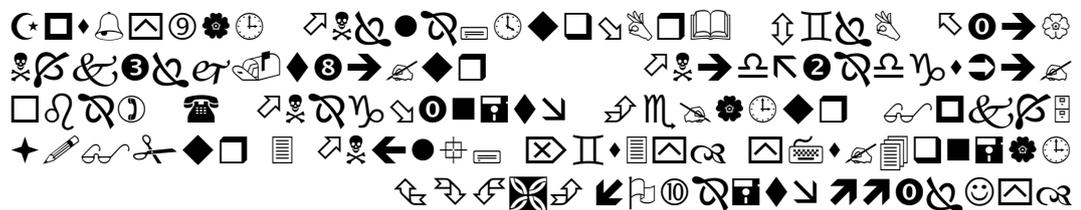


BAB I

PENDAHULUAN

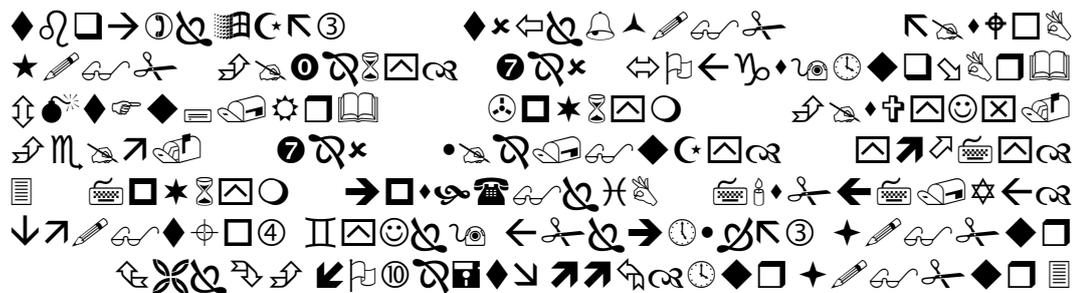
1.1 Latar Belakang Penelitian

Islam sebagai agama yang membawa rahmat bagi alam semesta telah mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya bidang ekonomi (Apriyanto, 2016). Ekonomi Islam mengatur pembangunan melalui instrumen dana pembangunan Islam di antaranya adalah zakat, infak dan sedekah. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Q.S At-taubah ayat 103.



Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan. Mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.

Manfaat dari mengeluarkan harta di jalan Allah pun dijelaskan dalam Q.S Al baqoroh ayat 261.



Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.

Melihat ayat di atas, tentu pengelolaan zakat, infak dan sedekah ini sangat penting sehingga mampu mewujudkan keadilan ekonomi yang merata dan mampu menciptakan kesejahteraan ekonomi.

Berdasarkan UU No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat disebutkan bahwa terdapat dua lembaga yang mengelola zakat di Indonesia yaitu

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS).

Zakat dan infak di Indonesia mempunyai peluang pengoptimalan yang sangat besar karena penduduk negara ini mayoritas adalah muslim. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (dikutip dalam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2013) jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 207.176.162 jiwa atau sebesar 87,21% dari jumlah penduduk Indonesia. kemudian dari jumlah tersebut, 41.763.592 atau sebesar 20,16% dari jumlah penduduk muslim di Indonesia terdapat di Jawa Barat. Artinya bahwa mayoritas penduduk muslim terbesar di Indonesia tinggal di Jawa Barat.

Berdasarkan besarnya jumlah penduduk muslim tersebut, tentu hal ini dapat menjadi potensi penerimaan zakat dan infak yang besar. Hal ini dibuktikan juga melalui penelitian Firdaus & Beik (2012) menyebutkan bahwa potensi zakat nasional pada tahun 2011 mencapai angka 3,4 persen dari total PDB, atau dengan kata lain potensi zakat di Indonesia diperkirakan mencapai Rp 217 triliun. Bahkan yang lebih terbaru yaitu menurut penelitian BAZNAS, potensi zakat nasional pada tahun 2015 sudah mencapai Rp 286 triliun di mana angka ini dihasilkan dengan menggunakan metode *ekstrapolation* yang mempertimbangkan pertumbuhan PDB pada tahun-tahun sebelumnya. Namun, potensi yang besar tersebut berbanding terbalik dengan realisasi penerimaan zakat, infak dan sedekah di negara Indonesia ini. Hal ini dapat dilihat pada data realisasi penerimaan ZIS di Indonesia dari tahun 2010-2015 berikut ini.

Tabel 1. 1
Jumlah Penghimpunan ZIS di Indonesia (tahun 2010 – 2015)

Tahun	Penerimaan ZIS (Milyar Rupiah)
2010	1500
2011	1729
2012	2200
2013	2700
2014	3300
2015	3700

Sumber : Outlook Zakat Nasional (BAZNAS, 2017)

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa potensi ZIS pada tahun 2015 sebesar Rp 286 triliun tersebut hanya mampu direalisasikan sebesar 3,7 triliun saja. Sehingga potensi tersebut belum sepenuhnya teroptimalkan.

Sementara itu, jika data tersebut lebih dispesifikkan lagi kepada provinsi Jawa Barat yang merupakan penduduk muslim terbesar yang ada di Indonesia, potensi zakat, infak dan sedekah di Jawa Barat sangat besar, bahkan bisa mencapai Rp17,6 triliun. Namun yang bisa tergali dari potensi itu masih kecil, hal itu terbukti pada tahun 2016, Baznas Jabar hanya mampu mengumpulkan Rp 500 milyar dari zakat, infak dan sedekah (baznasjabar.org).

Rendahnya penerimaan zakat di Indonesia disebabkan karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Di antaranya menurut Mardoni et al. (2012) menjelaskan bahwa terdapat tiga macam prioritas masalah dalam pengelolaan zakat di Indonesia yaitu dari masalah sisi regulator, masalah dari sisi Organisasi Pengelola Zakat (OPZ), serta masalah dari muzaki dan mustahik. Hal ini lebih dipertegas oleh Yusrizal et al. (2017) beberapa persoalan mendasar yang menyebabkan terjadinya ketimpangan antara potensi zakat dengan dana zakat yang terkumpul, diantaranya: 1). Regulasi yang sudah dibuat oleh pemerintah melalui UU No. 38 tahun 1999 belum dirasakan sempurna karena baru sebatas mengatur bagaimana mengelola dana zakat, namun belum menyentuh persoalan yang lebih esensial yaitu bagaimana mengumpulkan zakat dari muzakki, serta sanksi apa yang diberikan kepada yang enggan untuk menunaikan zakatnya. 2). Lembaga dan badan amil zakat yang telah ada, belum memberikan pelayanan yang semestinya terhadap masyarakat. Sehingga hal ini berdampak pada rendahnya kepercayaan (*trust*) masyarakat. Selain itu, menurut Zainal (2016) rendahnya kepercayaan pada institusi zakat disebabkan karena distribusi zakat yang tidak efisien, reputasi yang tercoreng dan kualitas pelayanan yang rendah.. Hal ini diperkuat oleh Kertajaya dalam Elrado (2014) bahwa kepercayaan pelanggan merupakan aset perusahaan untuk mencapai loyalitas pelanggan.

Konsep loyalitas pelanggan dipahami sebagai kombinasi sikap senang pelanggan (*customer's favorable attitude*) dan perilaku pembelian ulang

(Lupiyoadi, 2013). Sementara menurut Anderson dalam Saktiandy (2013) menyatakan bahwa apabila pelanggan memiliki kepercayaan dan keyakinan terhadap produk atau layanan yang diberikan akan menimbulkan kesetiaan pelanggan (loyalitas) sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Oleh karena itu, pada konteks lembaga amil zakat (LAZ) sebagai lembaga sosial diharapkan donatur akan senantiasa membayarkan zakat, infak dan sedekah jika kualitas pelayanan baik sehingga berpengaruh pada kepercayaan donatur dan dari sanalah yang akan menjadikan donatur tetap loyal kepada LAZ tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya secara empiris yang mengkaji tentang pelayanan di antaranya oleh Elrado et al. (2014) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari lima indikator yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan. Sementara itu, penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap loyalitas selain diteliti oleh Elrado et al. (2014) juga diteliti oleh Sugiyati (2013) yang menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Kemunculan berbagai organisasi pengelola zakat dan perkembangannya yang semakin baik dari tahun ke tahun melahirkan sebuah tantangan persaingan dalam mencari dan mempertahankan donatur satu sama lain. Salah satu organisasi pengelola zakat swasta di Indonesia adalah Yayasan Semai Sinergi Umat atau Sinergi Foundation.

Sinergi Foundation merupakan lembaga amil zakat nasional milik publik yang berupaya mendorong, menginspirasi, serta membangun kolaborasi menuju masyarakat yang mandiri dan berkarakter. Sinergi Foundation *concern* mendorong pengembangan kreativitas dan inovasi sosial pemberdayaan berbasis Wakaf Produktif dan ZIS (Zakat, Infaq Sedekah) yang mempunyai kewajiban untuk mendistribusikan dana yang telah dihimpun dari berbagai donatur kepada orang yang berhak mendapatkannya (mustahik).

Sinergi Foundation berupaya menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat dilakukan dengan mengembangkan pelayanan donatur yang baik. Namun, pelayanan donatur bukan sekedar keunggulan kompetitif, tetapi pelayanan donatur adalah ujung tombak yang membuat suatu lembaga zakat mendapatkan citra yang baik di mata para donatur.

Seiring berjalannya waktu, Sinergi Foundation pun mengalami berbagai macam masalah di antaranya adalah berkaitan dengan loyalitas donatur. Hal ini dapat dilihat dari tabel laju pertumbuhan donatur yang aktif rutin berdonasi selama lima tahun terakhir.

Tabel 1. 2
Perkembangan Donatur Aktif Sinergi Periode 2013 – 2017

Tahun	Jumlah Donatur (orang)	Jumlah Donatur yang masih aktif berdonasi
2013	18765	4261
2014	18796	3954
2015	20629	3610
2016	24034	4967
2017	24237	4339

Sumber : *Hasil Wawancara dengan CRM Sinergi Foundation (2018)*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah donatur yang pernah bertransaksi di Sinergi Foundation mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun peningkatan jumlah donatur yang pernah berdonasi tersebut tidak sebanding dengan jumlah donatur yang masih aktif berdonasi di lembaga tersebut. Oleh karena itu dari tahun ke tahun jumlah donatur yang masih aktif di Sinergi mengalami fluktuatif atau bahkan penurunan jumlah transaksi. Hal tersebut bisa terlihat pada tabel di atas setiap tahunnya donatur yang masih aktif di Sinergi terjadi fluktuatif dan terakhir pada tahun 2017 donatur yang masih aktif berdonasi hanya sebanyak 4339 orang sementara semua donatur yang pernah berdonasi sebanyak 24237 orang . Dengan demikian bisa dipahami bahwa loyalitas donatur terhadap Sinergi Foundation masih kurang. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen menurut Umar (2014) diantaranya adalah kualitas pelayanan, citra merek, kepuasan konsumen, dan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu,

pada penelitian ini yang menjadi faktor penyebab rendahnya loyalitas donatur adalah kepercayaan donatur dan kualitas pelayanan pada LAZ Sinergi Foundation.

Loyalitas tersebut menjadi salah satu penyebab rendahnya penerimaan ZIS di Sinergi Foundation. Padahal potensi ZIS di Jawa Barat saja mencapai 17,6 trilyun. Hal ini dapat dilihat dari perolehan dana ZIS di Sinergi Foundation selama lima tahun terakhir.

Tabel 1. 3
Penerimaan dana ZIS di Sinergi Foundation Periode 2013-2017

Tahun	Zakat	Infak	Shodaqoh	Total
2013	Rp 5.876.691.834	Rp 2.338.906.596	Rp 226.826.841	Rp 8.442.425.271
2014	Rp 5.687.314.029	Rp 2.391.971.409	Rp 1.252.773.241	Rp 9.332.058.679
2015	Rp 4.456.908.948	Rp 2.406.341.766	Rp 2.192.648.302	Rp 9.055.899.016
2016	Rp 5.048.853.358	Rp 2.919.285.199	Rp 1.069.460.903	Rp 9.037.599.460
2017	Rp 4.917.154.058	Rp 3.216.522.048	Rp 458.886.015	Rp 8.592.562.121

Sumber : Hasil Wawancara dengan CRM Sinergi Foundation (2018)

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik meneliti berkaitan dengan kualitas pelayanan Lembaga Amil Zakat Sinergi Foundation dan kepercayaan donatur serta dampaknya terhadap loyalitas para donatur kepada LAZ tersebut. Oleh karena itu, judul penelitian skripsi ini adalah “Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Donatur serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Donatur (Survei pada LAZ Sinergi Foundation)”

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Potensi zakat di Indonesia mencapai 286 trilyun (*Outlook Zakat Nasional BAZNAS 2017*);
2. Potensi zakat tidak sesuai dengan realisasi penerimaan zakat (BAZNAS, 2017) (*Outlook Zakat Nasional BAZNAS 2017*);
3. Jawa Barat yang merupakan jumlah penduduk terbesar di Indonesia mengalami masalah rendahnya penerimaan zakat (baznasjabar.org);

4. Lembaga dan badan amil zakat yang telah ada, belum memberikan pelayanan yang semestinya terhadap masyarakat. Sehingga hal ini berdampak pada rendahnya kepercayaan (*trust*) masyarakat (Yusrizal, ghafur, & Sabri, 2017);
5. Ketidakpercayaan masyarakat kepada LAZ di antaranya disebabkan karena kualitas pelayanan yang kurang sehingga menurunkan loyalitas donatur kepada LAZ (Saktiandy, 2013)

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji masalah zakat dari sisi donatur. Permasalahan tersebut karena rendahnya loyalitas para donatur untuk berzakat, infak dan sedekah di LAZ.

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Bertitik tolak dari latar belakang masalah penelitian dan gejala yang teridentifikasi di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini ke dalam perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi kualitas pelayanan, kepercayaan donatur dan loyalitas donatur kepada LAZ Sinergi Foundation?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan LAZ terhadap kepercayaan donatur?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas donatur kepada LAZ Sinergi Foundation?
4. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan donatur terhadap loyalitas donatur kepada LAZ Sinergi Foundation?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan LAZ terhadap loyalitas donatur kepada LAZ Sinergi Foundation dengan kepercayaan donatur sebagai variabel *intervening*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran dan pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan donatur dan loyalitas dalam membayar zakat, infak dan sedekah di LAZ Sinergi Foundation.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan donatur dan loyalitas donatur serta juga dapat sebagai referensi untuk peneliti-peneliti yang sejenis dalam mengembangkan ilmu pengetahuan
2. Kegunaan Praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan atau bahan pertimbangan bagi Sinergi Foundation dalam mengelola penghimpunan zakat dan menjaga kepercayaan masyarakat.