

Layanan Zis Di Masjid Daarul Muhajir Kec. Margaasih Kab. Bandung

Cahyadi Supyansuri, Abdur Rahmanesa, Anna Noviana

Prodi Administrasi Bisnis,
Politeknik LP3I

Email: csupyansuri@yahoo.com, nesa@plb.ac.id, annanoviana@plb.ac.id

Abstrak: Ibadah Zakat merupakan salah satu kewajiban umat islam dan merupakan rukun Islam yang ke-empat dengan mengeluarkan, menyisihkan, dan membayarkan sebagian harta atau penghasilannya kepada orang lain yang membutuhkan. Khususnya Ibadah Zakat Fitrah pelaksanaannya setelah ibadah Shaum pada bulan Ramadan hingga waktu penyerahkannya yang paling utama adalah setelah shalat subuh dan sebelum shalat Ied sesuai dengan hadis dari Abu Hurairah.

Masjid Daarul Muhajir yang merupakan bagian dari Lembaga Amil Zakat (LAZ) telah melakukan fungsinya dengan memberikan layanan penerimaan dan pendistribusian zakat, infaq, dan sedekah bagi umat muslim warga Komplek Bumi Asri Mekar Rahayu dan sekitarnya. Hasil penelitian diperoleh yakni sistem pelayanan Masjid Daarul Muhajir memiliki serangkaian proses dalam tata kelola zakat, infaq, sedekah (ZIS) dimulai dari tahap persiapan, penerimaan, pendistribusian, dan peningkatan kualitas layanan dalam hal pencatatan yang dilakukan secara transparan dengan menggunakan aplikasi ZIS *online*.

Kata kunci: ZIS, Masjid, Pelayanan

PENDAHULUAN

Zakat, infak, dan sedekah (ZIS) merupakan istilah yang sudah tidak asing lagi bagi umat Islam karena termasuk salah satu kewajiban yang merupakan bagian dari Rukun Islam. Secara umum, ketiganya (ZIS) sudah bisa dipahami sebagai perbuatan pemberian atau dukungan dalam bentuk uang kepada pihak lain dengan menyisihkan sebagian rizkinya. Zakat jika dilihat dari sisi hubungan memiliki dua dimensi, yaitu: vertikal dan horisontal. Dalam persepsi di atas dapat dinyatakan bahwa zakat adalah perwujudan ibadah seorang muslim kepada Allah SWT sekaligus pengejawantahan rasa peduli terhadap sesama manusia.

Dalam agama Islam, perintah menunaikan zakat fitrah telah disyariatkan sejak tahun kedua Hijriyah. Dalil tentang zakat fitrah juga telah disebutkan dalam Al-Qur'an dan hadits. Berikut salah satu sabda Rasul mengenai zakat.

Dari Ibnu Umar r.a. bahwa Rasulullah SAW bersabda:

"Islam itu dibangun atas lima perkara: bersaksi bahwa tiada Tuhan selain Allah dan bahwa Muhammad adalah Utusan Allah, mendirikan sholat, menunaikan zakat, berhaji ke Baitullah, dan berpuasa di bulan Ramadan." (HR Bukhari).

Pada masa Rasulullah SAW pengelolaan zakat dilakukan dengan cara pengumpulan zakat perorangan dan membentuk panitia pengumpul zakat. Rasulullah juga menegaskan kepada para petugas zakat untuk tidak membedakan dan mempermudah urusan masyarakat dalam tata kelola zakat dengan baik, dengan tidak mementingkan kepentingan sendiri sehingga melupakan hak-hak dan kepentingan fakir dan miskin.

Di era modern sekarang banyak bermunculan badan pengelola zakat. Di Indonesia secara umum pengelolaan zakat dilakukan oleh Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil Zakat. Dimana Badan Amil Zakat Nasional yang selanjutnya disebut BAZNAS adalah lembaga yang melakukan pengelolaan zakat secara nasional sementara Lembaga Amil Zakat yang selanjutnya disingkat LAZ adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. (Peraturan Pemerintah no 14 Tahun 2014 Pasal 1).

Masjid merupakan bagian dari LAZ sering berperan aktif di kehidupan masyarakat dalam mengumpulkan dan pendistribusian zakat. Namun peran masjid ini seringkali dianggap belum memberikan pelayanan yang maksimal. Hal tersebut disampaikan oleh Didin Hafidudin selaku Ketua BAZNAS yang mengemukakan pendapat bahwa saat ini masjid belum maksimal dalam mengelola zakat. Ada beberapa langkah yang bisa ditempuh masjid guna mengoptimalkan peran sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang terdekat dengan masyarakat. Menurut dia, pihak masjid perlu melakukan sosialisasi rutin tentang hakekat dan kegunaan zakat karena selama ini pengertian zakat masih dipahami secara konvensional dan tidak komprehensif. Menurut Didin, pihak masjid bisa menekankan pemahaman kepada khalayak bahwa zakat adalah media penting dalam upaya meningkatkan kesejahteraan. Zakat dapat diberdayakan sebagai pilar mengatasi keterpurukan umat termasuk masalah kemiskinan. "Potensi zakat luar biasa untuk mengatasi persoalan umat", jelasnya. Selain itu, tambah dia, pihak masjid perlu mencanangkan program-program pemberdayaan zakat yang hasilnya bisa langsung dirasakan oleh masyarakat. Didin menegaskan, lembaga amil zakat harus bertindak profesional berlandaskan prinsip amanah dan akuntabilitas.

(<https://kemenag.go.id/nasional/masjid-belum-maksimal-kelola-zakat-h7q8g8>).

Masjid Daarul Muhajir semenjak didirikan telah memainkan peran sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ), yaitu membantu dalam hal layanan pengumpulan dan pendistribusian ZIS umat muslim warga Komplek Bumi Asri Mekar Rahayu dan sekitarnya.

KAJIAN PUSTAKA

Definisi Layanan

Layanan merupakan aspek yang tidak dapat dikesampingkan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini. Banyak konsumen yang menilai kinerja perusahaan dari sisi layanan, ketika layanan yang diberikan oleh perusahaan melampaui ekspektasi konsumen maka akan tercipta kepuasan pada diri konsumen dan dapat berdampak membuat konsumen menjadi loyal kepada perusahaan.

Zeithaml dkk (2013, 3) menjelaskan bahwa layanan adalah perbuatan, proses, dan kinerja yang disediakan atau diproduksi bersama oleh satu entitas atau orang untuk entitas atau orang lain.

Kotler dan Keller (2016:422) mendefinisikan bahwa yang dimaksud dengan jasa/layanan adalah tindakan atau kinerja apa pun yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun. Produksinya mungkin atau mungkin tidak terkait dengan produk fisik.

Model Kualitas Jasa

Zeithaml dkk (2013:35) menyoroti terdapat lima kesenjangan yang dapat menyebabkan kegagalan pengiriman jasa:

Gap 1: The Listening Gap

Kesenjangan mendengarkan, adalah perbedaan antara harapan pelanggan terhadap layanan dan pemahaman perusahaan tentang harapan tersebut. Alasan utama mengapa banyak perusahaan tidak memenuhi harapan pelanggan adalah bahwa perusahaan tidak memiliki pemahaman yang akurat tentang apa harapan tersebut.

Gap 2: The Service Design and Standard Gap

Persepsi yang akurat tentang harapan pelanggan diperlukan, tetapi tidak cukup, untuk memberikan layanan yang unggul. Prasyarat lain adalah adanya desain layanan dan standar kinerja yang mencerminkan persepsi yang akurat tersebut. Tema yang berulang di perusahaan jasa adalah kesulitan yang dialami dalam menerjemahkan harapan pelanggan ke dalam spesifikasi kualitas layanan yang dapat dipahami dan dijalankan oleh karyawan.

Gap 3: The Service Performance Gap

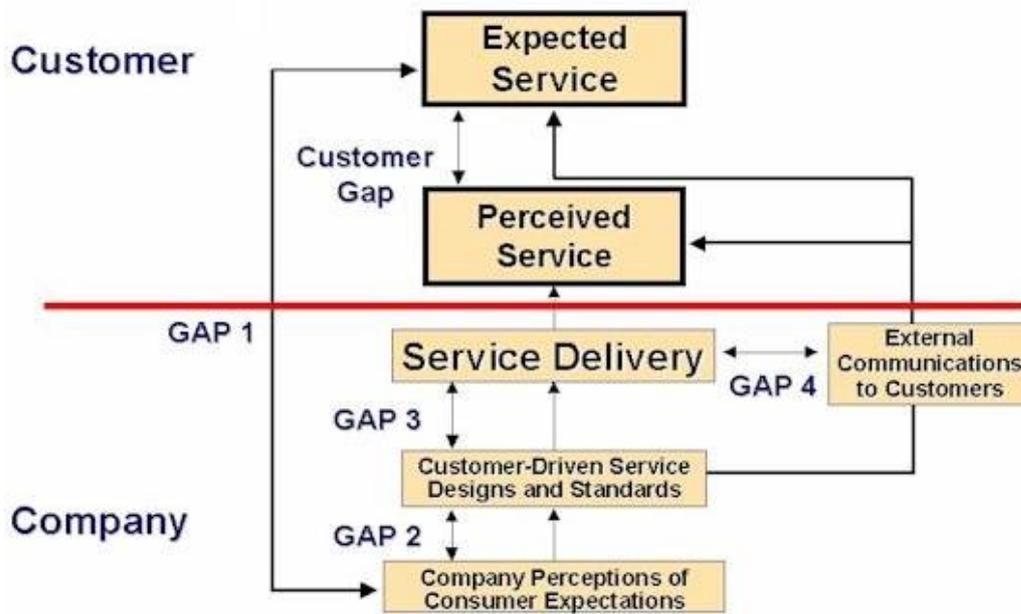
Kesenjangan kinerja layanan adalah perbedaan antara pengembangan standar layanan yang digerakkan oleh pelanggan dan kinerja layanan aktual oleh karyawan perusahaan. Bahkan ketika ada pedoman untuk melakukan layanan dengan baik dan memperlakukan pelanggan dengan benar, kinerja layanan berkualitas tinggi bukanlah suatu kepastian. Standar harus didukung oleh sumber daya yang tepat (orang, sistem, dan teknologi) dan harus ditegakkan agar efektif yaitu, karyawan harus diukur dan diberi kompensasi berdasarkan kinerja di sepanjang standar tersebut.

Gap 4: The Communication Gap

Kesenjangan komunikasi, menggambarkan perbedaan antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal penyedia layanan. Janji yang dibuat oleh perusahaan jasa melalui iklan media, tenaga penjualan, dan komunikasi lainnya dapat meningkatkan harapan pelanggan, standar yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas layanan. Perbedaan antara layanan aktual dan yang dijanjikan, oleh karena itu, dapat memperlebar kesenjangan pelanggan. Janji yang dilanggar dapat terjadi karena berbagai alasan: terlalu menjanjikan dalam iklan atau penjualan pribadi, koordinasi yang tidak memadai antara operasi dan pemasaran, dan perbedaan dalam kebijakan dan prosedur di seluruh outlet layanan.

Gap 5: The Customer Gap

Kesenjangan pelanggan adalah perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan. Harapan pelanggan adalah standar atau titik referensi yang dibawa pelanggan ke dalam pengalaman layanan, sedangkan persepsi pelanggan adalah penilaian subyektif dari pengalaman layanan aktual. Harapan pelanggan sering terdiri dari apa yang pelanggan percaya harus atau akan terjadi. Misalnya, ketika Anda mengunjungi restoran mahal, Anda mengharapkan tingkat layanan yang tinggi, yang jauh lebih unggul daripada tingkat yang Anda harapkan di restoran cepat saji. Menutup kesenjangan antara apa yang diharapkan pelanggan dan apa yang mereka rasakan sangat penting untuk memberikan layanan berkualitas; Ini membentuk dasar untuk model GAPS.

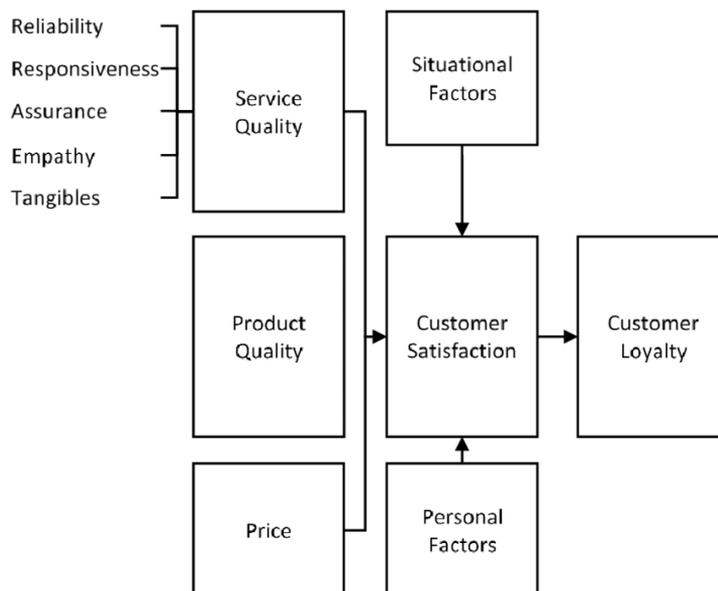


Gambar-1 Gaps Model of Service Quality

(Sumber: Zeithaml dkk. 2013. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*)

Dimensi Kualitas Jasa

Penelitian menunjukkan bahwa pelanggan tidak melihat kualitas secara unidimensional melainkan menilai kualitas berdasarkan beberapa faktor yang relevan dengan konteks. Dimensi kualitas layanan telah diidentifikasi melalui penelitian perintis Parsu Parasuraman, Valarie Zeithaml, dan Leonard Berry. Penelitian mereka telah mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan yang berlaku di berbagai konteks layanan. Lima dimensi yang didefinisikan di sini ditunjukkan pada Gambar-3 sebagai pendorong kualitas layanan (Zeithaml dkk, 2013:79).



Gambar-2 Customer Perceptions of Quality and Customer Satisfaction

(Sumber : Zeithaml dkk. 2013. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*)

Dimensi Kualitas Jasa

Kerin dkk. (2009:316) mengidentifikasi terdapat lima dimensi dari kualitas jasa sebagaimana dapat dilihat pada table 1

Tabel 1 Lima Dimensi dari Kualitas Jasa

(Sumber : Kerin dkk. 2009. *Marketing*)

Dimensi	Definisi
Keandalan	Kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara andal dan akurat
Responsivitas	Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat
Jaminan	Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan
Empati	Perhatian, perhatian individual diberikan kepada pelanggan
Wujud	Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi

Atribut Kualitas Jasa

Kotler dan Keller (2016:442) menjelaskan masing-masing atribut dari kualitas jasa sebagaimana ditampilkan dalam tabel 2.

Tabel 2 SERVQUAL Attributes

(Sumber : Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management*)

Dimensi	Atribut
Keandalan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan ▪ Keandalan dalam penanganan masalah layanan pelanggan ▪ Melaksanakan jasa dengan benar pada saat pertama ▪ Menyediakan jasa pada waktu yang dijanjikan ▪ Mempertahankan catatan bebas kesalahan ▪ Karyawan yang mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan
Responsivitas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Selalu memberitahu pelanggan tentang kapan layanan akan dilaksanakan ▪ Layanan tepat waktu bagi pelanggan ▪ Kesiapan untuk merespons permintaan pelanggan
Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Karyawan yang menanamkan keyakinan pada pelanggan ▪ Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi

Dimensi	Atribut
	mereka
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Karyawan yang selalu sopan
Empati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian ▪ Mengutamakan kepentingan terbaik pelanggan ▪ Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka ▪ Jam bisnis yang nyaman
Wujud	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peralatan modern ▪ Fasilitas yang tampak menarik secara visual ▪ Karyawan yang memiliki penampilan rapi dan professional ▪ Bahan yang berhubungan dengan jasa mempunyai daya Tarik

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan secara kualitatif untuk mendeskripsikan Layanan ZIS di Masjid Daarul Muhajir Mekar Rahayu, Kec. Margaasih, Kab. Bandung dalam bentuk kalimat yang tertulis dengan informasi yang diperoleh dari para narasumber serta hasil pengamatan langsung dan dokumentasi dari masjid. Deskripsi dipaparkan secara lebih mendalam mengenai masalah-masalah yang terjadi pada fokus penelitian. Penelitian Kualitatif. Bogdan dan Taylor dalam Maleong (2013:4) mendefinisikan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Selain itu pola studi kasus digunakan dalam penelitian ini. Ulfatin (2013:48) mengemukakan, “Studi kasus sebagai suatu metode penyelidikan secara langsung dengan latar yang alamiah dan memusatkan perhatian pada satu peristiwa secara intensif dan rinci”. Pola ini sangat sesuai digunakan dalam penelitian ini karena langsung memusatkan pada proses Layanan ZIS yang menjadi fokus penelitian yang dapat mengungkap proses Layanan ZIS secara mendalam dan detail.

Selanjutnya peneliti sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Hal ini sesuai dengan disampaikan Hutomo dalam Bungin (2001:56) bahwa “Peneliti sendiri merupakan instrumen penelitian yang paling penting di dalam pengumpulan data dan penginterpretasian data”. Peneliti sangat diperlukan dalam hubungan komunikasi yang baik dengan narasumber, sehingga proses penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

Hasil dan Pembahasan

Tahapan Layanan ZIS

Tahapan Layanan ZIS 1444H di Masjid Daarul Muhajir dibagi dalam tiga tahap kegiatan antara lain:

A. Persiapan ZIS

Dalam tahap persiapan, panitia melakukan rapat dan merancang beberapa hal berikut:

1. Jadwal Layanan ZIS

- Jadwal layanan ZIS dilaksanakan pada:
- a. Waktu layanan ZIS: 10 terakhir bulan Ramadan (tanggal 12 sd 21 April 2023).
 - b. Jam layanan ZIS:
 - Jam 08:00 s/d 14:00 (shift-1)
 - Jam 14:00 s/d 21:00 (shift-2)
2. Petugas Penerima ZIS
Petugas penerima ZIS berjumlah 6 orang yang terdiri dari remaja masjid.
 3. Administrasi
Dalam rangka tertib administrasi, pengurus menetapkan bahwa pengelolaan ZIS tahun ini akan menggunakan aplikasi ZIS *online* <https://bumiasrizis.com/>
 4. Supplier Beras
Pengurus menetapkan bahwa supplier beras yang akan diajak kerja sama dalam hal pengadaan beras dan harus mau menerima sisa stok beras serta pembayaran bisa dilakukan secara angsuran (tidak tunai).
 5. Pengelompokan Beras
Beras zakat fitrah dibagi dalam 5 kelompok harga berdasarkan jenis beras yang biasa dikonsumsi oleh warga Kompleks Perumahan Bumi Asri:
 - Kelompok a bawa sendiri.
 - Kelompok b harga Rp. 11.000/kg.
 - Kelompok c harga Rp. 12.000/kg.
 - Kelompok d harga Rp. 13.000/kg.
 - Kelompok e harga Rp. 14.000/kg.Jumlah stok beras ditetapkan berdasarkan data penerimaan ZIS pada tahun sebelumnya seperti dapat dilihat pada tabel-3. Berikut data stok beras yang dikumpulkan:
 - Kelompok a = 15%
 - Kelompok b = 7%
 - Kelompok c = 43%
 - Kelompok d = 13%
 - Kelompok e = 22%Estimasi total stok beras zakat fitrah yang harus disediakan oleh panitia berkisar 3 ton.
 6. Membuat Paket Beras
Guna memudahkan pembayaran bagi Muzaki maka akan dibuatkan paket beras berat 2,5 kg (1 sha') dengan nilai rupiah yang mengacu kepada masing-masing kelompok beras.
 7. Rancangan Jumlah Mustahik
Merencanakan jumlah Mustahik (penerima ZIS) sesuai dengan kelompoknya.
 - a. Kelompok pertama (Ring-1) yaitu Mustahik yang tinggal dalam satu kompleks dengan Masjid.
 - b. Kelompok kedua (Ring-2) yaitu Mustahik tinggal diluar kompleks Masjid dan masih bertentanga.
 - c. Kelompok ketiga (Ring 3) yaitu Muzaki yang tinggal jauh yang mengajukan proposal permohonan ZIS.
 8. Rancangan Distribusi
Merencanakan pendistribusian ZIS sesuai dengan kelompoknya.

- a. Kelompok pertama (Ring-1) akan dilakukan secara *drop ship* (diantar ke alamat koordinator Ring-1 oleh petugas panitia) pada hari terakhir bulan Ramadan.
- b. Kelompok kedua (Ring-2) akan dilakukan secara *drop ship* (diantar ke alamat koordinator Ring-2 oleh petugas panitia) pada hari terakhir bulan Ramadan.
- c. Kelompok ketiga diambil oleh para penanggung jawab yang tertera dalam proposal pada hari terakhir bulan Ramadan.

Tabel 3 Rekapitan Penerimaan ZIS 1443 H

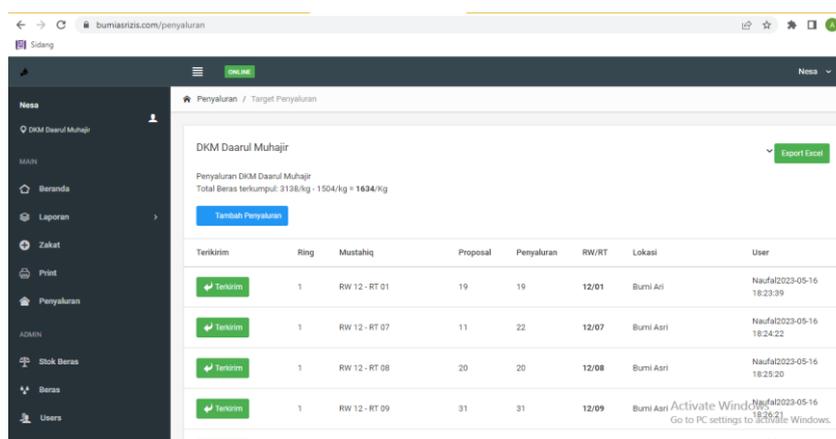
(Sumber : Data Laporan Panitia ZIS DKM Masjid Daarul Muhajir)

No.	Kelompok Beras	Jiwa	Kg	%Kg
1	Bawa sendiri	163	477,21	15
2	Harga @11.000	89	222,50	7
3	Harga @12.000	531	1.327,50	43
4	Harga @13.000	162	405,00	13
5	Harga @14.000	274	685,00	22
Total		1.219	3.117,21	

B. Penerimaan ZIS

Layanan yang dilakukan pada saat penerimaan:

1. Waktu layanan penerimaan ZIS
Waktu layanan penerimaan ZIS dilakukan pada 10 hari terakhir bulan Ramadan, yaitu tanggal 12~21 April 2023 (21~29 Ramadan 1444 H).
2. Jam buka layanan ZIS
Layanan ZIS terdiri dari 2 shift.
 - Shift 1: 08.00-14.00
 - Shift 2: 14.00-21.00
3. Petugas layanan ZIS
Petugas yang melayani penerimaan ZIS terdiri dari 6 orang, dimana 3 orang bertugas shift pagi dan 3 orang bertugas shift siang.
4. Ruang penerimaan ZIS
Panitia layanan ZIS menyediakan 3 buah meja layanan yang terletak di depan ruang madrasah.
5. Layanan Transaksi ZIS
 - Muzaki datang ke masjid menemui petugas di meja yang telah disediakan.
 - Petugas dan Muzaki melakukan ijab qobul.
 - Petugas menginput transaksi ZIS melalui aplikasi ZIS *online* <https://bumiasrizis.com/>



Gambar-4 Tampilan Penyaluran ZIS

6. Penyimpanan Beras ZIS

Setelah menerima titipan dari Muzaki selanjutnya petugas menyimpan beras ZIS di ruang madrasah.

C. Layanan Pendistribusian ZIS

1. Mengalokasikan Distribusi Beras

Petugas mengalokasikan beras berdasarkan Ring.

2. Distribusi Beras

- a. Petugas mengantarkan beras (*drop ship*) kepada Ring-1 yang terdiri dari 18 RT dari 2 RW.
- b. Petugas mengantarkan beras (*drop ship*) kepada Ring-2 yang terdiri dari 23 RT dari 3 RW.
- c. Petugas menghubungi pihak yang mengajukan proposal melalui telp dan WhatsApp sesuai dengan data yang tercantum dalam proposal, dari 47 proposal yang masuk hanya 38 proposal yang bisa dihubungi.

3. Membuat Laporan

Panitia membuat laporan kegiatan Ramadan yang salah satu poinnya berisikan mengenai kegiatan penerimaan dan pendistribusian ZIS.

4. Menata Kembali Ruang Penerimaan dan Gudang ZIS

Panitia merapikan kembali ruangan yang digunakan untuk penerimaan (ruang depan madrasah) dan gudang ZIS (ruang dalam madrasah) dengan mengembalikan meja dan kursi ke ruang semula, mengembalikan beras yang tidak terdistribusi kepada supplier, menyapu serta mengepel ruang depan dan dalam madrasah.

5. Penutupan Kegiatan Layanan ZIS

Penutupan kegiatan layanan ZIS dilaksanakan setelah semua seksi selesai membuat laporan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian dengan mengacu pada dimensi kualitas pelayanan menunjukkan sebagai berikut:

Dimensi	Atribut
Keandalan	Layanan sesuai dengan hari yang telah dijanjikan, yaitu 10 hari terakhir di bulan Ramadan
	Layanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, yaitu jam 09.00-21.00

Dimensi	Atribut
	Proses layanan sederhana dan mudah dipahami
	Petugas menginput data dengan akurat
	Petugas memiliki pemahaman yang memadai mengenai ZIS
	Petugas mendistribusi ZIS kepada Mustahik dengan tepat (Ring-1, Ring-2, dan Ring-3)
Responsivitas	Petugas aktif menginformasikan tentang pelaksanaan layanan ZIS
	Petugas memberikan layanan tepat waktu
	Petugas sigap dalam melayani
	Petugas memiliki kesiapan dalam merespon pertanyaan atau permintaan
Jaminan	Petugas bersikap sopan dalam melayani
	Petugas bersikap ramah dalam melayani
	Petugas mampu memberikan informasi yang sesuai
Empati	Petugas melayani dengan penuh perhatian
	Petugas mengerti apa yang dibutuhkan oleh Muzaki
	Petugas sungguh-sungguh dalam melayani
Wujud	Petugas berpenampilan rapi
	Petugas menyediakan perlengkapan yang memadai (meja, kursi, dll)
	Petugas menyediakan sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan (aplikasi)

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa layanan kegiatan penerimaan dan pendistribusian ZIS di Masjid Daarul Muhajir dilakukan dengan metode yang baik melalui tahapan persiapan, penerimaan, dan pendistribusian ZIS. Ditinjau dari sisi layanan terjadi peningkatan dibanding tahun sebelumnya yaitu dalam hal pencatatan yang dilakukan secara lebih transparan dengan menggunakan aplikasi ZIS *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kuantitatif. Edisi 2 Cetakan 5*. Jakarta: Kencana.
- Kerin, Roger A., Hartley, Steven W., and Rudelius, William. 2009. *Marketing, Nine Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management. 15th ed., Global Edition*. London: Pearson Education.
- Maleong, L. J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. PT Remaja Rosda Karya.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo, and Gremler, Dwayne D. 2013. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, Sixth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- (<https://kemenag.go.id/nasional/masjid-belum-maksimal-kelola-zakat-h7q8g8> diakses tanggal 14 Juni 2023).