

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, SOSIALISASI, DAN TRANSPARANSI TERHADAP KEPUASAN MUZAKKI DALAM MENYALURKAN ZAKAT MELALUI BAZNAS DKI JAKARTA

Muhammad Irfan Azmi, Mohammad Lutfi
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Email: irfanazmi646@gmail.com, mo.lutfi@uinjkt.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, sosialisasi, dan transparansi terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat di BAZNAS DKI Jakarta. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei yang melibatkan 140 responden yang berzakat di BAZNAS DKI Jakarta. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut (kualitas layanan, sosialisasi, dan transparansi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakatnya. Secara simultan, ketiga variabel tersebut menunjukkan kemampuan prediksi model berada pada tingkat sedang. Temuan ini mengindikasikan bahwa upaya peningkatan layanan, intensitas sosialisasi, dan praktik transparansi merupakan kunci untuk membangun kepercayaan dan kepuasan muzakki terhadap lembaga amil zakat resmi.

Kata kunci: Kualitas layanan, Sosialisasi, Transparansi, Kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat, BAZNAS

Abstract: This study aims to analyze the influence of service quality, socialization, and transparency on the satisfaction of zakat payers in distributing zakat at BAZNAS DKI Jakarta. A quantitative approach was used with a survey method involving 140 respondents who pay zakat at BAZNAS DKI Jakarta. The data analysis technique in this study used the SmartPLS 4.0 application. The results showed that the three independent variables (service quality, socialization, and transparency) had a positive and significant effect on zakat payers' satisfaction in distributing their zakat. Simultaneously, these three variables showed a moderate level of model predictive ability. These findings indicate that efforts to improve services, the intensity of socialization, and transparency practices are key to building zakat payers' trust and satisfaction with official zakat institutions.

Keywords: Service quality, Socialization, Transparency, Satisfaction of zakat payers, BAZNAS

PENDAHULUAN

Zakat, sebagai bagian dari Ziswaf (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf), memiliki dimensi vertikal (*hablummina Allah*) dan horizontal (*hablum minannas*), menjadikannya instrumen penting dalam sistem ekonomi syariah untuk distribusi harta dan pengentasan kemiskinan. Potensi zakat di Indonesia sangat besar, mencapai Rp327 triliun per tahun. Namun, realisasi dana zakat baru mencapai sekitar 10% dari total potensi, menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan. Zakat, menurut Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011, adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada orang lain. Zakat diatur oleh prinsip-prinsip diantaranya syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, integrasi, dan akuntabilitas. Zakat, sebagai sistem ekonomi yang mengatur distribusi harta, dapat membantu mengatasi disparitas ekonomi. Pengeluaran zakat oleh muzaki membantu pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Fungsi ZISWAF tidak hanya terbatas pada distribusi kekayaan yang adil dan pemberdayaan masyarakat, itu juga melibatkan pengentasan kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan umum, dan pertumbuhan ekonomi lokal. Jumlah dana ZISWAF yang meningkat memiliki dampak yang signifikan pada kehidupan sosial keagamaan, upaya

pengentasan kemiskinan, pemerataan pembangunan, pengembangan SDM, dan pertumbuhan ekonomi. Keberadaan ZISWAF akan menjadipendorong pertumbuhan ekonomi yang signifikan jika dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, pemerintah harus memberikan dukungan yang lebih besar untuk mengoptimalkan potensi instrumen ZISWAF di Indonesia (Nurani Layliya Rahmatika, 2024).¹

Kesenjangan ini salah satunya disebabkan oleh beberapa tantangan, seperti kurangnya kesadaran masyarakat, minimnya pemahaman tentang pentingnya zakat, serta masalah transparansi dan efektivitas dalam pengelolaan dana Ziswaf. Masyarakat atau muzakki kerap memilih menyalurkan zakat secara langsung (*delapan asnaf*) karena kurangnya minat dan kepercayaan terhadap Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) akibat isu transparansi, akuntabilitas, dan pelayanan yang dinilai kurang optimal (Amalia & Widiastuti, 2019).² Organisasi pengelola zakat, seperti BAZNAS, wajib untuk membangun dan menjaga kepercayaan muzakki melalui akuntabilitas dan transparansi yang konsisten. Penelitian ini memfokuskan pada BAZNAS DKI Melalui organisasi pengelola zakat, muzakki bisa menyumbangkan dananya. Maka dari itu, harus ada upaya yang dilakukan oleh organisasi pengelola zakat atau BAZNAS untuk meyakinkan dan membangun kepercayaan para muzakki. Kepercayaan muzakki ditentukan oleh bagaimana lembaga zakat bertanggung jawab atas pengelolaan dan penyaluran dana zakatnya. Organisasi pengelola zakat wajib secara konsisten mematuhi prinsip akuntabilitas. Perintah langkah konkret melibatkan pembuatan laporan keuangan yang rinci dan mudah dipahami yang disusun secara berkala untuk memberikan gambaran yang jelas tentang cara zakat diterima, disimpan, dan didistribusikan. Untuk menumbuhkan kepercayaan muzakki, transparansi sangat penting. Organisasi pengelola zakat harus menerapkan berbagai praktik untuk mencapai transparansi yang optimal. Ini melibatkan penyediaan laporan keuangan yang terstruktur dengan baik dan terperinci, serta menyediakan data terbaru secara berkala (Annida Aslamah Pasya & Hakim Handoko, 2025).³

Tingkat kepercayaan muzakki terhadap BAZNAS juga meliputi aspek-aspek pelayanan tertentu, seperti transparansi, mendukung kepercayaan bahwa dana zakat dikelola dengan baik dan sesuai prinsip syariah, dan standar pelayanan mencakup Meningkatkan kepercayaan muzakki juga dibantu oleh penjelasan tentang program zakat, cara mengelola dana, dan laporan berkala. Selain itu, reputasi dan pengalaman institusi zakat memengaruhi kepercayaan muzakki. Organisasi yang memiliki pengalaman luas dalam pengelolaan zakat dan terkenal memiliki program-program yang membantu mustahik, lebih mungkin untuk dipercaya. Keberadaan teknologi dalam pengelolaan zakat adalah komponen lain yang penting. Penggunaan teknologi modern, seperti aplikasi zakat daring, pelaporan *real-time*, dan integrasi data berbasis digital, dapat meningkatkan kepercayaan muzakki karena membuat informasi lebih mudah diakses dan meningkatkan transparansi (Musa et al., 2025).⁴

¹ Nurani Layliya Rahmatika, C. (2024). *Peran dan Fungsi Ziswaf Produktif dan Konsumtif dalam Ekonomi Makro dan Mikro* (Vol. 2, Issue 1).

² Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Analisis Penerapan Good Amil Governance Dalam Pengelolaan Zakat Di LAZ Al-Azhar Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(5), 925-938.

³ Annida Aslamah Pasya, & Hakim Handoko. (2025). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Pada Baznas Provinsi Riau. *Jurnal Sains*, 10(1), 1-13.

Musa, I., Hamzah, S., Jesica, P., Lihu, S., Reysha, A., Artikel, R., & Kunci, K. (2025). Pengelolaan Dana Zakat

Pengumpulan dana zakat dipengaruhi oleh tingkat literasi zakat seseorang. Literasi zakat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk membaca, memahami, menghitung, dan mengakses informasi zakat dapat meningkatkan kesadaran akan zakat (Brilianty, 2022).⁵ Dalam hal ini, organisasi pengelola zakat atau BAZNAS harus melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi. Beberapa cara sosialisasi yang harus dilakukan organisasi pengelola zakat Adalah menggunakan platform digital. Dengan cara ini membuat organisasi pengelola zakat lebih efisien untuk meningkatkan literasi Masyarakat mengenai ZISWAF. Faktanya, Tidak tercapainya potensi penerimaan zakat di Indonesia merupakan masalah tambahan karena masih Banyak muzaki yang tidak menyalurkan dana zakatnya pada organisasi pengelolaan zakat yang ada karena kurangnya minat dan kepercayaan mereka terhadap organisasi tersebut. Mereka lebih memilih untuk menyalurkan dana zakatnya langsung kepada yang berhak atau delapan asnaf. Ini karena kurangnya transparansi dan akuntabilitas. Selain menuntut transparansi dan akuntabilitas publik, masyarakat jugamempermasalahakan dengan layanan yang diberikan LAZ. Saat ini, banyak lembaga zakat yang tidak memberikan layanan terbaik kepada muzaki atau masyarakat. Salah satu alasan mengapa muzaki menolak untuk memberikan dana zakatnya kepada LAZ adalah lokasi lembaga zakat yang sulit dijangkau. Sebaliknya, mereka memilih untuk memberikannya langsung kepada mereka yang berhak atasnya. Melakukan segala hal dengan mudah tanpa banyak usaha biasanya menjadi preferensi masyarakat. Oleh karena itu, tanggung jawab pihak internal lembaga zakat untuk memenuhi keinginan para muzaki dan memfasilitasi pembayaran zakat mereka ke LAZ (Amalia & Widiastuti, 2019)⁶

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah muzakki yang menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS DKI Jakarta. Jumlah sampel yang digunakan adalah 140 responden. Variabel independen (eksogen) dalam penelitian ini meliputi Kualitas Layanan, Sosialisasi, dan Transparansi. Kualitas layanan diukur menggunakan lima dimensi: *Tangible*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* (Ulfah Almira Keumala et al., 2022).⁷ Sosialisasi diukur melalui indikator penyampaian informasi, edukasi, program dan kegiatan, jangkauan, serta efektivitas sosialisasi (Fauzy ridwan, 2019). Sementara itu, transparansi diukur dengan indikator aksesibilitas dan ketersediaan dokumen anggaran, kejelasan dokumen anggaran, keterbukaan dalam proses, dan kerangka hukum yang transparan (Kristianten, 2006).⁸ Variabel dependen (endogen) adalah Kepuasan Muzakki, diukur

untuk Meningkatkan Kepercayaan Muzakki (Studi Di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Gorontalo). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 4(1), 29–38.

⁵ Brilianty, V. (2022). Pengaruh Literasi Zakat, Kualitas Pelayanan, Dan Transparansi Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat Melalui Baznas (Studi Kasus Baznas Provinsi Lampung). *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

⁶ Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Analisis Penerapan Good Amil Governance Dalam Pengelolaan Zakat Di LAZ Al-Azhar Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(5), 925-938.

⁷ Ulfah Almira Keumala, Razali Ramadhan, Rahman Habibur, Ghofur Abd, Bukhory Umar, Wahyuningrum Sri Rizki, Yusup Muhammad, Inderawati Rita, & Muqoddam Faqihul (2022)

⁸ Kristianten. (2006). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Akuntabilitas, dan Transparansi terhadap Kepuasan Muzakki dalam Menyalurkan Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(5), 654-668.

dengan indikator *Experience*, *Expectation*, dan *Overall Satisfaction*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Variance-Based* dengan aplikasi SmartPLS 4.0 (Alfaruki et al., 2023).⁹ Kemudian alur dari penelitian ini dalam menemukan hasil dan pembahasan menggunakan SmartPLS 4.0 meliputi *outer model* dan *inner model*. *Outer model* meliputi validasi konvergen, validitas diskriminan, dan composite reliability. Sedangkan *inner model* meliputi *path coefficient*, koefisien determinasi. Uji t, dan model fit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Theory*)

Tingkat kepuasan pelanggan tergantung pada sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai persepsi atau pengalaman mereka (puas/tidak puas) berdasarkan perbandingan apa yang mereka inginkan dengan apa yang mereka dapatkan. Dalam jurnal (Mansur et al., 2024).¹⁰ kepuasan pelanggan sangat penting dalam literatur marketing dan dapat digunakan sebagai pengukur efektivitas bisnis secara keseluruhan. Karena kepuasan pelanggan menunjukkan dampak akumulatif dari kinerja fasilitas organisasi, penelitian menganggap kepuasan pelanggan

Kualitas Layanan

Dalam jurnal (Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Pada Baznas Provinsi Riau) (Rapindo et al., 2021) Tjiptono mengatakan bahwa Kualitas pelayanan atau jasa adalah cara memenuhi keinginan dan harapan dengan cepat. Ada lima dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, bukti fisik, jaminan, dan empati. Karena kepuasan pelanggan dan niat perilaku berkorelasi langsung dengan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang dirasakan sangat penting bagi keberhasilan bisnis. Pelanggan memiliki kekuatan yang sangat besar untuk memilih produk mana yang inginkan dan bagaimana mereka menilai produk yang mereka konsumsi, oleh karena itu perusahaan harus memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyediaan produk berkualitas dengan harga yang bersaing. Perusahaan harus tahu apa yang dibutuhkan pelanggan agar mereka puas sepenuhnya.¹¹

Sosialisasi

Salah satu bagian penting dari kontribusi strategi sosialisasi untuk meningkatkan pengelolaan zakat di Lembaga Amil Zakat adalah melihat bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh BAZNAS biasanya dilakukan dengan tujuan agar calon muzakki yakin untuk mengeluarkan zakatnya melalui BAZNAS. Ini berarti selaras dengan manajemen sosialisasi.

⁹ Alfaruki. (2023). Analisis Potensi Ziswaf Sebagai Instrumen Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 1-12.

¹⁰ Mansur, H., Forna Makarim, D., Perencanaan, D., Pengembangan, dan, & Provinsi DKI Jakarta, B. (2024). Survei Kepuasan Muzakki Terhadap Kualitas Pelayanan BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13377>

¹¹ Rapindo, Aristi, D. M., & Azhari, P. I. (2021). norraaisnasia,+Production+editor,+10.+Rapindo+Pindo+121-135. *Economics, Accounting and Business Journal*, 1(1).

Manajemen sosialisasi sangat penting dalam manajemen zakat karena sosialisasi zakat harus dilakukan bukan hanya secara kebetulan. Terdapat beberapa hal yang perlu direncanakan saat merencanakan sosialisasi. Ini termasuk tujuan dan target sosialisasi, sasaran sosialisasi, waktu dan pelaksanaan sosialisasi. Proses-proses ini sangat penting dalam sosialisasi karena tujuan sosialisasi bukan hanya menyampaikan ajaran Islam (Saumur et al., 2023). sebagai bagian penting dari kualitas layanan dan berfungsi sebagai penafsir loyalitas pelanggan.¹²

Transparansi

Pengelola organisasi harus transparan dalam proses pengambilan keputusan dan penyebaran informasi. Keterbukaan dalam penyebaran informasi juga berarti bahwa Semua pemangku kepentingan harus menerima informasi yang lengkap, akurat, dan tepat waktu. Tidak ada yang harus dirahasiakan, disembunyikan, ditutup-tutupi, atau di tunda-tunda untuk diungkapkan. Nasri dalam jurnal (Yursa Mahda & Riyaldi Muhammad Haris, 2020).¹³ mengungkapkan bahwa Untuk membangun sistem pengendalian yang efektif antara lembaga pengelola zakat dan pemangku kepentingan, transparansi dalam pengelolaan zakat diperlukan. Hal ini tidak hanya mencakup bagian internal lembaga zakat, tetapi juga dari sumber luar, seperti masyarakat umum atau muzakki. Pada akhirnya, menerapkan transparansi mengurangi kecemasan dan ketidakpercayaan masyarakat.

Kepuasan

Kualitas pelayanan terkait erat dengan kepuasan muzaki karena ia mampu mendorong mereka untuk menjalin hubungan yang kuat dengan Badan Amil Zakat dalam jangka panjang, yang memungkinkan Badan Amil Zakat untuk memahami dengan baik apa yang diharapkan muzaki dari layanan mereka. Kepuasan adalah tingkat perasaan yang dimiliki pembeli setelah membandingkan apa yang mereka dapatkan dengan apa yang mereka harapkan. Jika seorang konsumen merasa puas dengan nilai yang ditawarkan oleh barang atau jasa, sangat besar kemungkinannya mereka akan tetap menjadi pelanggan untuk waktu yang lama (Fauzy Ridwan, 2024).¹⁴ Oleh karenanya, LAZ atau BAZ harus terus memberikan pelayanan yang baik agar kepuasan muzakki terpenuhi.

Zakat

Waktu yang tepat untuk membayar zakat adalah ketika setahun (*haul*) zakat emas, perak, perdagangan, panen tanaman, zakat *rikaz*, dan zakat fitrah telah diperoleh sebelum shalat 'lid di bulan Ramadhan. Zakat dalam arti bahasa dan istilah memiliki hubungan yang sangat erat dan nyata, yaitu bahwa harta yang diberikan zakatnya akan menjadi berkah, berkembang, berkembang, dan menjadi baik (Wibowo, 2015).¹⁵ Zakat adalah salah satu komponen utama agama Islam, dan itu bukan hanya kewajiban agama tetapi juga alat penting

¹² Saumur, A. S., Abdul, K., & Syaifudin, S. (2023). Kontribusi Sosialisasi dan Efektifitas Pengelolaan Zakat Masyarakat Muslim pada BAZNAS Kota Ternate. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3730. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9136>

¹³ Yursa Mahda, & Riyaldi Muhammad Haris. (2020). 604-2084-5-PB. *Al Infaq*, 11(2).

¹⁴ Fauzy Ridwan, I. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ZAKAT TERHADAP KEPUASAN MUZAKKI DI BAZNAS KOTA TASIKMALAYA (Studi Kasus Pada Muzakki di Baznas Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2).

¹⁵ Wibowo, A. (2015). DISTRIBUSI ZAKAT DALAM BENTUK PENYERTAAN MODAL BERGULIR SEBAGAI ACCELERATOR KESETARAAN KESEJAHTERAAN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2).

untuk membangun masyarakat yang lebih berkeadilan dan adil. Salah satu dari lima pilar Islam, bersama dengan syahadat (pengakuan keimanan), salat (sembahyang), sawm (puasa), dan haji (ziarah ke Mekah), Zakat adalah salah satunya. Zakat berfungsi sebagai sumberkeberkahan, keadilan, dan kesejahteraan dalam kehidupan umat Muslim karena kewajibannya. Al-Quran adalah kitab suci agama Islam, memberikan konsep zakat yang merupakan salah satu dari lima rukun Islam. Menurut Al-Quran, zakat adalah kewajiban bagi setiap Muslim yang memiliki harta yang mencukupi untuk memenuhi kebutuhan dasar dirinya dan keluarganya. Zakat adalah 2,5% dari kekayaan (aset) yang dimiliki dan diberikan kepada orang-orang yang miskin, seperti fakir miskin, yatim piatu, dan orang-orang yang terlilit hutang, bersama dengan berbagai tujuan sosial (Alim, 2023).¹⁶

Hasil pengujian hipotesis parsial (individual) menunjukkan bahwa:

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki. Sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki. Transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki. Kualitas layanan, sosialisasi dan transparansi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki.

Temuan ini konsisten dengan literatur yang menyatakan bahwa kepuasan muzakki sangat dipengaruhi oleh seberapa jauh produk atau layanan (dalam hal ini pengelolaan zakat) memenuhi atau melebihi harapan mereka. Kualitas layanan yang baik dari LAZ/BAZ akan menciptakan persepsi positif pada muzakki, sehingga kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi. Selain itu, sosialisasi yang efektif, dapat meningkatkan literasi zakat masyarakat, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk berzakat melalui lembaga resmi.

Adapun transparansi merupakan pilar penting dalam pengelolaan zakat karena dapat membangun sistem pengendalian yang efektif dan mengurangi kecemasan serta ketidakpercayaan masyarakat. Keterbukaan informasi keuangan yang lengkap, akurat, dan tepat waktu akan mendorong komunitas muzakki untuk memilih dan percaya pada lembaga zakat.

Secara simultan, kualitas layanan, sosialisasi, dan transparansi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan muzakki. Kemampuan prediksi model berada pada tingkat sedang, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel ini memiliki peran yang substansial, meskipun terdapat faktor-faktor lain di luar model yang mungkin juga memengaruhi kepuasan muzakki.

HASIL

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, variabel variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, sosialisasi, transparansi dapat dinyatakan valid dan berpengaruh positif berdasarkan hasil uji outer model yang telah dilakukan. Validitas konstruk dibuktikan melalui *loading factor* yang lebih dari batas minimum 0,50 dan reliabilitas ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's alpha* yang melebihi 0,70.

¹⁶ Alim, H. N. (2023). ANALISIS MAKNA ZAKAT DALAM AL-QURAN: Kajian Teks dan Konteks. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 3(3).

Selanjutnya adalah inner model yang digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dilihat dari hasil analisis *path coefficient*. Seluruh pengujian yang dilakukan adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan, sosialisasi, dan transparansi terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat di Baznas Dki. Berikut ini adalah hasil dari penelitian yang dilakukan :

Kualitas layanan terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat. Berdasarkan hasil penelitian uji *path coefficient* dan uji hipotesis, dapat dilihat bahwa p value sebesar 0,001 dan t-statistics 3,468. Karena t parsial >1,96 dan p-values <0,5, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat di Baznas Dki Jakarta.

Kualitas layanan menjadi salah satu penyebab muzakki membayar zakat di lembaga zakat. Kemudian tingkat kepuasan dapat dilihat salah satunya dari seberapa sering para muzakki membayar zakat di lembaga amil zakat tersebut. Maka dari itu, perlu adanya penguat terkait tingkat kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat. Diperkuat oleh penelitian (Sultan et al., 2024), variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa selama muzakki melakukan pembayaran zakat, mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan responsif serta menggunakan pakaian yang rapih, sopan, dan bersih. Dibuktikan berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t-statistic 13,466 yaitu melebihi batas signifikan >1,96 dan nilai p-values sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05. Membuktikan bahwa dalam penelitian tersebut mengindikasikan signifikansi yang kuat. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan sangat dibutuhkan untuk membayar zakat di Baznas Dki.

Sosialisasi terhadap terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat. Berdasarkan hasil uji penelitian, dapat dilihat bahwa p-values sebesar 0,001 dan t statistic 3,233, karena t parsial >1,97 dan p-values <0,05 maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat di Baznas Dki Jakarta.

Penyebab sosialisasi sangat berpengaruh terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat karena hal tersebut merupakan salah satu kegiatan yang mampu meningkatkan tingkat pembayaran zakat semakin meningkat dan literasi terhadap zakat juga semakin meningkat di kalangan masyarakat. Para amil melakukan kegiatan sosialisasi bukan hanya kepada muzakki melainkan kepada kalangan masyarakat selain muzakki, kegiatan tersebut mampu meyakini betapa pentingnya berzakat. Dikuatkan Dalam penelitian (Amar et al., 2021),¹⁷ menjelaskan bahwa *Social marketing* memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan dan kepuasan muzakki melalui komunikasi dan kampanye sosial yang meningkatkan kesadaran zakat di masyarakat. Dalam penelitian ini, sosialisasi dapat didefinisikan sebagai implementasi strategi sosial marketing yang digunakan oleh lembaga amil zakat untuk mendidik, memberikan informasi, dan membangun hubungan yang baik dengan muzakki.

Transparansi terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat

¹⁷ Amar, F., Setiawan, E., & Azizah, E. N. (2021). 5 th INTERNATIONAL CONFERENCE OF ZAKAT PROCEEDINGS Social Marketing and Service Quality Analysis towards Satisfaction of Zakat in LAZISMU. *Proceedings, 5th International Conference of Zakat*

Berdasarkan hasil penelitian pada *path coefficient* dan uji hipotesis, dapat dilihat bahwa p-values sebesar 0,000 dan t statistic 3,487. Karena t parsial >1,96 dan p-values <0,05 maka dapat disimpulkan bahwa transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat di Baznas DKI Jakarta.

Lembaga zakat harus mempunyai sikap transparansi terhadap muzakki agar tidak terjadi kecurigaan dan fitnah. Transparansi juga menjadi salah satu faktor para muzakki mempunyai kepercayaan, minat, dan juga kepuasan untuk berzakat di badan amil zakat. Jika badan amil zakat bisa mempunyai sikap transparansi terhadap para muzakki, maka itu akan meningkatkan jumlah masyarakat serta kesadaran masyarakat untuk berzakat sesuai dengan yang dianjurkan oleh syariat islam. Diperkuat oleh penelitian (Transparansi Zakat et al., 2024), variabel transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa nilai t statistic sebesar 2,348 yaitu melebihi batas signifikan >1,96 dan nilai p-values 0,019 yaitu kurang dari 0,5. Membuktikan bahwa dalam penelitian tersebut mengindikasikan signifikansi yang kuat. Dapat disimpulkan bahwa transparansi sangat dibutuhkan untuk membayar zakat di Baznas DKI

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan, sosialisasi, dan transparansi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat melalui BAZNAS DKI Jakarta. Untuk mencapai potensi zakat yang maksimal, BAZNAS DKI Jakarta disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan, mengintensifkan program sosialisasi tentang zakat dan program penyaluran, serta memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dan pelaporan dana zakat.

SARAN

Agar pengalaman muzaki semakin nyaman dan memuaskan, BAZNAS DKI Jakarta harus terus meningkatkan profesionalitas dan keramahan petugas dalam melayani mereka, baik secara langsung maupun melalui layanan digital. BAZNAS DKI Jakarta diharapkan memperkuat sistem pelaporan publik secara rutin, baik dalam bentuk laporan keuangan, kegiatan penyaluran, maupun dampak program agar kepercayaan muzaki semakin meningkat. Untuk meningkatkan edukasi zakat dan memperluas basis muzaki di wilayah DKI Jakarta, disarankan untuk bekerja sama dengan lembaga pendidikan, bisnis, dan kelompok dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruki. (2023). Analisis Potensi Ziswaf Sebagai Instrumen Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 1-12.
- Alim, H. N. (2023). ANALISIS MAKNA ZAKAT DALAM AL-QURAN: Kajian
- Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Analisis Penerapan Good Amil Governance Dalam Pengelolaan Zakat Di LAZ Al-Azhar Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(5), 925-938.
- Amar, F., Setiawan, E., & Azizah, E. N. (2021). 5 th INTERNATIONAL CONFERENCE OF ZAKAT PROCEEDINGS Social Marketing and Service Quality Analysis towards Satisfaction of Zakat in LAZISMU. *Proceedings, 5th International Conference of Zakat*.
- Amelia, S., Pahrurroji, R., & Widiastuti, T. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(1), 74-88.
- Annida Aslamah Pasya, & Hakim Handoko. (2025). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Pada Baznas Provinsi Riau. *Jurnal Sains*, 10(1), 1-13.
- Brilianty, V. (2022). Pengaruh Literasi Zakat, Kualitas Pelayanan, Dan Transparansi Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat Melalui Baznas (Studi Kasus Baznas Provinsi Lampung). *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Fauzy Ridwan, I. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ZAKAT TERHADAP KEPUASAN MUZAKKI DI BAZNAS KOTA TASIKMALAYA (Studi Kasus Pada Muzakki di Baznas Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Fauzy Ridwan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepuasan Muzakki Dalam Membayar Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Brebes. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 1-14.
- Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS RI.
- Julita, M., & Abdullah, S. (2020). Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menunaikan Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 45- 58.
- Kristianten. (2006). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Akuntabilitas, dan Transparansi terhadap Kepuasan Muzakki dalam Menyalurkan Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(5), 654-668.
- Mansur, H., Fornia Makarim, D., Perencanaan, D., Pengembangan, dan, & Provinsi DKI Jakarta, B. (2024). Survei Kepuasan Muzakki Terhadap Kualitas Pelayanan BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13377>.
- Muhammad Hasbi Zaenal, Muhammad Adib, & M. S. (2024). *Outlook Zakat Indonesia 2024*.
- Musa, I., Hamzah, S., Jesica, P., Lihu, S., Reysha, A., Artikel, R., & Kunci, K. (2025). Pengelolaan Dana Zakat untuk Meningkatkan Kepercayaan Muzakki (Studi Di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Gorontalo). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 4(1), 29-38.

Nurani Layliya Rahmatika, C. (2024). *Peran dan Fungsi Ziswaf Produktif dan Konsumtif dalam Ekonomi Makro dan Mikro* (Vol. 2, Issue 1).

Rapindo, Aristi, D. M., & Azhari, P. I. (2021). norraaisnasia,+Production+editor,+10.+Rapindo+Pindo+121-135. *Economics, Accounting and Business Journal*, 1(1).

Saumur, A. S., Abdul, K., & Syaifudin, S. (2023). Kontribusi Sosialisasi dan Efektifitas Pengelolaan Zakat Masyarakat Muslim pada BAZNAS Kota Ternate. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3730. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9136>. Teks dan Konteks. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 3(3).

Tugas Dan Fungsi BAZNAS RI. (t.t). *Tugas Dan Fungsi BAZNAS RI*. Diakses dari <https://baznas.go.id/>.

Ulfah Almira Keumala, Razali Ramadhan, Rahman Habibur, Ghofur Abd, Bukhory Umar, Wahyuningrum Sri Rizki, Yusup Muhammad, Inderawati Rita, & Muqoddam Faqihul (2022).

Wibowo, A. (2015). DISTRIBUSI ZAKAT DALAM BENTUK PENYERTAAN MODAL BERGULIR SEBAGAI ACCELERATOR KESETARAAN KESEJAHTERAAN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2).

Yursa Mahda, & Riyaldi Muhammad Haris. (2020). 604-2084-5-PB. *Al Infaq*, 11(2).