

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil, antara lain adalah:

1. Pada penelitian ini, variabel kualitas pelayanan zakat yang dilakukan oleh lembaga amil zakat khususnya RZI mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berzakat muzakki di LAZ RZI.
2. Pada penelitian ini, variabel *Social marketing* (pemasaran sosial) yang dilakukan oleh lembaga amil zakat khususnya RZI mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berzakat muzakki di LAZ RZI.
3. Pada penelitian ini, variabel kualitas pelayanan dan *Social marketing* yang dilakukan oleh lembaga amil zakat khususnya RZI secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berzakat muzakki di LAZ RZI.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, ada beberapa hal yang penulis sarankan:

1. Bagi lembaga amil zakat, dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berzakat *muzakki*. Secara kualitas pelayanan, dalam penelitian ini menggunakan pengukuran *Servqual* (*Reliability, Responsiveness, Assurance, empathy dan tangible*) ternyata dimensi *emphaty* yang didalamnya terdiri dari keterbukaan atas kritik dan saran, transparansi informasi dana dinilai *muzakki* masih kurang, oleh sebab itu lembaga amil zakat harus terus berbenah diri dalam meningkatkan keterbukaan atas kritik dan saran serta transparansi dalam seluruh kegiatannya.
2. Variabel *social marketing* yang dalam penelitian ini diwakili oleh 4 P *marketing mix*, menunjukkan bahwa dimensi *place* atau saluran distribusi

yang dilakukan RZI disamping memanfaatkan kemudahan teknologi, seharusnya memberikan perhatian kepada saluran distribusi yang sifatnya tradisional, seperti kantor layanan atau unit pengumpul zakat di instansi atau lembaga seperti masjid. Karena tidak semua masyarakat dapat menjangkau saluran distribusi melalui teknologi modern

3. Lembaga amil zakat harus memberikan perhatian khusus bagi muzakki yang telah membayar zakat dilembaga yang bersangkutan, karena dari penelitian ini menunjukkan bahwa muzakki belum mempunyai loyalitas yang tinggi pada satu institusi zakat, padahal loyalitas *muzakki* dan sosialisasi oleh muzakki akan memberikan efek yang signifikan dalam pengumpulan zakat.
4. Dari penelitian ini terlihat bahwa sosialisasi formal dan non formal diapresiasi dengan baik oleh masyarakat, oleh sebab itu bagi pihak *ulama* (pemuka agama Islam) dan *umara* (pemerintah) senantiasa memberikan penyadaran dan pemahaman kepada umat, untuk senantiasa menyalurkan zakatnya di lembaga amil yang resmi, karena menyalurkan zakat di lembaga amil yang resmi akan lebih *maslahat*.
5. Bagi pihak akademik, sebagai masukan untuk memperkaya khazanah ilmu dan pengetahuan khususnya tentang zakat dan untuk bahan penelitian selanjutnya. Terlebih penelitian ini hanya membahas tentang faktor yang ada di lembaga amil zakat. Faktor lain yang menyangkut kondisi internal muzakki seperti faktor keimanan, pendidikan dan kesadaran belum diteliti.