

**ANALISIS FAKTOR PENENTU KUALITI PENGURUSAN ZAKAT:
 KAJIAN TERHADAP LEMBAGA ZAKAT SELANGOR (LZS) DI SEPANG**

An Analysis of Determinant Factors for Service Quality in Zakat Management: A Study at Lembaga Zakat Selangor (LZS) in Sepang

ⁱMaryam Abd Rashid, ⁱⁱHairunnizam Wahid & ⁱⁱⁱSanep Ahmad

ⁱ Pelajar Sarjana Ekonomi Islam di Pusat Pengajian Ekonomi, UKM,
 yamari_maryam@yahoo.com

ⁱⁱ Pensyarah Kanan di Pusat Pengajian Ekonomi, UKM
 hairun@ukm.edu.my

ⁱⁱⁱ Prof Madya di Pusat Pengajian Ekonomi, UKM,
 nep@ukm.edu.my

Abstrak	Abstract
<p><i>Kualiti perkhidmatan adalah satu elemen penting dalam menilai keupayaan institusi untuk memenuhi matlamatnya. Objektif kertas ini adalah untuk melihat faktor yang dijangka mempengaruhi kualiti perkhidmatan institusi zakat khususnya di daerah Sepang dengan menggunakan model SERVQUAL yang mempunyai lima faktor iaitu kebolehpercayaan, bertindak balas, jaminan, empati dan kewujudan. Sejumlah 103 responden yang terdiri daripada usahawan muslim telah mengambil bahagian dalam kajian ini. Kajian ini menggunakan beberapa ujian termasuklah analisis tinjauan faktor (EFA) dan analisis regresi logistik. Dapatan kajian menunjukkan faktor empati dan kewujudan adalah signifikan dan mempengaruhi kualiti perkhidmatan LZS dalam model yang dikaji. Beberapa implikasi kajian turut dibincangkan dalam kajian ini.</i></p> <p>Kata kunci : <i>kualiti perkhidmatan LZS, usahawan muslim, SERVQUAL</i></p>	<p><i>Service quality is an important element in assessing the ability of institutions to meet its goals. The objective of this paper is to examine the factors that probably affect the quality of service for zakat institution, especially in Sepang using the SERVQUAL model which has five factors; reliability, react, assurance, empathy and tangible. A total of 103 respondents from Muslim entrepreneurs have participated in this study. This study uses several approaches, including exploratory factor analysis (EFA) and logistic regression analysis. Findings indicate that empathy and tangible are significant factors affecting the quality of service LZS in model studied. Several implications have been discussed in this study.</i></p> <p>Keywords : <i>LZS's service quality, Muslim entrepreneurs, SERVQUAL</i></p>

PENGENALAN

Zakat berasal daripada perkataan Arab, iaitu *zakaa* yang bermakna bersih dan suci (Hamizul, 2012). Ibn Manzur menyebut dalam kitabnya *Lisan al-Arab* bahawa asas zakat ialah bersih, tumbuh, berkat dan pujian (Zulkifli 2010). Allah SWT menjelaskan makna *zakaa* dalam Al-Quran melalui surah Al-Syams, ayat 9:

“Sesungguhnya beruntunglah orang yang menyucikan jiwa itu”.

Berdasarkan ayat tersebut, dapat disimpulkan pengertian zakat iaitu membersihkan harta daripada bercampur dengan hak orang lain, kemudian menyucikan jiwa manusia daripada sifat tamak haloba serta iri hati dan melahirkan sifat terpuji sesama manusia. Pengertian zakat daripada sudut syarak adalah harta tertentu yang dikeluarkan dengan syarat-syarat tertentu kepada golongan tertentu (asnaf). Bagi memastikan matlamat pensyariaan zakat tercapai, pelbagai usaha telah dilaksanakan oleh umat Islam sejak zaman Rasulullah S.A.W. lagi dalam memantapkan pengurusan zakat. Tindakan tegas khalifah Islam yang pertama memerangi golongan yang ingkar mengeluarkan zakat amat jelas. Saidina Abu Bakar Al-Siddiq mengambil tindakan memerangi mereka yang enggan mengeluarkan zakat selepas wafatnya Rasulullah S.A.W. Sumbangan awal lain yang tidak dapat dilupakan dalam sejarah Islam ialah penubuhan Baitul Mal oleh Saidina Umar al-Khattab. Institusi ini bertindak sebagai pusat pengurusan perbendaharaan negara meliputi zakat, jizyah, ghanimah, kharaj, fay', bayaran gaji pegawai tadbir, tentera dan sebagainya. Institusi seumpama ini kemudiannya dikembangkan ke seluruh kota-kota Islam (Haliyana & Atiah, 2014).

Perkhidmatan institusi zakat merupakan salah satu sektor perkhidmatan yang sangat penting dalam ekonomi Islam. Hal ini kerana zakat merupakan sistem jaminan sosial yang berkesan pada masyarakat zaman terdahulu dan sekarang. Oleh itu, disyariatkan zakat untuk membina masyarakat yang bekerjasama disamping itu mendidik masyarakat supaya bertanggungjawab terhadap golongan masyarakat yang kurang bernasib baik serta menghapuskan perasaan mementingkan diri sendiri dan perasaan kikir dalam kalangan orang yang kaya, manakala bagi golongan orang yang fakir dan miskin serta menghapuskan perasaan iri hati terhadap orang yang berada. Justeru, pelbagai perubahan dan kemajuan dalam sistem pengurusan zakat oleh institusi zakat perlu dipertingkatkan untuk menjamin pengagihan zakat yang berkesan dapat dicapai. Ini adalah kerana kualiti perkhidmatan merupakan satu elemen yang perlu diberi penekanan oleh institusi zakat di seluruh Malaysia kerana institusi zakat membawa imej dan sangat signifikan dalam agama Islam. Institusi zakat juga perlu memberikan perkhidmatan yang terbaik untuk mengekalkan kesetiaan dan kepercayaan pembayar zakat dan menarik lebih ramai asnaf untuk mendekati institusi zakat.

Persoalannya sejauhmana aspek tahap kualiti perkhidmatan zakat oleh institusi zakat telah mencapai satu tahap kepuasan tertentu oleh pelanggan perkhidmatan zakat. Beberapa kajian menunjukkan antara elemen utama kepuasan kualiti perkhidmatan ialah kepelbagaian kemudahan pembayaran yang disediakan kepada orang ramai (lihat kajian Adibah & Joni Tamkin, 2014). Kajian tersebut jelas

menunjukkan kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh institusi amat mempengaruhi tahap kesedaran pembayaran zakat oleh pembayar zakat. Oleh itu, kajian ini amat penting untuk melihat apakah faktor lain yang dijangkakan mempengaruhi tahap kualiti perkhidmatan institusi zakat dengan menggunakan model SERVQUAL iaitu faktor kebolehpercayaan, bertindak balas, jaminan, kewujudan dan empati. Pemilihan usahawan sebagai responden dalam kajian ini adalah sesuai disebabkan usahawan adalah golongan yang berdikari, mementingkan autonomi dan bercita-cita tinggi untuk mencapai objektif perniagaan (lihat kajian Siti Arni, Bharudin & Raja Hisyamudin, 2009). Usahawan juga adalah golongan yang mempunyai kemahiran dan kepakaran, bukan hanya untuk menguruskan harta dan sumber sendiri, tetapi juga sumber orang lain. Selain itu, usahawan muslim dilihat telah melaksanakan jihad ekonomi, iaitu berniaga untuk kepentingan bangsa dan agama dan merupakan penggerak utama dalam membangunkan ekonomi sesebuah negara. Al-Quran secara terang telah mengajak manusia untuk mencari pekerjaan di muka bumi ini khususnya menceburi bidang perniagaan dan keusahawanan yang dianggap sebagai pekerjaan yang mulia dan merupakan warisan nabi terdahulu termasuklah Nabi Muhammad SAW. Oleh itu, usahawan muslim adalah pilihan yang sesuai dijadikan responden dalam kajian ini bagi menilai dan mengukur tahap kepuasan mereka serta menganalisis faktor yang signifikan mempengaruhi kualiti perkhidmatan LZS.

KAJIAN LEPAS

Allah SWT telah menetapkan kewajipan zakat dalam kitabNya melalui ayat-ayat yang tegas, bagi memastikan kewajibannya dan kemestian menunaikannya. Al-Quran sendiri menyebut tentang zakat sebanyak 82 kali bersama kewajipan mendirikan solat menunjukkan betapa pentingnya amalan rukun Islam yang ketiga ini. Kedua dimensi ibadah ini memiliki dasar sistematik dalam membangun masyarakat manusia, yang dijadikan inti perintah para Nabi dan Rasul sebelum Islam (Abu Mazaya, 2010). Zakat merupakan satu ibadah yang bukan hanya dilihat daripada pengeluaran harta secara zat, bahkan melibatkan pembersihan hati dan juga harta yang diperolehi. Selain itu, zakat merupakan ibadah yang sangat diutamakan dalam Islam. Ini kerana, zakat tidak hanya berkait dengan hubungan individu muslim dan pencipta iaitu Allah SWT, bahkan melibatkan hubungannya bersama masyarakat (Mahadi & Khairul 2013).

Keyakinan dan kepercayaan masyarakat perlu diberikan perhatian sewajarnya oleh institusi zakat agar usaha memartabatkan rukun Islam yang ketiga serta dapat menambah baik sistem keberkesanan kutipan dan agihan zakat secara efektif dan efisien (Shahir & Adibah 2010). Terdapat banyak kajian yang telah dilakukan berkaitan dengan persepsi pengurusan institusi zakat. Kajian oleh Anuar (2008) menunjukkan bahawa isu tentang persepsi masyarakat terhadap keberkesanan Majlis Agama Islam Negeri (MAIN) merupakan antara faktor yang menurunkan kadar kutipan zakat oleh pusat zakat kerana terdapat diantara masyarakat yang mencari jalan alternatif untuk membayar zakat iaitu dengan mengagihkan zakat terus kepada asnaf. Dalam kajian ini mendapati bahawa persepsi masyarakat yang baik terhadap pusat zakat akan meningkatkan pembayaran zakat kepada pusat zakat dan

sebaliknya jika persepsi masyarakat kurang baik maka ia akan menurunkan kadar kutipan zakat oleh pusat zakat. Ini disokong oleh kajian Hairunnizam, Sanep dan Radiah (2009) yang menunjukkan bahawa majoriti responden tidak membayar zakat berkemungkinan kerana tidak berpuas hati dengan pengagihan zakat oleh institusi zakat. Terdapat pembuktian bahawa perasaan puas hati terhadap pengurusan pusat zakat berkait secara positif terhadap pembayaran zakat kepada institusi formal. Ini bermakna, semakin puas hati individu terhadap pengurusan pusat zakat, semakin tinggi darjah kepatuhan untuk membayar zakat kepada pusat zakat (Sanep & Hairunnizam, 2005). Oleh itu, kajian Ram et. al (2010) mencadangkan kepada institusi zakat supaya membina penerimaan positif masyarakat dengan meningkatkan ketelusan dan pendedahan secara menyeluruh mengenai segala urusan berkaitan zakat yang sedang, telah atau akan dilaksanakan. Ini seterusnya mampu mengurangkan rasa bimbang dan was-was terhadap institusi zakat. Oleh itu, penilaian secara terbuka perlu dilakukan untuk memastikan institusi zakat dapat menguruskan zakat dengan lebih berkesan. Selain itu, kaedah lokalisasi dalam pengagihan zakat juga mampu menjadikan tadbir urus zakat menjadi lebih baik dan merupakan salah satu cara untuk mendapat semula kepercayaan masyarakat. Kesepakatan yang diambil daripada amil dan penerima zakat amat penting kerana mereka merupakan penyokong kepada sistem zakat dan bagi memastikan pelaksanaannya konsisten dan berterusan (Hairunnizam & Radiah, 2010). Aktiviti turun padang juga perlu diperbanyakkan seperti pembukaan kaunter sementara di kawasan-kawasan berpotensi, mengiklankan dan mempromosi perkhidmatan rundingan dan taksiran, menggunakan masjid sebagai pusat kegiatan zakat dan menjalinkan hubungan erat dengan pihak pimpinan setempat (A. Halim, Hairunnizam & Sanep, 2014).

Menurut Imtiaz (2000), sistem pengurusan lembaga zakat perlu diuruskan oleh mereka yang dipercayai, berkelayakan dan mempunyai kemahiran untuk mengurus dana zakat. Apabila pentadbiran zakat diuruskan oleh mereka yang berlatarbelakangkan pendidikan syariah tetapi kurang profesional, ini menyebabkan pengagihan zakat tidak diuruskan dengan efisien dan baik (Hairunnizam, Sanep & Radiah, 2009). Zakat yang diberikan sama ada dalam bentuk bantuan langsung atau dana untuk menjalankan aktiviti yang memberi pendapatan kepada asnaf mestilah mampu menaik taraf kehidupan mereka. Jika penerima zakat tidak mencapai tahap tersebut, maka matlamat pensyariatkan wajib zakat (*Maqasid al Syari'ah*) masih belum dipenuhi dan maksud sebenar amalan zakat belum direalisasikan. Maqasid al-Syari'ah dibincangkan oleh fuqaha bagi menggambarkan bahawa Islam yang diturunkan oleh Allah adalah untuk memberi kebaikan dan kemaslahatan kepada manusia. Shawal Kaslam (2009) telah membuktikan dalam kajiannya bahawa kemajuan e-zakat dapat meningkatkan tadbir urus institusi zakat di Malaysia. Mod baru operasi zakat ini telah meningkatkan prestasi, ketelusan dan tanggungjawab institusi zakat. Pelaksanaan e-zakat memberi kesan yang signifikan terhadap operasi institusi zakat dan penyampaian perkhidmatan kepada masyarakat.

Apabila membincangkan mengenai kualiti perkhidmatan, maka tidak dapat dinafikan bahawa ianya adalah melibatkan mengenai kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan telah diterima oleh semua industri perkhidmatan sebagai penentu penting kepada kejayaan institusi. Justeru itu, adalah menjadi cabaran kepada setiap institusi supaya lebih komited terhadap isu meningkatkan kualiti perkhidmatan pelanggan (Azimatun, Salmiah & Ahamad, 2012). Kualiti perkhidmatan menurut Parasuraman et. al. (1988) merujuk kepada perbezaan antara persepsi pelanggan tentang apa yang harus firma berikan dengan prestasi perkhidmatan yang dilihat oleh pelanggan. Maka adalah penting bagi sesebuah institusi untuk memastikan kepuasan pelanggan berada tahap yang paling baik agar peningkatan prestasi institusi sejajar dengan kepuasan yang diberikan kepada pelanggan (Chang & Kelly, 1994). Persoalan kualiti dalam Islam berkait rapat dengan mencapai kecemerlangan. Menurut Islam, kecemerlangan ini merujuk kepada keredhaan Allah. Ianya bukanlah hanya diukur mengikut pertimbangan *utilitarian* semata-mata yang berasaskan konsep sekular bahkan meliputi nilai-nilai Islam yang bersifat subjektif (Ab. Ghani & Fadillah, 2006). *Utilitarian* ini merujuk kepada aspek-aspek yang dilihat secara kuantitatif seperti pengurangan kos, peratusan produktiviti, peratusan kadar pulangan dan sebagainya. Teras kepada kualiti dan kecemerlangan ini adalah pembinaan sahsiah yang unggul (Wan Liz, 1996). Oleh itu segala amal dan ibadah termasuklah kerja seseorang muslim itu mestilah memenuhi kod etika keagamaan selain daripada memenuhi etika kerja yang telah ditetapkan oleh majikannya agar diterima oleh Allah (Siddiq, 1992).

METODOLOGI KAJIAN

Analisis kajian ini adalah kepada usahawan muslim untuk melihat faktor yang mempengaruhi kualiti perkhidmatan Lembaga Zakat Selangor (LZS). Sampel kajian ini ialah usahawan muslim dan syarikat Islam di premis perniagaan mereka mengikut mukim dan bandar di Daerah Sepang. Kajian juga telah berjaya menemui bual beberapa usahawan di program usahawan anjuran LZS daerah Sepang. Persampelan dilakukan secara rawak mudah dengan mengedarkan soal selidik yang mengandungi 7 soalan demografi dan 26 soalan pembolehubah model servqual yang merangkumi 5 faktor ke atas 103 individu. Soalan tersebut dibahagikan kepada 3 bahagian iaitu Bahagian A; Latar Belakang Responden. Bahagian B; Kualiti Perkhidmatan Pengurusan Zakat. Bahagian C; Perkhidmatan Keseluruhan Lembaga Zakat.

Spesifikasi Model dan Kaedah Analisis Data. Analisis regresi logistik akan digunakan untuk melihat apakah faktor penentu yang mempengaruhi kualiti perkhidmatan LZS. Dalam membentuk model regresi, beberapa pembolehubah bebas yang dijangkakan berhubung dengan pembolehubah bersandar secara teori perlu dimasukkan. Dua model akan dibentuk dimana pembolehubah bersandar dalam model I¹ dan model II² berbentuk binari iaitu menilai prestasi keseluruhan perkhidmatan lembaga zakat dan kemungkinan usahawan membayar zakat

¹ Pembolehubah bersandar adalah prestasi keseluruhan perkhidmatan pengurusan zakat oleh LZS Sepang

² Pembolehubah bersandar adalah usahawan membayar atau tidak membayar zakat perniagaan

perniagaan. Memandangkan pembolehubah bersandar adalah berbentuk binari dan pada masa yang sama terdapat pembolehubah bebas yang digunakan berbentuk dami maka kedua-dua model ini sesuai dianggarkan dengan menggunakan model regresi logistik. Oleh itu, kajian ini akan mengaplikasikan model berdasarkan kajian Hairunnizam et al. (2012). Ini adalah kerana model tersebut mempunyai banyak persamaan dengan kajian ini dalam menganggarkan pembolehubah bersandar yang berbentuk binari dan terdapat pembolehubah bersandar yang berbentuk dami. Oleh itu model yang dianggarkan secara umumnya dalam kajian ini adalah seperti berikut :

$$P_i = E(Y = 1/X) = 1 / (1 + e^{-z}) \quad (1)$$

Dimana:

P_i adalah prestasi keseluruhan perkhidmatan LZS daerah Sepang dan kebarangkalian usahawan membayar zakat perniagaan; dimana bagi kedua-dua model, $Y=1$ untuk prestasi yang memuaskan dan usahawan yang membayar zakat perniagaan dan $Y=0$ bagi prestasi yang tidak memuaskan dan usahawan yang tidak membayar zakat perniagaan. Ini dianalisis di dalam model I dan model II. Berdasarkan persamaan (1), kajian ini akan menguji beberapa pembolehubah yang dijangkakan mempengaruhi P_i iaitu:

$$Z_i = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_i X_i \quad (2)$$

Dimana Z_i adalah satu fungsi $f(X)$ dengan X adalah pembolehubah bebas yang dijangkakan iaitu tahap pendidikan, jenis perniagaan, tempoh berniaga, bidang perniagaan, faktor kebolehpercayaan, bertindak balas, jaminan, empati dan kewujudan. Kesemua pembolehubah tersebut dikaji merujuk kepada beberapa kajian yang telah dilakukan sebelum ini menggunakan dimensi model SERVQUAL. Model SERVQUAL menjelaskan terdapat tujuh jurang dalam kualiti perkhidmatan dan salah satunya adalah jurang antara jangkaan kualiti perkhidmatan dan pengalaman kualiti perkhidmatan (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1988). Kajian ini menggunakan jurang lima sebagai instrumen kajian. Model SERVQUAL dalam kajian Baizuri et al. (2011), Azizah dan Rose Alinda (2000), Arash (2010) dan Samsinar et al. (2001) menerangkan terdapat lima dimensi yang paling dinilai oleh pelanggan iaitu Kebolehpercayaan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), Kewujudan/Nyata (*Tangibles*), Empati (*Empathy*) dan Responsif (*Responsiveness*). Pendetailan item adalah seperti di Jadual 1. Kesemua pemboleh ubah dalam persamaan (2) akan diuji untuk menentukan manakah pembolehubah yang signifikan mempengaruhi prestasi keseluruhan perkhidmatan LZS Sepang dan kebarangkalian membayar zakat perniagaan oleh usahawan.

Jadual 1: Definisi Lima Instrumen SERVQUAL

Dimensi	Penerangan
(1)Kebolehpercayaan	Keupayaan semua pihak yang terlibat dalam proses memberi perkhidmatan seperti yang dijanjikan serta boleh

	diharap dan tepat
(2) Bertindak balas	Kesediaan semua pihak yang terlibat dalam proses memberi perkhidmatan untuk membantu pelanggan dan menyediakan perkhidmatan segera
(3) Jaminan	Pengetahuan dan keramahan semua pihak yang terlibat dalam proses memberi perkhidmatan serta kebolehan mereka dalam melahirkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan
(4) Empati	Sifat penyayang dan prihatin khususnya pihak pemberi perkhidmatan di institusi zakat untuk pelanggan
(5) Kewujudan	Kemudahan fizikal dan peralatan yang terdapat di institusi zakat serta penampilan semua pihak yang terlibat dalam aktiviti memberi perkhidmatan

Sumber: Haliyana dan Atiah (2014)

Berdasarkan Jadual 2, majoriti responden mempunyai tahap pendidikan SPM iaitu sebanyak 54.4 peratus, 63.3 peratus menjalankan perniagaan tunggal atau enterprise, menjalankan perniagaan bawah 5 tahun iaitu sebanyak 54.4 peratus, 62.2 peratus menjalankan jenis perniagaan dalam bidang perkhidmatan dan 53 peratus menjalankan perniagaan di mukim Sepang.

JADUAL 2: Demografi Usahawan/Syarikat

Item	Peratusan(%)
Tahap Pendidikan	
SPM	
Diploma/STPM	54.4
Sarjana Muda	27.8
Master	15.6
	2.2
Kategori Perniagaan:	
Tunggal/ Enterprise	
Perkongsian Liabiliti	63.3
Terhad	5.6
Syarikat Sdn Bhd	21.1
Syarikat Berhad	8.9
Pelesenan	1.1
Tempoh Perniagaan:	
Bawah 5 tahun	54.4
5-10 tahun	23.3
11-20 tahun	11.1
21-30 tahun	2.2
31 tahun ke atas	8.9

Bidang Perniagaan	
Perdagangan	30
Perkhidmatan	62.2
Pertanian	2.2
Perkilangan	5.6
Lokasi Syarikat (Mukim)	
Sepang	38.7
Dengkil	8.3
Labu	

Jadual 3 pula menunjukkan status bayaran zakat dan prestasi keseluruhan perkhidmatan LZS di daerah Sepang. Kajian mendapati 51 peratus membayar zakat dan 71.4 peratus responden berpuas hati dengan perkhidmatan LZS.

JADUAL 3 : Status bayaran zakat dan prestasi keseluruhan perkhidmatan

Status Bayaran Zakat perniagaan	Peratusan %	Prestasi Keseluruhan Perkhidmatan LZS (Sepang)	Peratusan %
Bayar	51	Puas Hati	71.4
Tidak Bayar	49	Tidak Puas Hati	28.6

Nota: Ujian Pearson χ^2 adalah signifikan pada 1%

JADUAL 4: Klasifikasi Regresi Logistik

		Diramalkan	
Pemerhatian I	Puas Hati	Puas Hati	Tidak Puas Hati
	Tidak Puas Hati	60	4
Pemerhatian II	Bayar	Bayar	Tidak Bayar
	Tidak bayar	35	16
			32

Nota: Nilai batasan adalah 0.500

1) Peratusan Betul: Puas hati = 93.8 %; tidak puas hati = 92.3%; keseluruhan = 93.3%

2) Peratusan Betul: Bayar zakat = 68.6 %; tidak bayar zakat = 65.3%; keseluruhan = 67%

Jadual 4 menunjukkan klasifikasi model yang menunjukkan kesahan jawapan oleh usahawan. Secara keseluruhannya lebih 60 peratus disahkan jawapan usahawan adalah benar kepada kedua-dua model yang dikaji. Model I menunjukkan tahap peratusan betul keseluruhan yang tertinggi iaitu sebanyak 93.3 peratus

berbanding model II, 67 peratus. Ini menunjukkan jawapan yang diberikan adalah disahkan benar dan amat sesuai untuk dianalisis.

Analisis faktor (EFA) ialah langkah menentukan kelompok faktor utama penentu yang mempengaruhi kualiti perkhidmatan LZS. Berdasarkan Jadual 5, ujian kesahan menunjukkan nilai keseluruhan alpha Cronbach bersamaan 0.965 menunjukkan ia skala kesahan yang baik. Peratusan varian keseluruhan bagi setiap faktor adalah tinggi dan baik iaitu melebihi 70 peratus menunjukkan kesemua item dapat menerangkan pembolehubah kelima-lima faktor. Oleh itu ia adalah sesuai bahawa kesemua faktor untuk dianalisis seterusnya. Berdasarkan nilai faktor muatan dan komunaliti, kesemua item dalam setiap faktor melebihi nilai tahap yang sesuai iaitu 0.5. Kesemua kelompok faktor pula didapati mempunyai korelasi yang baik antara satu sama lain menunjukkan kriteria hubungan kesahan kelompok faktor wujud antara kesemua faktor (Lihat Jadual 6).

JADUAL 5 : Hasil ujian Analisis Faktor

Kelompok faktor	Muatan Faktor	Min¹	Komunaliti	Peratusan Varians
------------------------	----------------------	------------------------	-------------------	--------------------------

Kebolehpercayaan				70.23
(1) LZS menyediakan perkhidmatan yang cepat	0.895 0.842	3.70 3.89	.801 .708	
(2) Pelbagai kategori permohonan untuk memenuhi keperluan asnaf	0.844	3.79	.712	
(3) Prosedur permohonan zakat jelas				76.29
Bertindak balas	0.870	3.70	.757	
(1) Bersedia menerima cadangan penambahbaikan	0.900 0.901	3.76 3.67	.809 .812	
(2) Menyediakan pelbagai bentuk hebahan				81.47
(3) Menyediakan perkhidmatan secara sistematik	0.916	3.77	.839	
Jaminan	0.901	3.73	.812	
(1) Kakitangan LZS sentiasa berbudi bahasa dengan pelanggan	0.939	3.82	.883	
(2) Kakitangan LZS sentiasa menghormati pelanggan	0.921	3.72	.848	82.64
(3) LZS menjaga kerahsiaan maklumat pelanggan	0.918	3.75	.843	
	0.915	3.79	.837	
Empati				
(1) LZS sentiasa memahami keperluan pelanggan				80.89
(2) Kakitangan LZS sentiasa prihatin terhadap pelanggan	0.912 0.915	3.70 3.80	.833 .837	
(3) LZS memberi perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan	0.908	3.74	.824	
Kewujudan				
(1) Kakitangan LZS bersikap profesional				
(2) LZS mempunyai reputasi yang baik				
(3) LZS memproses permohonan pelanggan secara berperingkat				

Nota: ¹ Min berdasarkan nilai skala likert; nilai 1=sangat tidak setuju hingga nilai 5=sangat setuju
Kesemua pembolehubah melepasi ujian Bartlett's Test of Sphericity: dan signifikan pada aras keertian 1%

Cronbach Alpha (α) keseluruhan= 0.965; nilai= 0.70 dan lebih menjelaskan keutuhan skala

JADUAL 6 : Korelasi antara kelompok faktor

Kelompok	(1) Kebolehpercaya n	(2) Bertinda k balas	(3) Jaminan	(4) Empati	(5) Kewujuda n	(6) Keseluruha n Perkhidmat an
(1) Kebolehpercayaan	1	.818				
(2) Bertindak balas	.635	1				
(3) Jaminan	.631	.769	1			
(4) Empati	.672	.770	.756	1		
(5) Kewujudan	.485	.718	.791	.825	1	
(6) Keseluruhan Perkhidmatan		.581	.656	.646	.666	1

Nota: kesemua pembolehubah adalah signifikan pada aras keertian 1%

JADUAL 7 : Hasil Regresi

Pembolehubah	Model I	Model II
Konstan/ Intersep	2.058 (1.662)	-2.572 (.912)
Tahap pendidikan (1)	.594 (.581)	.494* (.285)
Jenis Perniagaan	1.412 (1.249)	.145 (.569)
Bidang Perniagaan (1)	.098 (.520)	.798* (.344)
Tempoh Berniaga (1)	-.401 (.467)	.171 (.204)
Kebolehpercayaan	.895 (.777)	.281 (.407)
Bertindak Balas	.837 (1.075)	.300 (.497)
Jaminan	.333 (.723)	.178 (.397)
Empati	1.747* (.940)	.918* (.490)
Kewujudan	3.041* (1.296)	.560 (.476)
Hosmer and Lemeshow Test (χ^2)	4.420 ^{ns}	10.838 ^{ns}
Cox & Snell R ²	.531	.153
Nagelkerke R ²	.759	.204

Nota: () ralat piawai

(1) pemboleh ubah dami

^{ns} tidak signifikan

Model I: regresi binari logistik. Pemboleh ubah bersandar : Perkhidmatan Keseluruhan LZS

Model II: regresi binari logistik. Pemboleh ubah bersandar : Bayaran zakat perniagaan usahawan

* Signifikan pada aras keertian 5%

Berdasarkan Jadual 7, dua model telah dibentuk dan dianalisis menggunakan analisis regresi logistik. Jika dilihat kepada model I, hanya dua pemboleh ubah yang signifikan, iaitu faktor empati dan kewujudan, kedua-dua pemboleh ubah tersebut berhubungan secara positif dan signifikan masing-masing pada aras keertian 10 peratus dan 5 peratus terhadap pembolehubah perkhidmatan keseluruhan LZS. Ujian padanan model I menggunakan kaedah *Hosmer and Lemeshow* mencatatkan nilai *Chi-Square* sebanyak 4.420 (sig=0.817) dengan 8 darjah kebebasan. Kedudukan ini menunjukkan bahawa model mempunyai padanan yang baik dengan data. Namun begitu nilai R^2 pula yang menunjukkan variasi kesemua pemboleh ubah kepada model agak besar iaitu dalam lingkungan sekitar 53.1 peratus hingga 75.9 peratus. Model II pula menunjukkan terdapat tiga pembolehubah yang signifikan iaitu tahap pendidikan, bidang perniagaan serta faktor empati yang berhubungan secara positif dan signifikan pada aras keertian 10 peratus, 5 peratus dan 10 peratus terhadap pemboleh ubah bayaran zakat perniagaan oleh usahawan. Ujian padanan menggunakan kaedah *Hosmer and Lemeshow* mencatatkan nilai *Chi-Square* sebanyak 10.838 (sig=0.038) adalah signifikan menunjukkan model ini mempunyai padanan yang kurang baik dengan data. Walau bagaimanapun model I adalah lebih baik berbanding model II dari segi nilai R^2 iaitu *Cox and Snell* dan *Nagelkerke* bagi model II masing-masing adalah bernilai dalam lingkungan 15.3 peratus dan 20.4 peratus. Ini menunjukkan variasi pembolehubah bebas bagi model I adalah lebih besar menerangkan pembolehubah bersandar.

Hasil kajian ini jelas menunjukkan beberapa pemboleh ubah yang signifikan dan perlu diberi perhatian berdasarkan pemerhatian terhadap kedua-dua model ini. (1) Model I adalah lebih baik berbanding Model II kerana model mempunyai padanan yang baik dengan data. Oleh itu dua pembolehubah bebas yang signifikan iaitu faktor empati dan kewujudan perlu diberi perhatian oleh LZS. (2) Faktor empati adalah berhubungan secara positif dan signifikan dalam kedua-dua model menunjukkan ia adalah konsisten dan amat penting dipertimbangkan oleh LZS. (3) Faktor kewujudan menunjukkan signifikan dalam model I dan perlu diberi perhatian walaupun tidak konsisten tahap kesignifikannya dalam model II. Oleh itu hasil kajian ini walaupun menguji pembolehubah bersandar yang berbeza dalam model yang berbeza namun sekurang-kurangnya dapat menjelaskan beberapa pembolehubah yang signifikan dan perlu diberi perhatian oleh LZS sekiranya ingin meningkatkan kualiti perkhidmatan mereka.

PERBINCANGAN DAN IMPLIKASI DASAR

Hasil kajian menunjukkan faktor empati iaitu perhatian secara individu yang diberikan oleh LZS kepada pelanggannya merupakan faktor yang penting dalam menilai kualiti perkhidmatan LZS. Ini berdasarkan ujian analisis yang faktor yang telah dibuat, faktor empati mempunyai varian keseluruhan yang tertinggi yang mempengaruhi kualiti perkhidmatan LZS berbanding faktor-faktor yang lain. Bukan itu sahaja, analisis regresi logistik juga menunjukkan faktor empati berhubungan secara positif dan signifikan. Ini menunjukkan bahawa faktor ini amat penting dan perlu dipertimbangkan oleh LZS bagi meningkatkan tahap kepuasan prestasi perkhidmatan mereka. Ini disokong oleh kajian M. Khalit (2002) yang mana aspek latihan, pengiktirafan dan mengutamakan pelanggan merupakan aspek yang paling utama mempengaruhi kualiti perkhidmatan bahagian perkhidmatan pengguna sektor awam. Terdapat juga kajian yang menggunakan metod yang sama seperti kajian ini dan didapati wujud hubungan positif antara prestasi perkhidmatan asas dan faktor kakitangan perpustakaan. Elemen-elemen yang terdapat dalam faktor ini ialah ramah mesra, memuaskan pertanyaan pelanggan dan sentiasa bersedia untuk pelanggan (N.Huda, Chai Siew Fun & Fazli 2009).

Bagi faktor kewujudan iaitu kemudahan fizikal dan peralatan yang terdapat di LZS serta penampilan semua kakitangan yang terlibat dalam aktiviti memberi perkhidmatan di LZS juga merupakan faktor yang perlu ditekankan oleh LZS. Berdasarkan kajian, faktor ini berhubungan secara positif dan signifikan. Ini disokong oleh kajian Azimatun et.al. (2012) yang mana faktor kewujudan dan bertindakbalas menjadi fokus dalam menentukan teknik penambahbaikan bagi klinik-klinik di luar bandar. Dalam perbankan Islam pula, faktor kewujudan merupakan salah satu faktor yang terpenting selain faktor empati dan responsif. Imej Islam yang ditunjukkan oleh perbankan Islam telah berjaya menarik minat masyarakat untuk berurusan dengan perbankan Islam (Abu Bakar, Muhammad Hashim & Hisham 2005). Oleh itu, kajian ini selaras dengan kajian lepas yang menyatakan faktor kewujudan adalah penting dan menjadi keutamaan pelanggan dalam mempengaruhi kualiti perkhidmatan sesebuah institusi khususnya LZS.

Berdasarkan kedua-dua faktor ini, LZS dicadangkan supaya setiap kakitangan perlu dilatih supaya lebih mesra, prihatin dan sentiasa memberi perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan melalui cara kerja yang efektif. Kakitangan yang cekap memahami apa yang berlaku dan apa yang tidak berlaku serta dapat membentuk ikatan kepercayaan dan kehormatan dengan pelanggan, lazimnya akan membentuk satu hubungan pelanggan dalam jangka panjang. Latihan mengenai hubungan dengan pelanggan adalah penting dan ini terpakai kepada kakitangan di semua peringkat (Baizuri et. al. 2011). Oleh itu, hubungan erat antara kakitangan LZS dan pelanggan perlu dijaga supaya kesetiaan pelanggan wujud terhadap LZS. Bukan itu sahaja, LZS dicadangkan supaya mengadakan pelbagai aktiviti bersama pelanggan dan masyarakat sekitar seperti sentiasa turun padang meninjau keadaan asnaf, mengadakan kursus keusahawanan untuk meningkatkan kemahiran usahawan muslim, Hari bersama pelanggan dan pelbagai aktiviti lain. Secara tidak langsung, ini akan menonjolkan imej dan reputasi yang baik terhadap LZS supaya disenangi oleh masyarakat.

Walau bagaimanapun, faktor-faktor lain juga perlu diberi perhatian dan diperbaiki dari semasa ke semasa. Ini penting kerana perkhidmatan yang baik dan berkualiti menjadi sebahagian daripada perkara asas kepada LZS untuk berjaya. Kesedaran untuk meningkatkan kualiti dalam setiap perkhidmatan yang disediakan ini bukan lagi menjadi perkara mudah malah ia menjadi satu tanggungjawab berat untuk dilaksanakan. Dalam menghasilkan perkhidmatan yang berkualiti, Islam telah meletakkan asas yang kukuh bersandarkan dalil naqli. Ini berdasarkan hadis Nabi Muhammad S.A.W yang bermaksud :

“Sesungguhnya Allah menyukai seseorang jika apabila kamu melakukan sesuatu tugas, maka kamu melakukannya dengan itqan”.

Berdasarkan hadis di atas, maka kita dapat lihat bahawa suruhan dari nabi Muhammad sendiri amat menggalakkan tuntutan itqan. Itqan bermaksud melakukan sesuatu dengan penuh komitmen, sempurna dan sentiasa menjadikan kecemerlangan sebagai kayu ukur. Konsep itqan ini amat berkait rapat dengan pembudayaan kualiti diri. *Istiqamah* dan tekun dalam melaksanakan sesuatu tugas yang diberikan akan memberikan impak positif iaitu akan diredhai dan disukai oleh Allah S.W.T (Muhammad Faisal, 2014).

KESIMPULAN

Kualiti perkhidmatan memainkan peranan yang penting dalam industri perkhidmatan seperti perkhidmatan institusi zakat. Perkhidmatan yang baik dan berkualiti menjadi sebahagian daripada perkara asas kepada institusi untuk berjaya. Kesedaran untuk meningkatkan kualiti dalam setiap perkhidmatan yang disediakan ini bukan lagi menjadi perkara mudah malah ia menjadi satu tanggungjawab berat untuk dilaksanakan. Perkhidmatan terbaik dihasilkan daripada sistem kerja yang terbaik. Oleh itu, LZS khususnya di daerah Sepang perlu memperkemas proses kerja dengan menggabung jalin teknologi terkini bagi menghasilkan perkhidmatan yang sentiasa melebihi jangkauan pelanggan. Perkhidmatan ini perlu berteraskan kepada akhlak Islam dalam suasana yang menerapkan unsur ibadah selaras dengan tuntutan zakat yang ditunaikan bagi mendapat keredhaan Allah SWT dan bukan selain daripadanya. Selaku institusi penggerak kepada pelaksanaan syariat dan imej Islam, maka LZS perlu menyediakan perkhidmatan yang terbaik selaras dengan hukum syara' supaya natijah Islam sebagai *al-din* yang memberi rahmat kepada sekalian alam dapat direalisasikan.

RUJUKAN

- A. Halim A. Bakar, Hairunnizam Wahid, & Sanep Ahmad. (2014). Pembayaran Zakat Perniagaan Dan Imej Korporat Usahawan Muslim: Satu Kajian Awal Di Daerah Sepang, Selangor. Proceedings Of SMEKI 2014, International Conference Muamalat, Economics & Islamic Finance. pp 220-240.

- A. Halim M. Noor et. al. (2015). Efficiency of Islamic Institutions: Empirical Evidence of Zakat Organizations' Performance in Malaysia. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(2) : 282-286.
- Ab. Mumin A. Ghani & Fadillah Mansor (2006). *Dimensi Pengurusan Islam*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Abu Mazaya Al-Hafiz (2010). *Zakat Penjana Ekonomi Islam*. Selangor : Al-Hidayah Publication.
- Adibah Abdul Wahab & Joni Tamkin Borhan (2014). Faktor Penentu Pembayaran Zakat Oleh Entiti Perniagaan Di Malaysia: Satu Tinjauan Teori. *Shariah Journal* 22(3) : 295-322.
- Ahmad Shahir Makhtar & Adibah Abdul Wahab. (2010). *Pengurusan Zakat Di Negeri Selangor: Isu Dan Cabaran*. Kertas Kerja ini dibentangkan dalam Konvensyen Kebangsaan Perancangan dan Pengurusan Harta Dalam Islam,UKM, 14 Julai 2010.
- Anuar Muhammad (2008). Perception Of Academicians Toward Zakat Administration Particularly Zakat Distribution: The Case Of Selangor And Kelantan. Gombak: Universiti Islam Antarabangsa Malaysia.
- Arash Shahin. (2010). SERVQUAL and model of service quality gaps: A framework for determining and prioritizing critical factors in delivering quality services. *International Journal of Engineering Science and Technology*, 1: 2-10.
- Azimaton, Salmiah & Ahamad (2012). Kajian Keratan Rentas Perbandingan Kepuasan Pelanggan Di Antara Klinik-Klinik Kesihatan Primer Luar Bandar Dan Bandar Di Daerah Hulu Langat Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *Malaysian Journal of Public Health Medicine* 12(2): 52-67.
- Azizah Abdul Rahman & Rose Alinda Alias. (2000). SERVQUAL dalam penilaian kualiti servis sistem maklumat. Kertas dibentangkan pada Proceedings of the National Conference on Management Science/Operations Research School of Mathematical Sciences, USM and MSORSM
- Baizuri Badrudin et. al.(2011). Clients' Perception Towards JAKIM Service Quality In Halal Certification. *Journal of Islamic Marketing* 3 (1) : 59-71.
- Hairunnizam Wahid & Radiah Abdul Kader. (2010). Localization of Malaysian Zakat Distribution: Perceptions of Amil and Zakat Recipients. in Abdul Ghafar et.al (edt.) Proceedings of Seventh International Conference. The Tawhidi Epistemology: Zakat and Waqf Economy. pp. 461-484
- Hairunnizam Wahid, Sanep Ahmad & Radiah Abdul Kader (2009). Cadangan Penyetempatan Pengagihan Zakat. *Jurnal Syariah*. 17 (1): 89-112
- Hairunnizam Wahid, Sanep Ahmad & Radiah Abdul Kader (2009). Pengagihan Zakat oleh Institusi Zakat di Malaysia: Mengapakah Masyarakat Islam Tidak Berpuashati? *Jurnal Ekonomi Malaysia* 46(2): 17-27.
- Haliyana Tonot & Atiah Ibrahim (2014). *Penilaian Kualiti Perkhidmatan Di One Stop Center Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (Kuis): Satu Kajian Rintis*. Kertas kerja dibentangkan dalam Social Sciences Research ICSSR 2014 di Kota Kinabalu, Sabah, 9-10 Jun 2014.
- Hamizul Abdul Hamid (2012). *Eksklusif Zakat*, Petaling Jaya : Galeri ilmu Sdn Bhd.

- I.A. Imtiaz (2000), "Introduction", dalam I.A. Imtiaz et al. (eds.), *Management of Zakah in Modern Muslim Society*, Jeddah: IRTI/IDB, hh. 11-28.
- Lubis et. al. (2011) *Enhancement Of Zakat Distribution Management System: Case Study In Malaysia*. IIUM Press, Kuala Lumpur, 67-77.
- M. Khalit Othman (2002). Aspek-aspek Yang Menyokong Pengurusan Kualiti Dalam Perkhidmatan Teknologi Maklumat: Fokus Kepada Bahagian Perkhidmatan Pengguna Sektor Awam. *Jurnal Antarabangsa (Teknologi Maklumat)*. 3 : 33-52.
- Mahadi Mohammad & W.M.Khairul Firdaus (2013). Falsafah Pengagihan zakat menurut Islam diambil pada 1 April 2015 daripada <http://www.unisza.edu.my/>
- Mahyuddin Abu Bakar & Abdullah Abd Ghani (2011). Towards Achieving the Quality of Life in the Management of Zakat Distribution to the Rightful Recipients (The Poor and Needy) , *International Journal of Business and Social Science* 2 (4):237-246.
- Mamat, K. (2003). *Kualiti perkhidmatan Perbankan Islam dan Kepuasan Pelanggan*. Tesis Sarjana, Universiti Utara Malaysia.
- Mohd Rais Haji Alias, Perutusan Pengurus Besar PPZ-MAIWP, Laporan Tahunan Zakat,2003 diambil pada 1 April daripada www.maiwp.gov.my/
- Muhammad Faisal bahari. (2014). *Kepuasan Pelajar Terhadap Kualiti Perkhidmatan Perbankan Islam Di Malaysia*. Disertasi, Universiti Malaya.
- N.Huda Ramli, Chai Siew Fun & Fazli Idris (2009). Kajian Kepuasan Pelanggan Terhadap Perkhidmatan Perpustakaan Universiti Awam di Malaysia. *Jurnal Pengurusan* 28 : 23-43.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: a Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Services Quality. *Journal of Retailing*, 64(1) : 12-40.
- Ram Al Jaffri Saad et. al. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gelagat Kepatuhan Zakat Perniagaan, *Jurnal Pengurusan* 30 : 49-61.
- Richard Y. Chang & P. Keith Kelly (1994). *Satisfying Internal Customer First!* . California: Richard Chang Associates.
- Samsinar Md Sidin, Md. Zabid Abdul Rashid & Raja Anis Rahyuwati Raja Zainal. (2001). Measuring customers' perceived service quality in hotel industry. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, 9(2): 71-85.
- Sanep Ahmad & Hairunnizam Wahid (2005). Persepsi Agihan Zakat dan Kesannya terhadap Pembayaran Zakat Melalui Institusi Formal. *Jurnal Ekonomi Malaysia*. 39 : 53-69.
- Shawal Kaslam (2009). *The Advancement of e-Zakat for Delivering Better Quality Service and Enhancing Governance Sphere of Zakat Institution in Malaysia*, Kertas kerja dibentangkan dalam World Zakat Forum di Universiti Gajah Mada Yogyakarta, Indonesia, 27 – 30 Mei 2009.
- Siddiq fadzil. (1992). *Minda Melayu Baru*. Kuala Lumpur: Institut Kajian Dasar.
- Siti Arni Basir, Bharudin Che Pa & R. Hisyamudin R. Sulong (2009). Prinsip-prinsip Kualiti Ke Arah Melahirkan Usahawan Muslim Yang Berjaya. *Jurnal Shariah*, 17(2), 327-352.

Wan Omar, W. (1996). *Pengurusan Islam Abad Ke 21*. Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors Sdn. Bhd.

Zulkifli Mohamad Al-Bakri (2010). *Ahkam Wa Fatawa al-Zakah, Pelbagai Hukum dan Fatwa Zakat*. Bandar Baru Bangi: Darul Syakir Enterprise

Penafian

Pandangan yang dinyatakan dalam artikel ini adalah pandangan penulis. Jurnal Pengurusan dan Penyelidikan Fatwa tidak akan bertanggungjawab atas apa-apa kerugian, kerosakan atau lain-lain liabiliti yang disebabkan oleh / timbul daripada penggunaan kandungan artikel ini.