

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zakat adalah salah satu rukun Islam yang harus dilakukan oleh setiap muslim yang mampu. Umat Islam diminta untuk menyisihkan sebagian hartanya untuk diberikan kepada delapan asnaf yang berhak menerimanya. Zakat juga dimaksudkan sebagai bentuk ibadah untuk menyucikan jiwa dan harta benda, serta sebagai bentuk ketaatan total terhadap perintah Allah SWT. (Kumalasari et al., 2024). Selain zakat, infak dan sedekah juga ibadah yang sangat dianjurkan dalam Islam. Oleh karena itu, diharapkan bahwa pengeluaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yang dilakukan oleh muzakki akan membantu mengurangi beban finansial yang ditanggung mustahik serta mengurangi disparitas sosial di masyarakat.

Zakat dapat digunakan secara strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi bangsa. Indonesia memiliki potensi besar untuk menyebarkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) karena memiliki populasi Muslim terbesar di dunia dengan 244,41 juta orang. (Muin, 2020) Proses pengumpulan ZIS di lapangan masih belum mencapai titik optimal, meskipun ada potensi besar. Sebagai contoh, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) mencatat bahwa pengumpulan ZIS nasional pada tahun 2025 mencapai Rp44,698 triliun, yang masih sangat kecil dibandingkan dengan total potensi zakat Indonesia yang diperkirakan mencapai Rp327 triliun. Dengan demikian, penyerapan ZIS nasional pada tahun 2025 baru akan mencakup sekitar 13,67% dari total potensi zakat yang ada. (*LAPORAN PENGELOLAAN ZAKAT NASIONAL AKHIR TAHUN 2025*, 2025)

Salah satu faktor yang masih memengaruhi optimalisasi penyerapan zakat adalah kecenderungan sebagian masyarakat untuk menyalurkan ZIS secara langsung kepada penerima manfaat daripada melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ) atau Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). (Darwis et al., 2024) Pada tahun 2025, BAZNAS mencatat target pengumpulan ZIS Ramadhan bersama BAZNAS daerah dan LAZ sebesar Rp9,1 triliun, dan penyaluran ZIS-DSKL hingga semester I 2025 mencapai Rp26,15 triliun. Data menunjukkan bahwa lembaga resmi masih memainkan peran yang sangat penting dalam memastikan bahwa pengumpulan dan penyaluran zakat lebih terarah, transparan, dan tepat sasaran.

Keputusan muzakki untuk membayar ZIS melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ) merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan individu atau kelompok dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa yang melibatkan proses pengambilan Keputusan. (Nabilah & Galuh, 2023). Oleh karena itu, keputusan muzakki untuk memberikan ZIS melalui lembaga dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga tersebut.

Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi pilihan pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan mencerminkan kemampuan suatu organisasi untuk secara konsisten memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya. (Nurhadi & Darmawan, 2022). Layanan yang baik akan membuat menyalurkan ZIS lebih mudah, nyaman, dan aman bagi muzakki. Sebaliknya, layanan yang buruk dapat menurunkan minat muzakki untuk menggunakan layanan lembaga tersebut. Ini sejalan dengan penelitian (Agus, 2024), yang menunjukkan bahwa ting-

kat layanan yang baik memengaruhi pilihan pelanggan untuk menggunakan layanan organisasi.

Kepuasan muzakki bergantung pada kualitas layanan yang baik. Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki dikenal sebagai kepuasan konsumen (Haryadi et al., 2023). Ketika layanan sesuai atau melebihi ekspektasi, muzakki akan merasa puas; sebaliknya, jika layanan tidak sesuai harapan, muzakki akan merasa tidak puas. Oleh karena itu, kualitas layanan sangat penting untuk tingkat kepuasan muzakki.

Kepuasan muzakki selanjutnya akan berdampak pada terbentuknya loyalitas. Loyalitas konsumen merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk tetap menggunakan produk atau jasa di masa mendatang meskipun terdapat berbagai alternatif pilihan (Mahdar, 2020). Dalam konteks ini, loyalitas muzakki dapat dilihat dari kecenderungan untuk membayar ZIS secara berulang melalui lembaga yang sama serta merekomendasikannya kepada orang lain. Muzakki yang merasa puas atas layanan yang diberikan akan cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi terhadap lembaga tersebut.

Sudarso et al., (2023) Menjelaskan Kualitas layanan tidak hanya memberikan dampak secara langsung terhadap loyalitas muzakki, tetapi juga berperan penting dalam memengaruhi loyalitas melalui mekanisme kepuasan sebagai variabel intervening. Layanan yang berkualitas tinggi cenderung memenuhi atau bahkan melampaui harapan muzakki, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka secara signifikan. Kepuasan ini, pada gilirannya, menjadi pendorong utama yang memperkuat ikatan emosional dan komitmen muzakki, yang akhirnya

membentuk loyalitas jangka Panjang (Citra permatasari & Huda, 2024). Fenomena ini mencerminkan dinamika hubungan kausal tidak langsung, di mana kepuasan berfungsi sebagai jembatan penghubung yang krusial antara input layanan dan output loyalitas. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Winasih dan Hakim (2021), yang secara empiris menyatakan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.

Namun demikian, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan temuan terkait pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Beberapa penelitian menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, sehingga semakin baik layanan yang diberikan maka semakin tinggi loyalitas yang terbentuk. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu signifikan secara langsung, melainkan harus melalui kepuasan sebagai variabel mediasi (Sударso et al., 2023). Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya research gap yang menandakan bahwa hubungan antar variabel masih belum konsisten, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Berdasarkan fenomena empiris dan celah penelitian yang ditemukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting yang secara signifikan memengaruhi kepuasan dan kesetiaan muzakki selama proses pembayaran Zakat, Infak, dan Shadaqah (ZIS) melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ). Oleh karena itu, penelitian ini dirancang secara khusus untuk mengevaluasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan kesetiaan muzakki. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan

Muzakki yang membayarkan ZIS di Kantor Layanan LAZISMU Ponorogo adalah objek penelitian ini. LAZISMU adalah salah satu lembaga amil zakat (LAZ) di Indonesia yang berfokus pada meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan dan pendayagunaan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara profesional. Saat ini, Kantor Layanan LAZISMU tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk di Kabupaten Ponorogo, sehingga masyarakat dapat menyalurkan ZIS melalui lembaga resmi.

Pemilihan objek penelitian ini didasari oleh observasi bahwa Kantor Layanan LAZISMU Ponorogo termasuk lembaga amil zakat yang paling aktif dan pesat berkembang di Kabupaten Ponorogo, ditandai dengan loyalitas muzakki yang relatif tinggi. Hal ini tercermin dari tren peningkatan jumlah muzakki yang menyalurkan ZIS melalui lembaga tersebut secara bertahap. Di samping itu, LAZISMU Ponorogo secara konsisten berinovasi untuk meningkatkan kualitas layanannya bagi muzakki, sehingga layak untuk dikaji lebih mendalam. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi strategi pengembangan kualitas layanan di LAZ lain, terutama di wilayah Kabupaten Ponorogo.



Gambar 1 Grafik Donatur baru

Grafik tersebut menggambarkan bahwa jumlah penambahan muzakki baru di LAZISMU Ponorogo terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Namun, besaran penambahan tersebut tidak selalu sama atau tetap stabil antar tahun. Pada beberapa tahun, terjadi peningkatan yang cukup signifikan, sementara pada tahun lain, kenaikannya lebih rendah. Variasi dalam jumlah penambahan ini menandakan bahwa minat dan keterlibatan masyarakat dalam menyalurkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) dipengaruhi oleh beragam faktor, seperti kondisi ekonomi, tingkat pendapatan masyarakat, serta situasi sosial yang berlangsung pada periode tersebut.

Walaupun jumlah pertambahannya mengalami fluktuasi dan perbedaan yang cukup jauh antar tahun, secara umum grafik tersebut tetap menunjukkan adanya penambahan muzakki baru setiap tahunnya. Hal ini menandakan bahwa LAZISMU Ponorogo tetap mampu mempertahankan kepercayaan masyarakat dalam pengelolaan dana ZIS. Selain itu, peningkatan jumlah muzakki baru juga mencerminkan bahwa program, pelayanan, dan sosialisasi yang dilakukan LAZISMU Ponorogo terus memberikan dampak positif sehingga mampu menarik masyarakat untuk menjadi muzakki

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dikaji, ditemukan adanya perbedaan hasil penelitian (research gap) terkait hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Nurcahya (2021) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil

serupa juga ditemukan oleh Sari dan Rahmawati (2023) dalam penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Tokopedia) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia. Selain itu, Dewi dan Seminari (2019) melalui penelitian Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Honda Denpasar Agung membuktikan bahwa kepuasan pelanggan mampu menjadi variabel mediasi antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Penelitian lain oleh Wijaya dan Kurniawan (2020) juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya empirical gap, yaitu adanya bukti empiris yang memperkuat peran kepuasan sebagai variabel mediasi.

Namun demikian, terdapat hasil penelitian yang menunjukkan perbedaan. Penelitian Pratama dan Setiawan (2023) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian Susanto dan Hidayat (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berhasil menjadi mediator antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen sehingga menghasilkan theoretical gap. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas

masih belum menunjukkan konsistensi pada berbagai objek dan konteks penelitian, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antarvariabel tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan hasil penelitian yang disampaikan oleh satu peneliti dengan peneliti lainnya (Emperical Gap), oleh karena itu peneliti berpendapat bahwa perlu adanya penelitian baru mengenai topik tersebut untuk membuktikan temuan fenomena yang ada.

Loyalitas muzakki yang membayar ZIS kepada Lazismu Ponorogo dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan melalui kepuasan muzakki. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas muzakki dalam membayar zakat dengan kepuasan muzakki sebagai variabel intervening. Kontribusi yang ditawarkan dalam penelitian ini berupa hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Lazismu Ponorogo maupun Lembaga Amil Zakat (LAZ) lainnya dalam upaya meningkatkan loyalitas muzakki melalui peningkatan kualitas layanan dan kepuasan muzakki, serta sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas muzakki.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Permasalahan tersebut muncul dari fenomena dan kondisi yang melatarbelakangi penelitian sehingga perlu dikaji lebih lanjut melalui proses penelitian yang

sistematis. Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengangkat permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut..

1. Bagaimana kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas muzakki?
2. Bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki melalui kepuasan muzakki
3. Bagaimana kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas muzakki?

1.3 Tujuan penelitian

Berangkat dari rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk memperoleh jawaban atas berbagai permasalahan yang menjadi fokus kajian penelitian. Oleh karena itu, tujuan penelitian dirumuskan sebagai arah dan pedoman dalam pelaksanaan penelitian agar sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Adapun berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas muzakki
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas muzakki melalui kepuasan muzakki
3. Mengetahui untuk pengaruh kepuasan terhadap loyalitas muzakki

1.4 Manfaat peneliti

1. Manfaat Penelitian

Penelitian ini membantu mengembangkan teori tentang kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas muzakki dalam lembaga zakat. Hasilnya dapat membantu kita memahami bagaimana kualitas layanan berpengaruh

langsung terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki, dan bagaimana kepuasan berfungsi sebagai mediator dalam membentuk loyalitas muzakki. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian serupa di masa depan, terutama yang berkaitan dengan pengelolaan organisasi zakat.

a. Manfaat praktis

Bagi Lazismu Ponorogo, hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan strategi pelayanan. Penelitian memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki, sehingga Lazismu dapat merancang program dan layanan yang lebih efektif dan inovatif untuk meningkatkan partisipasi muzakki.

b. Manfaat kebijakan

Temuan penelitian dapat menjadi dasar bagi pembuatan kebijakan pengelolaan zakat yang lebih responsif dan efektif, baik di tingkat lokal maupun nasional. Dengan memahami hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas muzakki, pengambil kebijakan dapat menyusun strategi yang mendorong peningkatan jumlah dan nilai zakat yang terkumpul, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat.