

Kepuasan *Muzakki* Terhadap Kualitas Pelayanan Zakat Pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kabupaten Kerinci

Hendrianto

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Curup, Bengkulu

E-mail: *hendrianto83@gmail.com*

Abstract

The muzakki satisfaction towards the service quality in BAZ (Badan Amil Zakat) is different each others. It is because of the complicated-factors. Based on that assumption, the research is focused to measure the muzakki utility towards the service quality of BAZ, Kerinci District. Applied the quantitative method, the study result a main finding in which the trend of muzakki utility toward BAZ service is good enough. But, in other cases, a part of them feels not enough in satistification. It can be proved from the tangible (CM) score ON 211.

Keywords: *Muzakki utility, Service, Quality, Satisfaction and Zakat Apparatus.*

Abstrak

Kepuasan *muzakki* terhadap kualitas pelayanan zakat di Badan Amil Zakat terdifferensiasi antara satu lembaga dengan lembaga lainya. Hal itu disebabkan oleh faktor yang kompleks. Berangkat dari asumsi ini, maka penelitian ini difokuskan untuk mengukur tingkat kepuasan *muzakki* terhadap kualitas pelayanan zakat di Badan Amil Zakat Kabupaten Kerinci. Dengan menerapkan pendekatan kuantitatif, dengan analisis multivariat, penelitian ini menemukan trend bahwa bahwa kepuasan *muzakki* terhadap kualitas pelayanan BAZ Kabupaten Kerinci sebagian sudah memuaskan, namun ada sebagian yang cukup memuaskan dan tidak memuaskan, seperti indikator tangible pakaian pegawai CM (211).

Kata Kunci: *Kepuasan Muzakki, Pelayanan, Kualitas, Kepuasan, Zakat, dan Amil Zakat.*

Pendahuluan

Zakat merupakan refleksi kepedulian terhadap sesama muslim dan menjadi ikatan sosial kemanusiaan, semua itu berpotensi dapat membangun persatuan di tengah umat. Oleh karena itu bagi setiap orang yang dikenakan kewajiban untuk mengeluarkan zakat, maka wajib atasnya untuk membayarkannya. Begitu juga hendaknya ada di antara manusia yang bergerak untuk mengumpulkan dan membagikannya sesuai aturan dalam Islam. Pengumpulan zakat ini juga telah dilaksanakan pada masa Rasulullah SAW. Beliau melibatkan petugas negara dalam mengumpulkan serta membagikan zakat. Hal ini lebih populer disebut dengan *al-Amil* atau amil zakat

Sampai saat ini, tidak sedikit muncul Badan Amil Zakat, baik yang berada ditingkat pusat, wilayah, daerah dan bahkan di tingkat desa, baik yang dibentuk oleh pemerintah maupun oleh organisasi sosial keagamaan lainnya, seperti Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, di Masjid-masjid dan lain-lain. Hal ini pertumbuhan dan perkembangan badan pengelolaan zakat tidak akan terlepas dari peranan seluruh pihak dalam mewujudkan. Salah satu unsur terpenting dalam pengembangannya di masa depan adalah dari masyarakat yang beragama Islam. Pada hakikatnya keberhasilan dalam mengembangkan Badan Amil Zakat sangat ditentukan oleh bagaimana *amil* dapat merebut hati masyarakat, sehingga peranan Badan Amil Zakat disebut sebagai *financial intermediary* (berjalan dengan baik).

Bagi *muzakki*, pelayanan yang tepat merupakan hal yang sangat penting. Kualitas pelayanan menjadi komponen pokok karena produk-produk utama Badan Amil Zakat yaitu kemampuan Badan Amil Zakat sangat dipengaruhi pesaingnya, seperti Dompot Dhuafa, PKPU, dan Mesjid, maka *muzakki* dalam dunia pemungutan zakat merupakan tonggak utama dalam kualitas pelayanan memperoleh dana zakat. Bila pelayanan itu tidak sesuai dengan kehendak syariah tentu ia akan merasa kecewa dan ia bisa pindah kelembaga lain.

Pada hakikatnya kepuasan *muzakki* berkaitan erat dengan kualitas pelayanan karena ia mampu memberikan suatu dorongan kepada *muzakki* untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pihak Badan Amil Zakat. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan Badan Amil Zakat untuk memahami dengan seksama harapan *muzakki* terhadap kualitas pelayanan. Penilaian kualitas pelayanan yang akan memenuhi tingkat kepentingan pelanggan, dikembangkan oleh Leonard L. Barry, A. Parasuraman dan Zeitha yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *empathy* (empaty), *asurance* (jaminan pelayanan/keamanan), *responsevenes* (bersikap tanggap), dan *reliability*

(dapat dipercaya).¹Berdasarkan survei awal yang telah peneliti lakukan ternyata *muzakki* pada tahun 2010-2012 banyak dari instansi-instansi pemerintah.

Demikian, disebabkan himbauan dari Bapak Bupati Kerinci H. Murasman M.M, pada saat pelantikan pengurus baru BAZ (Badan Amil Zakat) Kabupaten Kerinci priode 2010-2013 dalam arahannya menyampaikan tentang penyaluran zakat terhadap PNS harus diprioritaskan sehingga fakir miskin dapat memanfaatkan dana zakat dengan sebaiknya.² Perolehan zakat oleh BAZ (Badan Amil Zakat) Kabupaten Kerinci pada tahun 2010-2012 sebagai berikut:

Tabel 1.
Jumlah Perolehan Zakat Tahun 2010, 2011, dan 2012
Badan Amil Zakat Kabupaten Kerinci

No	Tahun	Sisa tahun sebelumnya	Jumlah dana zakat yang diperoleh	Total
1.	2010	Rp.435.380.649	Rp.683.291.441	Rp.1.118.672.089
2.	2011	Rp. 198.628.832	Rp.909.895.779	Rp.1.108.524.611
3.	2012	Rp.127.274.737	Rp.1.815.450.998	Rp. 1.942.725.735

Sumber: Rekapitulasi perolehan zakat BAZ Kabupaten Kerinci priode 2010-2012

Dari data di atas perlu dicermati bahwa perolehan dana zakat tidak terlalu signifikan terhadap pelayanan, karena masih banyak orang yang tidak membayar zakat ke BAZ Kabupaten Kerinci. Namun jika dilihat dari lima dimensi kualitas pelayanan, masih muncul beberapa pertanyaan. Apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi *muzakki* dan apakah hal ini telah mampu mendorong *muzakki* berkomitmen untuk berzakat di BAZ Kabupaten Kerinci pada waktu yang akan datang ?. Untuk menjawab tantangan itu peneliti ingin menelusuri lebih dalam lagi bagaimana pelayanan *muzakki* pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kabupaten Kerinci, dengan judul penelitian “Kepuasan *Muzakki* Terhadap Kualitas Pelayanan Zakat Pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kabupaten Kerinci” Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam peneliti ini berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana kepuasan *muzakki* terhadap kualitas pelayanan zakat BAZ Kabupaten Kerinci.

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar dalam penelitian nanti fokus pada pokok permasalahan, sehingga diharapkan tujuan penelitian

¹Parasuraman, *Karakteristik Layanan Jasa*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1998), 2

² <http://bazdakerinci.blogspot.com>. diambil tanggal 17 Mei 2014

nanti tidak menyimpang dari sasarannya. Ruang lingkup penelitian terbatas pada bagaimana pengaruh kualitas pelayanan. Sementara itu, untuk mengetahui kepuasan *muzzaki* terhadap pelayanan zakat BAZ Kabupaten Kerinci dan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada BAZ Kabupaten Kerinci.

Kepuasan Pelanggan

Kuswadi menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan perusahaan.³ Menurut Kuswadi ada dua indikator dalam mencermati kepuasan yaitu harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap yang diberikan perusahaan. Kotler menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya.⁴ Menurut Supranto, istilah kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.⁵ Contohnya bila seorang pelanggan tersenyum saat dilayani oleh karyawan bank dengan sopan dan ramah maka nasabah itu telah merasakan kepuasan terhadap pelayanan pihak bank.

Sedangkan menurut Amir, kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.⁶ Dalam menyikapi kepuasan pelanggan, Amir lebih menekankan kepada manfaat yang dirasakan dengan harapan dari pelanggan terhadap produk yang bersangkutan. Contohnya pelanggan selalu berhubungan dengan BAZ (Badan Amil Zakat) karena memenuhi kebutuhan dan harapannya. Dari berbagai pendapat yang dikemukakan oleh para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditujukan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas. Namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

³ Kuswadi, *Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Elek Media, 2004), 16

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), Edisi Millenium

⁵ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Asdi Mahastya, 2001), 44

⁶ M. Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, (Jakarta: Raja Grafindo), 13

Kualitas Layanan

Kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan. Persyaratan dalam hal ini yaitu kebutuhan atau harapan yang dinyatakan biasanya tersirat atau wajib.⁷ Sedangkan pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak dapat diraba yang terjadi sebagaimana akibat adanya interaksi adanya konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.⁸

Mengelola Kualitas

Pelayanan sangat penting diperhatikan dalam menghadapi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Karena hal tersebut merupakan salah satu syarat bagi kesuksesan perusahaan.⁹ Dalam penelitiannya, Parasuraman, dkk telah mengembangkan suatu alat ukur dari kualitas pelayanan, di dalamnya terdapat variabel dari kualitas layanan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pada tahun 1988, mereka membaginya menjadi lima, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kelima dimensi tersebut oleh peneliti dinyatakan dapat mewakili keseluruhan variabel yang telah dikonsepsi sebelumnya, yaitu:

- a. *Tangible* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan, serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya.¹⁰

Pada sebuah BAZ, *tangible* dapat dipengaruhi oleh kondisi bangunan yang baik dan kenyamanan ruangan BAZ akan memberikan rasa nyaman bagi pelanggan saat melakukan transaksi. Selain itu, penampilan karyawan BAZ yang baik dan sopan akan memberikan rasa dihargai bagi pelanggan yang dilayani serta kelengkapan, kecanggihan dan keakuratan peralatan dan teknologi yang digunakan dalam memberikan layanan akan memberikan kontribusi pada kecepatan dan ketepatan layanan.

⁷ Ratmino Danatik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 2

⁸ Ratmino Dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 2

⁹ Parasuraman, *Karakteristik Layanan*, (Jakarta: Gema Insani, 1988), 2

¹⁰ *Ibid.*, 23

Menurut Rusdarti, pengukuran tingkat kepuasan pelanggan pada *tangible* berdasarkan pada seberapa jauh tingkat kesesuaian pelanggan dengan fasilitas yang disediakan, seperti kesesuaian sarana parkir, interior ruangan, dan penampilan para petugas perusahaan.¹¹ Sedangkan menurut Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa memaparkan bahwa *tangibles* merupakan salah satu yang terpenting dari kualitas pelayanan karena pelanggan akan semakin nyaman dan puas apabila fasilitas fisik yang disediakan perusahaan semakin memadai.¹² Berdasarkan telaah teoritis di atas, dapat ditarik hipotesis: *Tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

- b. *Reliability* merupakan kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.¹³ Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Semakin handal (*reliable*) suatu perusahaan, maka dapat membuat pelanggan merasa puas akan kinerja perusahaan tersebut.

Suatu perusahaan dikatakan reliabel apabila karyawan tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau dapat dikatakan jika pelayanan pada pelanggan sesuai, kemampuan petugas karyawan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan baik. Para pelanggan biasanya sangat kritis dan sangat teliti terhadap masalah dana yang disimpannya di perusahaan. Jika terjadi kesalahan dalam penyampaian jasa pelayanan, mereka cenderung tidak akan mentolerir. Hal tersebut dapat memberikan persepsi negatif yang dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan telaah teoritis di atas, dapat ditarik hipotesis: *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

- c. *Responsiveness* Parasuraman menyatakan bahwa *responsiveness* merupakan suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.¹⁴ Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas dapat menyebabkan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan yang dapat menurunkan tingkat kepuasan. *Responsiveness*

¹¹ Rusdarti, *Kualitas Manajemen*, (Yogyakarta: Amilia Press, 2004), 12

¹² Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa, *Kepuasan Manajemen*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), 47

¹³ Parasuraman, *Op.Cit.*, 15

¹⁴ *Ibid.*, 15

menuntut karyawan untuk dapat cepat dan tanggap dalam pemberian layanan pada pelanggan, sigap dalam menangani keluhan para pelanggan, dan pemberian penjelasan yang cepat kepada pelanggan.

Seperti saat pelanggan memerlukan informasi, *customer service* memberikan informasi seperti yang diperlukan pelanggan dengan cepat dan sigap dan mailing transaksi slip dengan segera. Hasan dalam penelitiannya memaparkan bahwa *responsiveness* dapat diukur dari lama antrian, kecepatan pelayanan, tanggapan karyawan akan kebutuhan pelanggan.¹⁵ Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan telaah teoritis di atas, dapat ditarik hipotesis: *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

- d. *Assurance* merupakan pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.¹⁶ Dalam *assurance* terdapat beberapa komponen yang meliputi komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). *Assurance* diukur berdasarkan tingkat keterampilan dan keramahan para karyawan.¹⁷ Hal ini berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, sehingga pelanggan memiliki kepercayaan dan rasa aman saat melakukan transaksi. Pengetahuan dalam memberikan layanan juga sangat diperlukan, sehingga karyawan harus menguasai betul posisi kerja yang dijalankan. Karena hal tersebut akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan pada perusahaan. Sedangkan menurut Hasan, *assurance* diukur berdasarkan pengetahuan karyawan akan produk, keramahan karyawan, rasa aman dan percaya menggunakan jasa perusahaan.¹⁸ Berdasarkan telaah teoritis di atas, dapat ditarik hipotesis: *Assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- e. *Empathy* berarti memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.¹⁹ Ini berarti perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami

¹⁵ Hasan, *Pengaruh Kualitas Jasa Bank Terhadap Kepuasan Nasabah*, (Semarang: Eksedia, 2006), 26

¹⁶ Parasuraman, *Op. Cit.*, 15-16

¹⁷ Rusdarti, *Pelayanan Jasa*, (Jakarta: Grafindo, 2004), 19

¹⁸ Hasan, *Op. Cit.*, 27

¹⁹ Parasurama., *OP.Cit.*, 17

kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. *Empathy* lebih mengacu pada perhatian atau kepedulian karyawan kepada pelanggan, misalkan ketika pelanggan ingin menemui karyawan senior, kemudahan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan, yang berkaitan dengan banyaknya *outlet*, kemudahan mendapatkan informasi melalui telepon kepedulian karyawan terhadap masalah yang dihadapi pelanggan dan memelihara hubungan baik yang telah dibangun dengan pelanggan serta komunikasi yang baik dan jelas. Dengan pemberian perhatian yang tulus dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan, dapat menimbulkan persepsi positif di mata pelanggan yang dapat dipastikan hal tersebut akan membuat pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan telaah teoritis di atas, dapat ditarik hipotesis: *Empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*feld research*) yang bersifat kuantitatif, dengan metode deskriptif kuantitatif, yaitu memberikan predikat sesuai dengan kondisi yang ada terhadap kepuasan *muzakki* pada BAZ Kabupaten Kerinci. data penelitian digolongkan sebagai data primer dan skunder. Sumber data primer Dalam penelitian ini informasi yang diperoleh dari *muzakki* di BAZ Kabupaten Kerinci. Sedangkan sumber data skunder diperoleh dari Ketua BAZ, karyawan, arsip, dan dokumen yang terdapat pada BAZ Kabupaten Kerinci.

Teknik pengumpulan data merupakan cara digunakan peneliti untuk menghimpun keterangan-keterangan atau data-data yang diperoleh di lapangan. Untuk itu peneliti menggunakan berbagai pendekatan supaya mendapatkan hasil yang memuaskan dengan cara sebagai berikut: Kuesioner, Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan dan kepercayaan *muzakki* di BAZ (Badan Amil Zakat) Kabupaten Kerinci. Observasi, untuk mengamati secara langsung tentang kualitas pelayanan BAZ Kabupaten kerinci. Dokumentasi, pada penelitian ini berupa dokumen pada Badan Amil Zakat Kabupaten Kerinci seperti data tentang *muzakki*, dana zakat yang terkumpul, dan zakat yang didistribusikan.

Penelitian ini yang menjadikan populasi adalah semua *muzakki* di BAZ (Badan Amil Zakat) Kabupaten Kerinci yang berjumlah 1.541. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *porposive sampling* adalah para *muzakki* yang mudah ditemui dan diakses. Penentuan rumus sampel ditentukan dengan rumus solvin. Karena jumlah respondennya sudah

diketahui.²⁰ Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 314 orang Teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman, yaitu Reduksi Data, Display Data dan Analisis dan Evaluasi Data.

Menakar Kepuasan *Muzakki* terhadap Pelayanan BAZ

Tanggapan responden terhadap kepuasan kualitas pelayanan yang dijelaskan melalui lima indikator yaitu: *tangible* (fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (simpati)

Kepuasan Fisik (Tangible)

1) Kebersihan, Kerapian, dan Kenyamanan Ruangan

Muzakki menemukan kesesuaian pada kinerja pelayanan BAZ dan tingkat kenyamanan *muzakki* terhadap kebersihan dan kerapian BAZ Kabupaten Kerinci, sehingga dapat memuaskan *muzakki* sesuai dengan fakta lapangan menunjukkan bahwasanya area kantor bersih, karena didukung dengan fasilitas tong sampah dan inisiatif para staf menjaga kebersihan BAZ Kabupaten Kerinci. Sebagaimana tanggapan oleh beberapa orang *muzakki*, yaitu:

Tabel 2.

Taggapan Responden Tentang Kebersihan, Kerapian dan Kenyamanan

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	299	95.2
5.	SM	15	4.8
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah, 2014

Secara garis besar kebersihan BAZ Kabupaten Kerinci sudah memadai yaitu 95,2%.

2) Fasilitas Mudah Dijangkau

Sesuatu yang berkaitan dengan kemudahan bekerja sama dengan BAZ Kabupaten Kerinci adalah mudahnya akses ke kantor BAZ Kabupaten Kerinci tersebut, yaitu terletak dipusat kota Sungai Penuh, disamping itu juga, kantor BAZ Kabupaten Kerinci terletak di sekitar kantor-kantor Pemerintah Daerah lainnya. Sebagaimana hasil questioner oleh beberapa *muzakki*, yaitu:

²⁰ Bambang prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: garfindo persada, 2007), 137.

Tabel 3.

Taggapan Responden Tentang Kediaman BAZ Kabupaten Kerinci

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	30	9.5
4.	M	261	83.1
5.	SM	23	7.3
Jumlah		314	100

Sumber: Data olahan 2014

Jika diakumulasikan maka yang memuaskan secara garis besar letak kantor BAZ Kabupaten Kerinci sudah memadai yaitu 83,1%.

3) Sarana dan Prasarana

Menurut responden sarana prasarana di BAZ Kabupaten Kerinci sudah memadai dalam kegiatan operasionalnya. Sebagaimana hasil questioner dengan *muzzaki*, yaitu:

Tabel 4.

Taggapan Responden Tentang Ketersediaan Perlengkapan Kerja Petugas

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	299	95.2
5.	SM	15	4.8
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2014

Jika diakumulasikan maka yang memuaskan secara garis besar perlengkapan kerja petugas BAZ Kabupaten Kerinci sudah memadai yaitu 95,2%.

4) Karyawan BAZ Kabupaten Kerinci berpakaian rapi

Berpakaian secara Islami merupakan ciri khas kaum muslim begitu juga dengan karyawan BAZ Kabupaten Kerinci. Sudah seharusnya karyawan BAZ Kabupaten Kerinci berpakaian Islami, karena kegiatan perzakatan

sangat erat kaitannya dengan hal-hal yang bernuansa Islami, serta zakat itu sendiri merupakan aturan syariah dalam Islam. Karyawan BAZ Kabupaten Kerinci berpakaian rapi dan Islami serta seragam. Sebagaimana hasil kuesioner, yaitu:

Tabel 5.

Taggapan Responden Tentang Petugas Berpakaian Rapi dan Islami

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	9	2.9
3.	CM	211	67.2
4.	M	94	29.9
5.	SM	0	
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah, 2014

Jika diakumulasikan maka yang memuaskan secara garis besar bahwa petugas BAZ sudah memakai pakaian rapi dan Islami yaitu 67,2%.

5) Lapangan Parkir

Fasilitas fisik seperti parkir merupakan faktor pendukung penting sebuah kantor seperti BAZ Kabupaten Kerinci, akan tetapi fasilitas parkir di BAZ Kabupaten Kerinci belum memadai. Sebagaimana hasil Kuesioner.

Tabel 6.

Taggapan Responden Tentang Ketersediaan Lapangan Parkir

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	249	93.6
2.	KM	44	14
3.	CM	21	6.7
4.	M	0	0
5.	SM	0	0
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan semuanya. maka yang tidak memuaskan secara garis besar tidak memadai yaitu 93,6%.

Kepuasan *Reliability* (Kehandalan)

1) Kecepatan dan Kemudahan Pelayanan

Muzakki BAZ Kabupaten Kerinci mendapatkan pelayanan yang mudah dan cepat dan *muzakki* tidak terasa bosan selama bekerja sama dengan BAZ Kabupaten Kerinci, sebagaimana hasil kuesioner berikut:

Tabel 7.

Taggapan Responden Tentang Kecepatan dan Kemudahan Layanan

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	9	2.9
4.	M	290	92.3
5.	SM	15	4.8
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan, maka yang memuaskan secara garis besar bahwa kecepatan dan kemudahan layanan BAZ Kabupaten Kerinci sudah memadai yaitu 92,3%.

2) Kesesuaian Pelaksanaan Pelayanan Jadwal Jam Kerja

Jadwal jam kerja yang disesuaikan untuk pelayanan BAZ sangat diutamakan dikarenakan jadwal jam kerja merupakan faktor pendukung jasa tepat waktu, begitu juga dengan BAZ Kabupaten Kerinci mereka telah menyiapkan jadwal waktu yang tepat untuk pelayanan *muzakki*, sebagaimana penjelasan dari hasil kuesioner dengan *muzakki*, yaitu

Tabel 8.

Taggapan Responden Tentang Kesesuaian Jadwal Jam Kerja Petugas BAZ Kabupaten Kerinci

	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	210	66.9
5.	SM	104	33.1
Jumlah		314	100

Sumber: Data olahan 2014

Dari persentase tersebut diperoleh bahwa secara garis besar perlengkapan kerja petugas BAZ sudah memadai yaitu 66,9%.

3) Akses Layanan

Akses layanan terhadap *muzakki*, pihak BAZ Kabupaten Kerinci melakukan dua proses yaitu, *Pertama*, akses melalui BAZ Kabupaten Kerinci langsung dan *Kedua*, akses layanan *muzakki* bisa langsung mentransfer zakatnya melalui rekening BAZ Kabupaten Kerinci (0301000022). Sebagaimana hasil kusioner, sebagai berikut:

Tabel 9.

Taggapan Responden Tentang Ketersediaan Akses Layanan

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	15	4.8
3.	CM	201	64
4.	M	98	31.2
5.	SM	0	0
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan, maka yang cukup memuaskan secara garis besar akses layanan BAZ Kabupaten Kerinci sudah memadai yaitu 64 %.

4) Prosedur Layanan Tidak Berbelit-belit

Tata cara pelayanan BAZ Kabupaten Kerinci diselenggarakan secara mudah, lancar, cepat, tepat, dan mudah dipahami. Sebagaimana isi kuesioner di berikan oleh *muzakki*, yaitu:

Tabel 10

Taggapan Responden Tentang Proses Layanan Tidak Berbelit-Belit

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	10	3.2
4.	M	289	92
5.	SM	15	4.8
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan, maka yang memuaskan secara garis besar proses layanan tidak berbelit-belit, hal ini sudah memadai yaitu 92%.

Ketanggapan (*Responsiveness*)

1) Kelengkapan Informasi

Kelengkapan informasi oleh BAZ Kabupaten Kerinci pada dasarnya tidak semua *muzakki* tahu. Walaupun BAZ Kabupaten Kerinci telah memberikan penjelasan atau pengumuman di mading. Sebagaimana hasil kuesioner dari *muzakki*, yaitu:

Tabel 11

Taggapan Responden Tentang Kelengkapan Informasi

N o.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	298	94.9
5.	SM	16	5.1

Jumlah	314	100
---------------	-----	-----

Sumber: Data olahan 2014

Jika diakumulasikan, maka yang memuaskan secara garis besar kelengkapan informasi BAZ Kabupaten Kerinci sudah memadai yaitu 94,9%.

2) Menyelesaikan Kebutuhan *Muzakki* Sesuai Dengan *Syari'ah*

Pendistribusian yang dilakukan oleh BAZ Kabupaten Kerinci sudah sesuai dengan *asnaf* yang delapan, namun *muzakki* masih ragu tentang pendistribusian yang ada di BAZ Kabupaten Kerinci. Sebagaimana yang dijelaskan kuesioner dari *muzakki*, yaitu:

Tabel 12

Taggapan Responden Tentang Menyelesaikan Kebutuhan *Muzakki*

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	99	31.5
4.	M	200	63.7
5.	SM	15	4.8
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan pernyataan yang cukup memuaskan, memuaskan dan sangat memuaskan maka yang memuaskan secara garis besar sudah memadai yaitu 63,7%.

3) Pemahaman Karyawan Terhadap *Mustahiq*

Karyawan BAZ Kabupaten Kerinci cepat dan tanggap melaksanakan tugasnya di saat *mustahiq* sangat membutuhkan terutama di saat sakit parah dan bencana alam seperti kebakaran dan banjir.

Tabel 13Taggapan Tentang Pemahaman Karyawan Terhadap *Mustabiq*

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	299	95.2
5.	SM	15	4.8
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan, maka yang memuaskan secara garis besar perlengkapan kerja petugas BAZ sudah memadai yaitu 95,2%.

4) Sikap Pelayanan

Setiap kedatangan *muzakki* ke BAZ Kabupaten Kerinci, karyawan berupaya memberitahu manfaat zakat dan tujuan zakat digunakan dengan cara menyiapkan mading untuk dituliskan kelompok dan orang yang telah menerima zakat dari BAZ Kabupaten Kerinci. Sebagaimana hasil questioner.

Tabel 14

Taggapan Responden Tentang Sikap Pelayanan

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	301	95.8
5.	SM	14	4.4
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan, maka yang memuaskan secara garis besar sikap pelayanan karyawan BAZ Kabupaten Kerinci sudah memadai yaitu 95,8%.

Assurance (Jaminan)

1) Perasaan Aman Bekerjasama Dengan Karyawan BAZ Kabupaten Kerinci

Sejauh yang diketahui responden, pihak BAZ Kabupaten Kerinci menginformasikan mengenai pendistribusian zakat kepada *muzakki* adalah secara jujur dan apa adanya. Sebagaimana hasil kuesioner, yaitu:

Tabel 15

Taggapan Responden Tentang Perasaan Aman Berkerjasama Dengan Karyawan BAZ Kabupaten Kerinci

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	289	92
5.	SM	25	8
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan, maka yang memuaskan secara garis besar 92%.

2) Penjelasan Kegunaan Zakat (Komunikasi)

Memberikan wawasan (*know how*) yang benar dan memadai tentang zakat, infaq dan shadaqoh, di segi kedudukan dalam ajaran Islam bila perlu. Bila *muzakki* ingin mengetahui kedudukan zakat secara jelas melalui BAZ Kabupaten Kerinci, pihak karyawan memenuhi keinginan *muzakki* supaya komunikasi antara *muzakki* dengan karyawan BAZ berjalan dengan baik sebagaimana penjelasan kuesiner.

Tabel 16

Taggapan Responden Tentang Penjelasan Kegunaan Zakat (Komunikasi)

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0

4.	M	220	70
5.	SM	94	30
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan, maka yang memuaskan secara garis besar sudah memadai yaitu 70 %.

3) Karyawan Berpengetahuan dan Berketerampilan

Ditemukan kesesuaian penilaian *muzakki* pada kinerja pelayanan BAZ Kabupaten Kerinci terhadap kepentingan *muzakki*.

Tabel 17

Taggapan Responden Tentang Karyawan Berpengetahuan dan Berketerampilan

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	15	4.8
4.	M	209	66.6
5.	SM	90	28.7
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan, maka yang memuaskan secara garis besar yaitu 66,6%.

4) Karyawan Mampu Membuat *Muzakki* Mempercayai Mereka

Pihak BAZ Kabupaten Kerinci mampu memberikan keyakinan kepada *muzakki* untuk selalu mempercayai mereka dalam hal pendistribusian zakat, yaitu dengan cara memberikan penjelasan-penjelasan yang masuk akal bagi *muzakki* sehingga *muzakki* bisa yakin dan mempercayai karyawan-karyawan BAZ Kabupaten Kerinci.

Tabel 18

Taggapan Responden Tentang Kemampuan *Muzakki* Dalam Melaksanakan Tugas yang Baik

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	98	31.2
4.	M	201	64
5.	SM	15	4.8
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan, maka yang memuaskan secara garis besar perlengkapan kerja petugas BAZ sudah memadai yaitu 64%.

Kepuasan Terhadap *Empathy* (Empati)

1) Perhatian Terhadap *Muzakki*

Pepatah mengatakan “*tamu adalah raja*”, karyawan BAZ Kabupaten Kerinci sependapat dengan pepatah tersebut, sehingga menerapkannya dalam pelayanan terhadap *muzakki*. Sebagaimana penjelasan dari *muzakki*, yaitu:

Tabel 19

Taggapan *Muzakki* Tentang Perhatian Terhadap *Muzakki*

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	213	67.9
5.	SM	101	32.1
Jumlah		314	100

Sumber: data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan, maka yang memuaskan secara garis besar yaitu 95,2%.

2) Karyawan BAZ Kabupaten Kerinci Memahami Kebutuhan *Muzakki*

Muzakki berkeinginan zakatnya didistribusikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya, dan BAZ Kabupaten Kerinci telah mampu untuk memenuhi keinginan *muzakkinya*. Sebagaimana dijelaskan oleh *muzakki*, yaitu:

Tabel 20

Taggapan *Muzakki* Tentang Karyawan Memahami Kebutuhan *Muzakki*

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	293	93.3
5.	SM	21	6.7
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan pernyataan yang memuaskan dengan sangat memuaskan maka yang memuaskan secara garis besar memadai yaitu 93,3%.

3) BAZ Kabupaten Kerinci Memberlakukan *Muzakki* Sebagai Individu

BAZ Kabupaten Kerinci selalu mengutamakan sikap sopan terhadap *muzakki*. *Muzakki* itu adalah tamu, maka tamu harus di perlakukan dengan baik, sopan, dan manusawi.

Tabel 21

Taggapan Responden Tentang Karyawan Memberlakukan *Muzakki* Sebagai Individu

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	292	93
5.	SM	22	7
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan maka yang memuaskan secara garis besar perlengkapan kerja petugas BAZ sudah memadai yaitu 93%.

4) Kenyamanan Dalam Berpendapat

Kenyamanan dalam berpendapat yang dilakukan oleh BAZ Kabupaten Kerinci sangat perlu dilakukan. Hal ini membuat *muzakki* dengan karyawan lebih nyaman dan transparansi dalam berpendapat. Sebagaimana dijelaskan oleh *muzakki*, yaitu:

Tabel 22

Taggapan *Muzakki* Tentang Kenyamanan Dalam Berpendapat

No.	Tanggapan	Frequency	Percent (%)
1.	TM	0	0
2.	KM	0	0
3.	CM	0	0
4.	M	217	69.1
5.	SM	97	30.9
Jumlah		314	100

Sumber: Data primer diolah 2014

Jika diakumulasikan pernyataan yang memuaskan dengan sangat memuaskan maka yang memuaskan secara garis besar yaitu 95,2%.

Penutup

Setelah peneliti menganalisis dan mengevaluasi data-data yang didapatkan dari lapangan penelitian BAZ Kabupaten Kerinci, peneliti menghasilkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan dengan nilai *frequency* (F) (1) *Tangimble*, Kebersihan, Kerapian, dan Kenyamanan Ruangan M (F.299), fasilitas yang terjangkau M (F. 261) Sarana dan Prasarana M (F.299), pakaian pegawai CM (211), lapangan parkir TM (F.249). (2) *Realibility*, Kecepatan dan Kemudahan Pelayanan M (F.290), Kesesuaian Pelaksanaan Pelayanan Jadwal Jam Kerja M (F.210), Akses Layanan CM (F.210), Prosedur Layanan Tidak Berbelit-belit M (F.289). (3) *Responsiveness*, kelengkapan informasi M (F.298), penyelesaian kebutuhan M (F.200), pemahaman karyawan terhadap *mustabiq* M (F.299), sikap pelayanan M (F.301). (4) *Assorance*, perswaan aman kerja sama M (F.289), penjelasan penggunaan zakat (komunikasi) M (F. 220), karyawan

berpengetahuan dan berketrampilan M (F.209), karyawan mampu membuat *muzakki* mempercainya M (F.201). (5) *Empathy*, perhatian terhadap *muzakki* M (F.213), karyawan memahami kebutuhan *muzakki* M (F.293), karyawan baz memberlakukan *muzakki* sebagai individu M (F.292), kenyamanan dalam berpendapat M (F.217). dari data kuesioner terhadap *frekuensi* (F) sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan *muzakki* terhadap kualitas pelayanan BAZ Kabupaten Kerinci sebagian sudah memuaskan, namun ada sebagian yang cukup memuaskan dan tidak memuaskan, seperti indikator *tangible* pakaian pegawai CM (F.211), lapangan parkir TM (F.249).

Secara umum dari kualitas pelayanan baz kabupaten kerinci sudah memuaskan dalam hal ini ada sebagian kecil perlu di tingkatkan, seperti: *Pertama*, harus ditingkatkan perhatian terhadap pakaian karyawan BAZ Kabupaten Kerinci, karena dalam hal ini banyak karyawan yang belum berpakaian syari'i, berdasarkan nilai kuesiner berjumlah tertinggi Cukup Memuaskan (CM) F.211. *Kedua*, pelayanan untuk parkir kendaraan belum di edikan sehingga penilaian tertinggi yang diberikan oleh *muzakki* Tidak Memuaskan (TM) F.2.49. ■

Daftar Pustaka:

- Pasal 1 Angka 5 UU Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.
pasal1 Angka 5 UU Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.
- Abdul Malik Ar Rahman, Syaikh Muhammad, 2003, *1001 Masalah Dan Solusinya*, Jakarta: Pustaka Cerdas Zakat.
- Abu Bakar, Muhammad, 1991, *Terjemah Sabulussalam Jilid II*, Surabaya: al-Iklas.
- Al-Qardhawi, Yusuf, 1993, *al- Ibadah fi Al-Islam*, Muassah Risalah, Beirut
- Amir , M. Taufik, 2005, *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, (Jakrta: Raja Grafindo.
- Bariadi, Lali dkk, 2005, *Zakat dan Wirausaba*, (Jakarta: Centere Of Entrepreneurship Development.
- Departemen Agama, 2002, *Pedoman Zakat Seri 9*, Jakarta: Proyek Peningkaan Zakat dan Wakaf.
- Hasan, 2006, *Pengaruh Kualitas Jasa Bank Terhadap Kepuasan Nasabah*, Semarang: Eksedia.
- Kasim, M. Uda 2005, *Zakat Teori, Kutipan dan Tagihan*, Kuala Lumpur: Utusan Publication and Distributors.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kuswadi, 2004, *Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Elek Media.
- Nata, Abdul , dkk, 1999, *Mengenal Hukum Zakat Dan Infak Sadaqoh*, Jakarta: BAZIS DKI
- Nasution, Lahmudin, 1998, *Fiqih 1*, Bandung: Jaya Baru.
- Parasuraman, 1998, *Karakteristik Layanan Jasa*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, 2007, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: garfindo persada.
- Winarsih, Ratmino, Danatik Septi, 2005, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelaja.

- Yuliarmi, Ni Nyoman dan Putu Riyasa, 2007, *Kepuasan Manajemen*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Qadir, Abdurrahman, 1998 *Zakat Dalam Dimensi Mahdbah dan Sosial*, Jakarta :Raja Grafindo Persada.
- Rifa'i, M dkk, 1991, *Kifayatul Akhyar (Terj)*, Surabaya: Bina Ilmu.
- Rusdarti, 2004, *Kualitas Manajemen*, Yogyakarta: Amilia Press.
- Rusdarti, 2004, *Pelayanan Jasa*, Jakarta: Grafindo.
- Sabiq, Said, 1997, *Fiqih as-Sunnah 3 (terj)*, Bandung: al-Ma'arif.
- Supranto, J., 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Asdi Mahastya
- <http://bazedakerinci.blogspot.com> diambil tanggal 17 Mei 2014.