	Berdasarkan hasil penelitian variabel kepercayaan menunjukkan bahwa adanya pengaruh dan signifikan dengan angka $0,0000 > 0,05$ terhadap loyalitas <i>muzakki</i> dengan demikian semakin besar rasa kepercayaan <i>muzakki</i> maka akan memberikan loyalitas kepada lembaga amil zakat resmi.
2.	Nurul Rahmawati (2018)	<i>Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Muzakki Di Baznas Mojokerto</i>	Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap loyalitas <i>muzakki</i>
3.	Nurul Inayah (2018)	Hubungan Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Badan Amil Zakat (Studi Kasus di Kecamatan Tegalsari Banyuwangi)	Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukan terdapat hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas dibuktikan bahwa variabel kepercayaan berhubungan dengan loyalitas secara parsial

			dan signifikansi.
--	--	--	-------------------

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Diduga terdapat Pengaruh antara Kepercayaan terhadap Loyalitas *Muzakki*.

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas *Muzakki*

Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat mencapai loyalitas sehingga menimbulkan loyalitas *muzakki* dalam membayarkan zakatnya melalui Badan Amil Zakat yang berkompeten. Lembaga Amil Zakat yang memahami *service quality* akan menjadikannya sebagai salah satu alat untuk mengukur peningkatan kapasitas lembaga yang akan memberikan loyalitas kepada *muzakki*. Bagi Badan Amil Zakat (BAZ) kualitas pelayanan menjadi pertimbangan para *muzakki* untuk menyalurkan dana mereka pada suatu BAZ dikarenakan kemudahan dalam menyalurkan dana merupakan hal penting bagi para *muzakki*. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada donator maka semakin baik pula tanggapan para *muzakki* untuk menyalurkan dana mereka ke lembaga zakat. hal ini didukung dengan adanya hasil penelitian yang dilakukan dari penelitian terdahulu maka variabel menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas karena semakin meningkatnya kualitas pelayanan pada suatu lembaga amil zakat akan memberikan loyalitas terhadap *muzakki* dalam membayar zakat pada lembaga tersebut.

**Tabel 2.4**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas *Muzakki***

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nurul Musqari (2018)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas melalui Variabel Kepuasan pada Lembaga Amil Zakat.	Dari penjelasan hasil penelitian bahwa menunjukkan pengaruh yang negatif dan tidak signifikan antara kualitas pelayanan terhadap

			loyalitas <i>muzakki</i> yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan tidak mempengaruhi tingkat loyalitas <i>muzakki</i> dalam menyalurkan zakat, infaq, dan shadaqahnya melalui BAZMA.
2.	Sutomo, Mukhammad Najib (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (Laz) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus Laz Pkpu Yogyakarta).	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas sehingga <i>muzakki</i> merasa loyal dengan tingkat pelayanan yang diberikan.
3.	Marte Lusiati (2011)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas <i>muzakki</i> secara positif dan signifikan.

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Diduga terdapat Pengaruh antara Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas *Muzakki*.

#### **4. Pengaruh Pengetahuan Zakat, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas *Muzakki***

Pengetahuan zakat adalah pengetahuan masyarakat tentang zakat, tujuan dan manfaat zakat, dampak yang akan diperoleh dari membayar zakat yang akan melahirkan budaya berzakat masyarakat sebagai suatu kewajiban yang harus ditunaikan. Pengetahuan masyarakat tentang zakat, dan kebiasaan yang harus

diperbaiki dalam membayar zakat yang banyak masyarakat lakukan dalam membayar zakat tidak pada Lembaga resmi membayar Zakat.

Kepercayaan menjadi sangat penting karena dua alasan. Alasan pertama karena hubungan jangka panjang dan setiap pihak harus mempunyai komitmen berdasarkan integritas dan keandalan. Alasan kedua, pada tahap konseptual klien harus mau membuka informasi yang bersifat rahasia dan berpengaruh terhadap perencanaan di masa depan dengan adanya suatu kepercayaan didalam diri masyarakat dalam membayar zakat maka akan memberikan dampak loyalitas dalam membayar zakat.

Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat mencapai loyalitas sehingga menimbulkan loyalitas *muzakki* dalam membayarkan zakatnya melalui Badan Amil Zakat yang berkompeten. Lembaga Amil Zakat yang memahami *service quality* akan menjadikannya sebagai salah satu alat untuk mengukur peningkatan kapasitas lembaga yang akan memberikan loyalitas kepada *muzakki*. Loyalitas tersebut merupakan bukti adanya kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Amil Zakat yang dapat memberikan dampak dalam penghimpunan zakat serta percepatan pengentasan kemiskinan.

Berdasarkan teori diatas dilakukan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

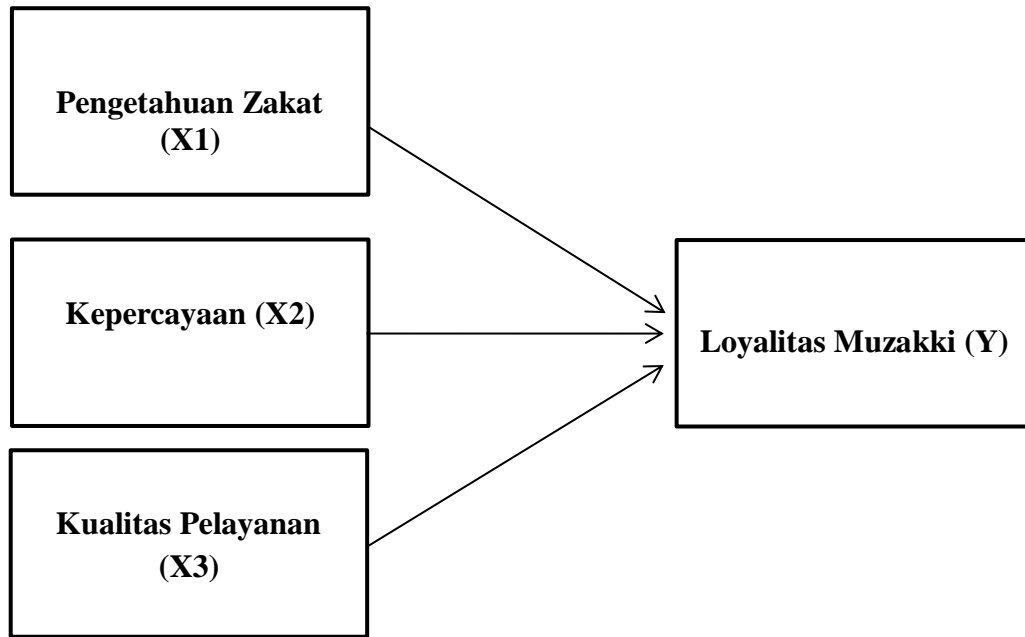
H4 : Diduga terdapat Pengaruh Pengetahuan Zakat, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas *Muzakki*.

#### **D. Kerangka Pemikiran**

Kerangka berpikir merupakan suatu model konseptual yang tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagaimana hal penting.<sup>38</sup> Maka kerangka pemikiran yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

---

<sup>38</sup> Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Research Development. Bandung:Alfabeta, 2007. Hlm.60



Gambar 2.1

Variabel bebas (X1, X2, X3) dijelaskan adalah variabel yang memengaruhi variabel terikat dengan penelitian ini variabel bebas yang digunakan ialah Pengetahuan Zakat, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan. Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan ialah Loyalitas *Muzakki*.