

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Zakat merupakan salah satu dari lima rukun Islam yang wajib dilakukan oleh setiap Muslim yang mampu. Harta yang harus dikeluarkan oleh Muslim yang mampu untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya sebagai bentuk kepatuhan dan beribadah kepada Allah. Zakat ditujukan untuk membantu orang-orang miskin dan membantu dalam pembangunan masyarakat. Zakat merupakan bentuk ibadah yang berkaitan dengan harta benda hal itu menentukan baik untuk dilihat dari sisi ajaran islam maupun pembangunan kesejahteraan umat.

Pada pengertian zakat itu sendiri ada dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 yang isinya, “Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk menyelenggarakan hukum Islam”. Dari Undang-undang tersebut negara memberikan jaminan kepada setiap masyarakat yang menganut agama tersebut dalam melaksanakan zakat.

Indonesia memiliki potensi pendapatan dana zakat yang cukup tinggi, hal itu dilihat dari mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam. Hal ini menjadi sebuah potensi yang besar untuk Indonesia melaksanakan pembangunan dan kesejahteraan melalui zakat. Potensi bagi Kota Bandung dalam pendapatan zakat berkisar 26-31 miliar rupiah, pada angka tersebut bisa menjadi evaluasi bagi badan pengelola zakat untuk meningkatkan pelayanan dan inovasi dalam pengelolaan dana zakat (Hidayat & Mukhlisin, 2020:1). Dalam meningkatkan daya guna, zakat haruslah dikelola secara kelembagaan yang sesuai dengan syariat

islam sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas pelayanan dalam pengelolaan zakat (UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat).

Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung (Moenir, 1992:16) dengan cara melayani jasa atau barang yang diberikan sehubungan dengan jual beli. Pelayanan merupakan proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan (Loina, 2001:138).

Layanan zakat yang ditujukan untuk membantu masyarakat dalam menyalurkan zakat yang telah dikeluarkan. Layanan ini dapat meliputi pengumpulan, pembagian, dan pengelolaan zakat. Beberapa organisasi atau lembaga dapat menyediakan pelayanan zakat, seperti lembaga amil zakat, lembaga keuangan syariah, atau pemerintah. Pelayanan ini sangat penting untuk memastikan bahwa zakat yang dikeluarkan dapat sampai kepada yang berhak menerimanya dan digunakan untuk tujuan yang sesuai.

Pada masa lampau, umumnya pengelolaan zakat berbentuk kepanitiaan pada saat bulan Ramadhan saja, setelah itu keberadaan panitianya dibubarkan atau kepanitiaanya berjangka waktu satu bulan saja sesuai kebutuhan. Pada tahun 2000 keluar Undang-undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, pada berbagai daerah sudah dibentuk Badan Amil Zakat, dalam pelaksanaannya hanya menyentuh instansi pemerintah saja karena pelaksanaannya masih relawan bukan keharusan, dan pada instansi pemerintah hanya Sebagian kecil saja yang

melaksanakan zakat, sedangkan Sebagian besar masyarakat umum hanya sedikit yang membayar zakat ke Badan Amil Zakat (Djupri, 2005:52)

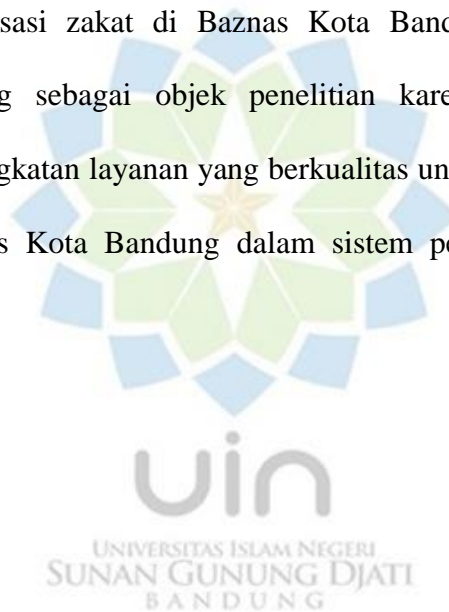
Dalam pemberian layanan harus benar dan diperhatikan oleh setiap masing-masing lembaga zakat, hal itu bisa saja memungkinkan lembaga tersebut bertahan lama dan tentunya tidak merugikan pihak muzaki maupun mustahik. Lembaga Zakat haruslah memenuhi kebutuhan masyarakat yang berhak menerima zakat yang sesuai dengan syariat Islam. Pelayanan badan zakat juga dapat ditujukan untuk memberikan edukasi dan sosialisasi tentang pentingnya zakat dan cara pembayarannya, serta memberikan layanan konsultasi bagi masyarakat yang membutuhkan informasi lebih lanjut tentang zakat. Oleh karena itu, pelayanan badan zakat sangat penting dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam penyaluran zakat.

Untuk meningkatkan mutu pelayanan dan efektivitas efisiensi dalam penyaluran zakat, dapat dilakukan dengan memanfaatkan pesatnya perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi digital merupakan suatu proses peralihan sistem kerja yang untuk menjalankannya tidak lagi menggunakan tenaga manusia tetapi system pengoprasiannya sudah otomatis dengan menggunakan system komputer (Aan Ansori, 2016).

Salah satu inovasi yang dapat dilakukan oleh Lembaga zakat adalah dengan mengembangkan sistem pelayanan yang semula dengan cara tradisional atau memberikan dana secara langsung kepada lembaga zakat, menjadi pembayaran secara online agar dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Hal ini pula yang telah dilakukan oleh Baznas Kota Bandung dalam sistem pelayanannya.

Pelayanan informasi yang dibentuk oleh Baznas Kota Bandung dapat diakses dalam website <https://baznaskotabandung.org/>. Selain itu sistem pelayanan digital dalam pengelolaan zakat dapat dikembangkan dengan pembayaran zakat secara online menggunakan sistem digital dengan tujuan memudahkan kan muzakki dalam pembayaran zakat dengan tanpa datang secara langsung ke kantor pelayanan Baznas Kota Bandung.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini akan berfokus pada sistem pelayanan digital dalam optimalisasi zakat di Baznas Kota Bandung. Penulis memilih Baznas Kota Bandung sebagai objek penelitian karena Lembaga tersebut berorientasi pada peningkatan layanan yang berkualitas untuk mengetahui strategi yang dilakukan Baznas Kota Bandung dalam sistem pelayanan digital dalam optimalisasi zakat.



B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana kualitas pelayanan digital yang ada pada Baznas Kota Bandung?
2. Bagaimana evaluasi penggunaan sistem pelayanan digital dalam optimalisasi zakat?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kualitas pelayanan digital yang ada pada Baznas Kota Bandung
2. Mengetahui evaluasi penggunaan sistem pelayanan digital dalam optimalisasi zakat

D. Kegunaan penelitian

1. Secara Akademis

Dari segi akademis, penelitian ini merupakan sarana untuk menambah pengetahuan secara teoritis pemikiran, melengkapi keilmuan dalam penerapan teori-teori yang sudah diperoleh terutama tentang sistem Pelayanan. Diharapkan penelitian ini bisa sebagai referensi bagi penelitian yang lainnya dan bila perlu bisa sebagai referensi bahan perkuliahan. Dipergunakan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang keilmuan Manajemen Dakwah.

2. Secara Praktis

Dari segi praktis, hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan dan dimanfaatkan oleh setiap lembaga zakat di Indonesia untuk dapat memanfaatkan kemajuan teknologi demi optimalisasi pelayanan zakat. Hal ini

berorientasi pada manfaat yang lebih besar dalam mengembangkan kehidupan beragama yang arah yang lebih baik.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian yang Relevan

Ada beberapa penelitian yang mengkaji sistem pelayanan digital ini sebagai berikut:

- a. Skripsi yang telah disusun oleh Siti Ropiah (2021) yang berjudul Manajemen Strategi Pelayanan Baznas Dalam Menjaga Kepercayaan Muzakki di Era Pandemi Covid-19. Penelitian ini dilakukan di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berfokus kepada pelayanan yang diberikan kepada Muzakki untuk menjaga kepercayaannya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui manajemen strategi yang diberikan oleh Baznas Kabupaten Bekasi serta mengetahui Langkah yang tepat untuk Muzakki dalam meningkatkan kualitas pelayanan zakat. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa implementasi manajemen strategi dengan jemput zakat dan pembayaran lewat digital menjadi kunci utama dalam pelayanan selama masa pandemic Covid-19. Dalam hal pembagian tugasnya semua anggota tetap memahami tugas yang ada dalam Lembaga.
- b. Skripsi yang telah disusun oleh Ika Nurbaiti dengan judul "Implementasi Pelayanan Dalam Pengelolaan Zakat" merupakan

penelitian yang dilakukan di UPZ Kecamatan Gedebage, Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pelayanan yang diberikan dalam pengelolaan zakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa standar pelayanan UPZ Kecamatan Gedebage sudah tergolong baik, sesuai dengan standar pelayanan yang ditetapkan. Namun, terdapat kendala dalam operasionalisasi zakat yang masih belum maksimal, hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap UPZ tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui sosialisasi dan edukasi yang lebih intensif mengenai peran dan fungsi UPZ dalam pengelolaan zakat.

- c. Skripsi yang telah disusun oleh Nurul Hidayah Siregar dengan judul "Strategi Pelayanan dan Pembimbingan Terhadap Pelaksanaan Ibadah Jamaah Haji di KBIH An-Nabawy Kota Medan" merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengevaluasi strategi peningkatan kualitas pelayanan dan pembimbingan bagi calon jamaah haji. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya KBIH An-Nabawy, pemerintah dapat dibantu dalam pelaksanaan manasik haji dengan tujuan terciptanya haji yang mabrur. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan kualitas pelayanan dan pembimbingan yang dilakukan oleh KBIH An-

Nabawy terhadap calon jamaah. Melalui strategi yang diterapkan, seperti pengajaran manasik haji, pendampingan personal, dan penyediaan fasilitas yang memadai, KBIH An-Nabawy telah berhasil memberikan pelayanan yang memadai dan bimbingan yang efektif kepada calon jamaah.

Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pihak terkait dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan pembimbingan dalam pelaksanaan ibadah haji. Dalam implementasinya, perlu terus dilakukan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan guna menjaga kualitas pelayanan yang optimal dan memberikan pengalaman yang positif bagi calon jamaah haji.

Pada dasarnya, ketiga penelitian tersebut memiliki fokus yang sama, yaitu pada aspek pelayanan. Meskipun demikian, perbedaan terletak pada pendekatan yang digunakan dalam mempelajari pelayanan tersebut. Penelitian pertama, yang dilakukan oleh Ika Nurbaiti, mengevaluasi implementasi pelayanan dalam pengelolaan zakat di UPZ Kecamatan Gedebage, Kota Bandung. Penelitian ini berfokus pada pelayanan konvensional yang diberikan oleh UPZ tersebut.

Sementara itu, penelitian kedua yang dilakukan oleh Nurul Hidayah Siregar memfokuskan pada strategi pelayanan dan pembimbingan terhadap pelaksanaan ibadah jamaah haji di KBIH An-Nabawy Kota Medan. Penelitian ini lebih menekankan pada strategi

dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada calon jamaah haji, dengan penekanan pada pendekatan personal dan manasik haji.

Penelitian ketiga yang melibatkan pelayanan digital dalam optimalisasi zakat di Baznas Kota Bandung menunjukkan adanya upaya untuk memanfaatkan teknologi dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada muzaki. Dalam penelitian ini, sistem pelayanan digital dievaluasi untuk mengetahui sejauh mana penggunaan teknologi dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan muzaki.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga penelitian tersebut memiliki persamaan dalam fokus pada pelayanan, namun berbeda dalam pendekatan yang digunakan, baik itu pelayanan konvensional, strategi pembimbingan, atau pemanfaatan teknologi digital. Hal ini menunjukkan pentingnya berbagai pendekatan dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan di berbagai sektor, termasuk dalam pengelolaan zakat dan ibadah jamaah haji.

2. Landasan Teoritis

a. Pelayanan

Pelayanan adalah proses atau tindakan yang dapat dilakukan dalam memenuhi dan membantu seseorang atau kelompok. Menurut Loina (2001:38), pelayanan merupakan proses dari keseluruhan dalam membentuk citra usaha yang baik dalam melalui media cetak, membentuk budaya perusahaan, maupun melalui komunikasi bagi para yang berkepentingan. Pengertian ini dapat didukung oleh pendapat Philip Kotler, pelayanan dapat didefinisikan sebagai kinerja yang dapat menawarkan manfaat tambahan yang dihasilkan oleh produk yang ditawarkan secara berpisah dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan ini dapat berupa aktivitas dilakukan seorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Kotler, 2012:108).

Menurut R.A Supriyoni pelayanan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh organisasi yang berhubungan langsung dengan konsumen yang dapat menimbulkan timbal balik oleh konsumen sebagai penilaian bagi organisasi. Dengan diberikannya pelayanan yang baik oleh organisasi maka konsumen akan merasa puas dan memberikan penilaian yang baik. Dalam hal ini pelayanan menjadi bagian yang penting dalam menarik konsumen untuk percaya terhadap produk atau jasa yang diberikan oleh organisasi tersebut (Hasibuan, 2005:152).

Pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi pelanggannya, karena memiliki strategi khusus dalam membantu jasa dengan baik dan benar. Pelayanan yang dimaksud mengenai hal apa yang dapat membuat kepercayaan

pada pelanggannya yang berkaitan dengan pelayanan merupakan aspek terpenting dalam memenuhi keinginan pelanggan.

Pelayanan yang baik melibatkan berbagai aspek yang mendasar, termasuk keahlian, responsifitas, dan keramahan. Dalam dunia bisnis, pelayanan yang baik meliputi pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan harapan pelanggan, serta upaya sungguh-sungguh untuk memenuhinya.

Pertama-tama, pelayanan yang baik melibatkan strategi khusus yang dirancang untuk membantu jasa dengan baik dan benar. Hal ini meliputi pengembangan prosedur dan protokol yang efektif untuk menangani berbagai permintaan pelanggan dengan profesionalisme. Dengan memiliki strategi yang terencana dengan baik, perusahaan dapat menjamin bahwa setiap pelanggan diperlakukan dengan konsisten dan layanan yang diberikan adalah yang terbaik.

Selanjutnya, pelayanan yang baik juga melibatkan kepercayaan. Pelanggan harus merasa yakin bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan baik. Ini mencakup keandalan dalam memberikan produk atau jasa yang dijanjikan, serta ketepatan waktu dalam pengiriman atau penyelesaian tugas. Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan untuk membangun reputasi yang baik melalui pengalaman positif yang konsisten.

Ketiga, pelayanan yang baik melibatkan pemahaman yang mendalam tentang keinginan dan kebutuhan pelanggan. Perusahaan harus mampu berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan untuk mengidentifikasi apa yang mereka harapkan dari produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan

pemahaman yang mendalam, perusahaan dapat menyusun solusi yang sesuai dengan kebutuhan individual pelanggan dan secara aktif bekerja untuk memenuhi harapan mereka.

Terakhir, pelayanan yang baik juga mencakup responsifitas dan keramahan. Pelanggan harus merasa didengar dan dihargai. Ketika mereka memiliki pertanyaan, masalah, atau keluhan, perusahaan harus merespons dengan cepat dan membantu menyelesaikan masalah tersebut. Keramahan dalam setiap interaksi juga sangat penting, karena dapat menciptakan hubungan positif antara pelanggan dan perusahaan.

Dalam keseluruhan, pelayanan yang baik mencakup strategi khusus, kepercayaan, pemahaman yang mendalam, responsifitas, dan keramahan. Dengan menerapkan semua aspek ini, perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, membangun kepercayaan, dan memenuhi keinginan mereka dengan baik.

Menurut Kotler (2016:393), terdapat lima dimensi atau indikator kualitas pelayanan yang penting, yaitu:

- 1) Keandalan (*reliability*)

Kemampuan penyedia pelayanan untuk memberikan jasa dengan konsisten dan dapat diandalkan sangat penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Pelanggan mencari penyedia pelayanan yang dapat memberikan hasil yang sama baik setiap kali mereka menggunakan jasa tersebut.

Konsistensi dalam memberikan jasa berarti bahwa penyedia pelayanan dapat mempertahankan standar yang tinggi dan kualitas yang konsisten dalam setiap interaksi dengan pelanggan. Hal ini mencakup faktor seperti kecepatan, akurasi, kehandalan, dan kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan bahwa penyedia pelayanan akan memberikan layanan yang sama baiknya, tidak peduli apakah itu adalah pertama kalinya atau pengalaman berulang mereka.

Selain itu, keandalan juga merupakan faktor kunci dalam kemampuan penyedia pelayanan. Pelanggan menginginkan penyedia pelayanan yang dapat diandalkan dan dapat memenuhi komitmen yang dibuat. Ini berarti memberikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan, menghormati tenggat waktu yang disepakati, dan memberikan solusi yang efektif saat terjadi masalah. Ketika penyedia pelayanan dapat mempertahankan tingkat keandalan yang tinggi, pelanggan merasa yakin dan percaya bahwa kebutuhan mereka akan dipenuhi dengan baik.

Kemampuan penyedia pelayanan untuk memberikan jasa dengan konsisten dan dapat diandalkan tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa yakin bahwa penyedia pelayanan dapat memberikan hasil yang konsisten, mereka merasa puas dengan pengalaman yang mereka dapatkan. Mereka merasa diperhatikan, dihargai, dan memperoleh nilai yang sebanding dengan investasi mereka.

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, kemampuan penyedia pelayanan untuk memberikan jasa dengan konsisten dan dapat diandalkan menjadi faktor penentu keberhasilan. Perusahaan yang mampu mempertahankan standar kualitas yang tinggi dan keandalan yang konsisten memiliki keunggulan dalam memenangkan kepercayaan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang kuat.

2) Daya Tanggap (*responsiveness*)

Kemampuan penyedia pelayanan untuk merespons dan menyelesaikan masalah atau permintaan pelanggan secara cepat dan efektif merupakan faktor krusial dalam memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan.

Respon yang cepat adalah kunci dalam memenuhi harapan pelanggan. Ketika pelanggan menghadapi masalah atau memiliki permintaan khusus, mereka menginginkan penyedia pelayanan yang dapat merespon dengan segera. Hal ini berarti penyedia pelayanan harus memiliki sistem komunikasi yang efisien dan tim yang siap tanggap untuk mengatasi kebutuhan pelanggan. Dengan memberikan tanggapan yang cepat, pelanggan merasa didengar, dihargai, dan bahwa masalah atau permintaan mereka diperhatikan dengan serius.

Selain respon yang cepat, penyedia pelayanan juga perlu mampu menyelesaikan masalah atau permintaan pelanggan secara efektif. Ini berarti memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang

diperlukan untuk mengatasi situasi yang ada. Penyedia pelayanan harus dapat memberikan solusi yang memadai, efisien, dan relevan dengan masalah atau permintaan yang dihadapi oleh pelanggan. Dalam menyelesaikan masalah atau permintaan tersebut, penyedia pelayanan harus menjaga standar kualitas yang tinggi, memastikan kepuasan pelanggan, dan memperbaiki pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Kemampuan penyedia pelayanan untuk merespons dan menyelesaikan masalah atau permintaan pelanggan secara cepat dan efektif bukan hanya memperbaiki situasi yang ada, tetapi juga membangun kepercayaan. Ketika pelanggan melihat bahwa penyedia pelayanan dengan cepat mengatasi masalah atau memenuhi permintaan mereka, mereka merasa diprioritaskan dan bahwa penyedia pelayanan benar-benar peduli terhadap kebutuhan mereka. Ini memperkuat hubungan antara pelanggan dan penyedia pelayanan serta menciptakan kesan positif yang berdampak pada kepuasan pelanggan dan loyalitas jangka panjang.

Dalam bisnis yang kompetitif, kemampuan penyedia pelayanan untuk merespons dan menyelesaikan masalah atau permintaan pelanggan dengan cepat dan efektif adalah elemen yang membedakan. Penyedia pelayanan yang dapat memenuhi harapan pelanggan dalam hal responsifitas dan efektivitas dalam menyelesaikan masalah akan

memenangkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, memberikan keunggulan kompetitif, serta membangun reputasi yang baik di pasar.

3) Jaminan (*assurance*)

Kemampuan penyedia pelayanan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kompetensi, kepercayaan, dan sikap positif yang ditunjukkan oleh karyawan.

Kompetensi merupakan faktor utama yang memengaruhi kepercayaan pelanggan. Karyawan yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang memadai dapat memberikan jasa dengan keahlian yang tinggi. Mereka mampu menjawab pertanyaan pelanggan, memberikan saran yang tepat, dan menghadapi tantangan dengan percaya diri. Kompetensi yang terbukti membuat pelanggan yakin bahwa mereka berurusan dengan penyedia pelayanan yang ahli dalam bidangnya, yang membangun kepercayaan terhadap kemampuan perusahaan untuk memberikan hasil yang diharapkan.

Kepercayaan adalah pondasi dari hubungan yang kuat antara pelanggan dan penyedia pelayanan. Karyawan yang dapat membangun kepercayaan melalui tindakan dan perilaku mereka membantu membentuk persepsi positif terhadap perusahaan. Mereka menjaga integritas, menjunjung tinggi nilai-nilai etika, dan menjaga kerahasiaan informasi pelanggan. Kepercayaan ini menunjukkan kepada pelanggan bahwa penyedia pelayanan dapat diandalkan, dapat dipercaya, dan akan mengutamakan kepentingan pelanggan di atas segalanya.

Selain kompetensi dan kepercayaan, sikap positif yang ditunjukkan oleh karyawan juga berperan penting dalam membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Karyawan yang ramah, sopan, dan responsif dalam interaksi dengan pelanggan menciptakan pengalaman yang menyenangkan. Sikap positif ini mencerminkan perhatian, kepedulian, dan keinginan untuk membantu pelanggan. Dengan menunjukkan sikap yang positif, karyawan memperkuat hubungan dengan pelanggan dan membantu menciptakan iklim yang mendukung bagi pelayanan yang baik.

Kemampuan penyedia pelayanan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan melalui kompetensi, kepercayaan, dan sikap positif karyawan merupakan faktor penting dalam menciptakan hubungan yang langgeng dan memuaskan. Ketika pelanggan melihat bahwa karyawan memiliki pengetahuan yang luas, dapat dipercaya, dan bertindak dengan sikap yang positif, mereka merasa yakin dan nyaman dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Hal ini tidak hanya membangun kepercayaan individual, tetapi juga menciptakan reputasi yang baik bagi perusahaan secara keseluruhan.

4) Empati (*empathy*)

Kemampuan penyedia pelayanan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang ramah dan empatik sangat penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Memahami kebutuhan pelanggan merupakan langkah awal yang krusial dalam memberikan pelayanan yang efektif. Penyedia pelayanan harus mampu mendengarkan dengan baik, mengajukan pertanyaan yang relevan, dan menggali informasi yang diperlukan untuk memahami secara mendalam apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh pelanggan. Dengan memahami kebutuhan tersebut, penyedia pelayanan dapat menyusun solusi yang sesuai dan memenuhi ekspektasi pelanggan dengan lebih baik.

Selain memahami, penting bagi penyedia pelayanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang ramah dan empatik. Sikap ramah menciptakan suasana yang menyenangkan dan mengundang kerjasama antara karyawan dan pelanggan. Karyawan yang ramah menjalin hubungan yang lebih dekat, menghilangkan ketegangan, dan membuat pelanggan merasa diterima dengan baik. Selain itu, sikap empatik juga penting dalam menunjukkan kepedulian terhadap perasaan dan situasi pelanggan. Dengan menunjukkan empati, penyedia pelayanan dapat mengakui dan menghargai perasaan pelanggan, serta berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih sensitif dan terarah.

Kemampuan penyedia pelayanan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang ramah dan empatik tidak hanya menciptakan pengalaman yang positif, tetapi juga memperkuat ikatan antara pelanggan dan perusahaan. Pelanggan merasa didengar,

dihargai, dan dipahami secara individu, yang meningkatkan kepuasan mereka dan membangun kepercayaan jangka panjang. Melalui interaksi yang ramah dan empatik, penyedia pelayanan juga membentuk citra positif perusahaan sebagai entitas yang peduli dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

5) Bukti Fisik (*tangibles*)

Fasilitas fisik, perlengkapan, atau atribut yang dapat membantu memperkuat citra dan kredibilitas penyedia pelayanan merupakan aspek penting dalam memberikan kesan profesional dan meyakinkan kepada pelanggan.

Fasilitas fisik yang baik dapat mencakup lingkungan yang bersih, nyaman, dan menarik secara visual. Penyedia pelayanan yang menjaga kebersihan dan kerapian ruang kerja atau tempat layanan menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan profesionalisme. Selain itu, fasilitas fisik yang nyaman dan menarik dapat menciptakan suasana yang menyenangkan bagi pelanggan, meningkatkan kesan positif mereka terhadap penyedia pelayanan.

Perlengkapan yang memadai juga berperan penting dalam memperkuat citra dan kredibilitas penyedia pelayanan. Ini mencakup peralatan, teknologi, atau alat yang diperlukan untuk memberikan jasa dengan tingkat keahlian yang tinggi. Penyedia pelayanan yang memiliki perlengkapan yang mutakhir dan berkualitas menunjukkan dedikasi untuk memberikan hasil terbaik kepada pelanggan. Dalam

beberapa industri, seperti bidang medis atau teknologi, perlengkapan yang modern dan canggih juga dapat memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa penyedia pelayanan berada di garis depan inovasi dan memberikan solusi yang terbaik.

Selain itu, atribut yang mendukung citra dan kredibilitas penyedia pelayanan meliputi identitas merek yang kuat, logo yang profesional, atau desain yang konsisten. Penyedia pelayanan yang memiliki identitas merek yang jelas dan konsisten mencerminkan profesionalisme dan perhatian terhadap detail. Logo yang dirancang dengan baik dapat memberikan kesan yang baik kepada pelanggan dan membantu penyedia pelayanan dikenali secara mudah. Desain yang konsisten pada materi promosi atau komunikasi visual juga menciptakan kesan yang positif dan membantu membangun citra yang kuat.

Fasilitas fisik, perlengkapan, dan atribut yang mendukung citra dan kredibilitas penyedia pelayanan bukan hanya membantu menciptakan kesan yang baik kepada pelanggan, tetapi juga memberikan kepercayaan bahwa penyedia pelayanan memiliki standar tinggi dalam setiap aspek operasionalnya. Hal ini memperkuat citra profesionalisme, keandalan, dan kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan memadukan faktor-faktor ini, penyedia pelayanan dapat membangun reputasi yang kuat, menarik pelanggan potensial, dan mempertahankan kepuasan pelanggan yang sudah ada.

b. Zakat

Zakat secara bahasa artinya berkah, tumbuh dan suci. Menurut istilah zakat berarti sejumlah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang beriman yang mampu, sesuai ketentuan yang sudah ditetapkan yang dapat disumbangkan kepada orang-orang yang berhak dalam menerima zakat seperti fakir, miskin, anak yatim, orang pengelola zakat dan lainnya. Dengan demikian zakat memiliki arti sebagai upaya seseorang dalam mensucikan dirinya yang senantiasa mampu berlapang hati lewat harta yang akan dikeluarkannya (Ali, 1977:311).

Zakat merupakan ibadah kepada Allah Swt dalam hal mengeluarkan harta yang mengandung hikmah dalam kehidupan, dalam artian lain zakat berarti mengeluarkan Sebagian harta yang telah mencapai nisab seseorang yang akan diberikan kepada pihak Lembaga yang menerima zakat. Pada hal ini pihak yang menerima zakat disebut juga dengan mustahiq dan pihak yang berzakat disebut dengan muzzaki (Darmuin, 2009: 16).

Zakat memberikan nilai positif yang tinggi, selain itu memberikan dampak yang baik kepada kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya zakat, muzzaki memberikan Sebagian hartanya kepada mustahiq yang terciptanya keharmonisan dalam menjalankan kegiatan bermasyarakat. Oleh karena itu zakat ini bisa menjadi salah satu bentuk pembangunan negara dalam kesejahteraan masyarakat.

c. Pelayanan Digital

Pelayanan Digital adalah layanan yang bisa diakses oleh masyarakat melalui dunia digital, layanan digital ini bisa berupa layanan keuangan, Kesehatan serta pertukaran data yang dilakukan secara daring. Pelayanan digital menjadi penting bagi kehidupan manusia karena dengan kehadirannya dapat menjalankan aktivitasnya mejadi lebih cepat dan mudah. Menciptakan efisiensi waktu dan berkurangnya biaya yang dikeluarkan oleh seseorang bisa menjadi hal yang positif dalam memenuhi kebutuhan pelayanan digital ini.

Transformasi pelayanan publik ini dilakukan dengan pemanfaatan teknologi untuk memudahkan masyarakat mengakses pelayanan dengan cepat. Selain itu, juga untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan menciptakan transparansi dalam pelayanan. Suatu layanan digital menjadi jalan untuk menentukan standar pelayanan yang diberikan oleh organisasi

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian ini dilakukan, lokasi penelitian ini merupakan tahap yang penting dalam penelitian kualitatif, karena lokasi penelitian merupakan objek yang akan diteliti sehingga mempermudah penulisan dalam penelitiannya. Untuk mempermudah dalam mendapatkan data primer, lokasi penelitian dilakukan di BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) Kota Bandung yaitu Jln. Terusan halimun Lkr, Sel., Kec. Lengkong, Kota Bandung.

Penetapan lokasi ini di pilih sebagai tempat penelitian berdsarkan pertimbangan bahwa lokasi ini mampu memberikan data yang dibutuhkan untuk penelitian ini, serta lokasinya cukup strategis untuk membahas pelayanan digital.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang akan digunakan dalam penelitian kualitatif adalah paradigma konstruktivisme. Model ini merupakan paradigma yang menganggap bahwa kebenaran suatu realitas sosial dapat dilihat sebagai suatu konstruksi sosial, dan bahwa kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Sedangkan pendekatan yang peneliti gunakan adalah jenis pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif sendiri merupakan jenis penelitian yang berlandaskan filosofi post-positivisme yang digunakan untuk mengkaji keadaan objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data menggunakan target dan snowballing menggunakan teknik triangulasi pengumpulan (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasilnya lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sadiah, 2015: 19).

3. Metode Penelitian

Metode merupakan cara untuk menentukan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang akan dikehendaknya secara mendalam, penelitian diterjemahkan dalam Bahasa Inggris yaitu *research* sebagai riset. Research ini sendiri berasal dari kata “re” yang artinya Kembali dan “search” artinya

mencari, dari kedua kata tersebut bisa diartikan sebagai mencari Kembali (Dewi Sadiyah, 2015:2).

Metode penelitian adalah pendekatan atau langkah-langkah sistematis yang digunakan oleh peneliti untuk merencanakan, melaksanakan, dan menganalisis suatu penelitian. Metode penelitian memberikan kerangka kerja untuk mengumpulkan data, menganalisis data, dan mengambil kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian. Pemilihan metode penelitian yang tepat sangat penting, karena akan mempengaruhi cara peneliti mengumpulkan data, menganalisis data, dan menyimpulkan hasil penelitian.

Whiteney (1960:55) mengungkapkan tujuan dari Metode Penelitian ini untuk mencari fakta-fakta yang relevan dan menginterpretasikannya secara cermat terhadap masalah yang sedang diteliti, serta memberikan gambaran yang terstruktur, berdasarkan fakta dan data yang akurat, mengenai karakteristik, fakta-fakta, dan hubungan antara fenomena yang sedang diselidiki.

4. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis Data dalam penelitian dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu kuantitatif dan kualitatif, pada penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Data Kualitatif data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau ukuran yang dapat dihitung atau diukur secara objektif. Data ini biasanya melibatkan penggunaan instrumen pengukuran seperti kuesioner, skala penilaian, atau perangkat pengukuran lainnya (*Journal of Educational Research*, 2018: 456-468)

Teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah model interaktif yang dibuat oleh Miles dan Huberman yang meliputi; pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

a. Pengumpulan Data: Peneliti mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, atau sumber data lainnya.

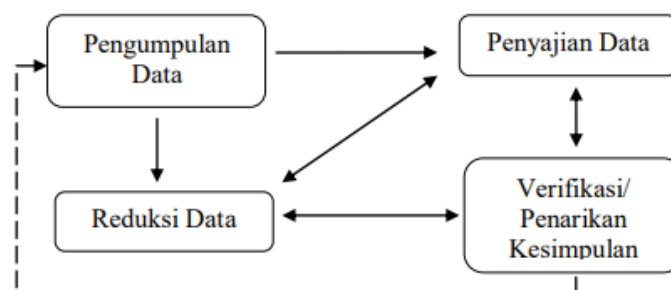
b. Reduksi data: Pada saat melakukan penelitian, data yang didapatkan cenderung berlimpah, rumit, dan kompleks. Oleh karena itu, diperlukan proses analisis data dengan menggunakan reduksi data. Reduksi data adalah suatu metode analisis yang melibatkan pemilihan, pengorganisasian, penyempurnaan, fokus, dan penghapusan data dengan tujuan untuk menyajikan kesimpulan akhir yang dapat dijelaskan dan diverifikasi (Yusuf, 2017: 408).

Tahap awal dalam reduksi data dilakukan dengan melakukan pembacaan yang intensif dan kritis terhadap sumber informasi yang telah dikumpulkan. Peneliti membaca secara menyeluruh terhadap sumber data tersebut untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif. Selanjutnya, peneliti membatasi fokus permasalahan yang terdapat dalam sumber informasi tersebut agar dapat terfokus pada satu topik yang dibahas.

c. Penyajian Data: Penyajian data dalam konteks ini mengacu pada kumpulan informasi yang telah diorganisir sedemikian rupa sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Yusuf, 2017: 408). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penyajian data dengan cara mencatat dan memberikan makna terhadap informasi yang

diperoleh sejak awal pengumpulan data. Keterperincian dan kelengkapan catatan, metodologi pengolahan data yang digunakan, serta pengalaman peneliti dalam penelitian ini akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kesimpulan penelitian (Yusuf, 2017: 409).

- d. Penarikan kesimpulan:** Validasi kesimpulan-kesimpulan penelitian dilakukan melalui serangkaian kegiatan yang meliputi refleksi internal, tinjauan catatan lapangan, diskusi dengan rekan sejawat, atau penggabungan temuan dengan data lain. Dalam upaya mencapai kesepakatan intersubjektif, peneliti harus menguji kebenaran, kekokohan, dan kesesuaian makna yang muncul dari data yang lain, yang merupakan aspek validitasnya. Proses verifikasi ini bukan hanya terjadi selama pengumpulan data, tetapi juga penting untuk memastikan akuntabilitas kesimpulan akhir. Bagan di bawah ini menggambarkan secara skematis proses analisis data menggunakan model analisis data interaktif Miles dan Huberman:



5. Sumber Data

Dalam pengumpulan data untuk penelitian ini, terdapat dua sumber data yang digunakan oleh peneliti, yaitu data primer dan data sekunder. Data

primer adalah informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber yang berkaitan dengan subjek penelitian (sumber informasi). Dalam konteks ini, data primer yang dikumpulkan melibatkan pelaku dan aktor utama di Baznas Kota Bandung.

Sementara itu, data sekunder adalah sumber yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, tetapi data tersebut sudah ada dan dapat diakses melalui membaca, melihat, atau mendengarkan dokumen yang telah ada (Sugiyono, 2016: 309). Untuk mendapatkan data sekunder, peneliti dapat menggunakan buku, artikel, jurnal, serta dokumen-dokumen lain yang relevan untuk mendukung penelitian.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi: Studi observasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap fenomena yang sedang diteliti. Dalam studi observasi, peneliti secara sistematis mengamati dan merekam peristiwa, perilaku, atau interaksi yang terjadi di lingkungan yang relevan dengan penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, studi observasi digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang manajemen strategi pelayanan dengan digitalisasi pembayaran di Baznas Kota Bandung. Peneliti akan secara langsung mengamati pelaksanaan strategi pelayanan tersebut, seperti proses pembayaran digital, interaksi antara petugas dan muzakki/mustahik, serta pelaksanaan kebijakan terkait. Observasi dilakukan secara sistematis

untuk mengamati dan merekam detail-detail penting yang berkaitan dengan strategi pelayanan tersebut.

Studi observasi memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang objektif dan akurat mengenai praktik nyata yang terjadi di lapangan. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang implementasi dan efektivitas strategi pelayanan yang sedang diteliti. (Dewi Sadiah, 2015:87).

- b. Wawancara:** Wawancara adalah bentuk percakapan tatap muka di mana salah satu pihak menggali informasi dari lawan bicaranya (Black & Champion, 1976). Menurut Black dan Champion (1976), wawancara adalah komunikasi verbal yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Stewart dan Cash (2000) memberikan definisi yang lebih rinci, yaitu wawancara adalah proses interaksi komunikasi antara dua pihak di mana salah satu dari mereka memiliki tujuan serius dan melibatkan tanya jawab (Fadhallah, 2021:1). Teknik ini digunakan untuk menggali data dan fakta yang belum terungkap selama tahap observasi. Dalam konteks ini, wawancara dilakukan oleh pewawancara untuk mendapatkan informasi tentang strategi pelayanan kepada Muzakki dan mustahik yang telah dilakukan.
- c. Dokumentasi:** Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan analisis terhadap dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian. Dokumen tersebut dapat berupa buku, artikel, laporan, arsip, dokumen resmi, atau sumber-sumber tertulis lainnya. Teknik ini

memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang telah ada sebelumnya dan digunakan untuk mendukung atau menggambarkan fenomena yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini, studi dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang manajemen strategi pelayanan dengan digitalisasi pembayaran di Baznas Kota Bandung. Peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen terkait, seperti kebijakan, prosedur, catatan, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan strategi pelayanan tersebut. Data yang diperoleh dari studi dokumentasi dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks dan pelaksanaan strategi pelayanan yang sedang diteliti.

7. Informan atau Unit

Informan atau unit dalam konteks penelitian adalah individu atau kelompok yang memberikan data atau informasi terkait dengan topik penelitian. Informan biasanya dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Pemilihan informan yang tepat sangat penting dalam penelitian karena akan berdampak pada kualitas dan validitas data yang dikumpulkan.

Dalam penentuan informan pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti secara sengaja memilih sampel yang memiliki ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tujuan dari penggunaan teknik purposive sampling adalah

untuk memastikan bahwa informan yang dipilih dapat memberikan jawaban yang relevan terhadap permasalahan penelitian.

8. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, dilakukan upaya untuk memastikan keabsahan data dengan menggunakan metode triangulasi. Triangulasi merupakan teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan membandingkan data yang diperoleh dengan sumber lain di luar data itu sendiri (Moleong, 2010:330). Dalam konteks ini, peneliti melakukan triangulasi dengan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang relevan. Tujuan dari menggunakan triangulasi adalah untuk menguji keabsahan data melalui berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data yang digunakan dalam penelitian.

Dengan menggunakan triangulasi, peneliti dapat melacak adanya perbedaan antara data yang diperoleh dari satu informan dengan informan lainnya. Hal ini penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan kredibel dan akurat. Triangulasi membantu dalam mengatasi perbedaan data yang muncul dari berbagai sumber sehingga dapat mencapai kesimpulan yang lebih akurat dan tepat.