

TESIS

**PENGARUH PROGRAM PEMBERDAYAAN DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PEMBAYAR ZIS
DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ DAN SHADAQAH DI LAZ YANG
BERKANTOR PUSAT DI SURABAYA**



DODY EKA SAKTIANDY

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2013**

TESIS

**PENGARUH PROGRAM PEMBERDAYAAN DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PEMBAYAR ZIS
DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ DAN SHADAQAH DI LAZ YANG
BERKANTOR PUSAT DI SURABAYA**

DODY EKA SAKTIANDY

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2013**

ii

**PENGARUH PROGRAM PEMBERDAYAAN DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PEMBAYAR ZIS
DALAM MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ DAN SHADAQAH DI LAZ YANG
BERKANTOR PUSAT DI SURABAYA**

TESIS

Untuk memperoleh Gelar Magister
dalam Program Studi Sains Ekonomi Islam
Pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga

Oleh:

DODY EKA SAKTIANDY

041146022

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2013

LEMBAR PENGESAHAN

**TESIS INI TELAH DISETUJUI
TANGGAL 17 DESEMBER 2013**

Oleh

Pembimbing



**Dr. Muhammad Nafik Hadi Ryandono, S.E., M.Si.
Nip. 197111192005011001**

Mengetahui

**Ketua Program Studi Magister Sains Ekonomi Islam
Pascasarjana Universitas Airlangga**



**Dr. Raditya Sukmana, S.E., M.A.
Nip. 197604132002121003**

Telah diuji pada

Tanggal 30 Agustus 2013

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua : Dr. Muhamad Nafik Hadi Ryandono, S.E., M.Si.

Anggota : 1. Imron Mawardi, SP. M.Si.
2. Leo Herlambang, S.E., M.M.
3. Ari Prasetyo, S.E., M.Si.
4. Tika Widiastuti, S.E., M.Si.

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dody Eka Saktiandy
NIM : 041146022
Program Studi : Magister Sains Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa bagian atau keseluruhan isi penulisan tesis tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akedemisi pada bidang studi dan atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan atau ditulis oleh individu selain penyusun kecuali apabila ditulis dengan format kutipan dalam isi penulisan tesis ini.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di universitas Airlangga.

Surabaya, 10 Juni 2016



Dody Eka Saktiandy
041146022

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Pengaruh Program Pemberdayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pembayar ZIS Dalam Membayar Zakat, Infaq Dan Shadaqah Di LAZ Yang Berkantor Pusat Di Surabaya” dengan baik. Kesejahteraan merupakan aspek penting dari kualitas hidup manusia menjadikannya menarik untuk diteliti. Temuan dalam tesis ini bukanlah merupakan hal yang baru dalam studi mengenai Layanan, kepuasan dan loyalitas. Berbagai pendekatan telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya memberi inspirasi bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan penggunaan indikator kesejahteraan yang berbeda. Semoga tulisan ini dapat menambah hasil studi sebelumnya, dan pengembangan teori. Penulis juga menyadari bahwa walaupun telah berusaha semaksimal mungkin namun hasil penelitian ini masih jauh dari sempurna, karenanya diharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Muhamad Nafik Hadi Ryandono, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan dengan kesabaran meluangkan waktu dalam memberi bimbingan, pengarahan petunjuk serta dorongan semangat dalam penulisan tesis hingga selesai;
2. Rektor Universitas Airlangga Prof. Dr. H. Fasich, Apt yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu di Universitas Airlangga;

3. Prof. Dr. Sri Hajati, S.H., M.S., selaku Ketua program Pascasarjana Universitas Airlangga, Dr. Raditya Sukmana, selaku ketua program studi MSEI Universitas Airlangga serta pengelola dan para dosen program studi MSEI Universitas Airlangga Surabaya yang telah memberi kesempatan dan dukungan bagi penyelesaian studi ini;
4. Imron Mawardi, SP. M.Si., Leo Herlambang, S.E., M.M., Ari Prasetyo, S.E., M.Si., dan Tika Widiastuti, S.E., M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun bagi penyempurnaan tesis ini;
5. Staf administrasi pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga yang telah memberikan kemudahan pelayanan;
6. Isteriku tercinta Astri Probowati, Bapak/Abah, Ibu/Umi, anak-anakku Farih Azfar Adityawarman Saktiandy, Fatih Airlangga J. Saktiandy dan Firdhan Al Ghifari Saktiandy, adik - adikku yang tidak pernah putus memberikan doa dan semangat;
7. Rekan-rekan seperjuangan Magister Sains Ekonomi Islam, terima kasih atas segala masukan dan diskusinya selama ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan semoga tesis ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 30 Agustus 2013

RINGKASAN

Pengaruh Program Pemberdayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pembayar ZIS Dalam Membayar Zakat, Infaq Dan Shadaqah Di LAZ Yang Berkantor Pusat Di Surabaya

Pertumbuhan nilai zakat, infaq dan shadaqah semakin meningkat, hal tersebut disebabkan oleh faktor eksternal maupun internal. Sisi internal disebabkan besarnya informasi serta motivasi dalam melaksanakan pembayaran zakat, infaq dan shadaqah. Sedangkan dorongan eksternal yang dilakukan lembaga amil zakat untuk menumbuhkan peran serta masyarakat dalam berzakat.

Menariknya sebuah lembaga bagi calon donatur dan muzaki ada beberapa hal, diantaranya adalah program yang dimiliki lembaga dalam melakukan pemberdayaan terhadap mustahik dan penerima manfaat serta bagaimana sebuah lembaga amil zakat melakukan pelayanan yang terbaik terhadap donatur/muzakki. Penghimpunan dana Zakat, Infaq dan Shadaqah akan tumbuh disebabkan peran serta lembaga amil zakat (LAZ) dalam melakukan pelayanan yang terbaik bagi pembayar ZIS. Dalam penelitian ini didefinisikan bahwa kualitas pelayanan sebagai derajat ketidakcocokan antara harapan normative donatur pada jasa dan persepsi pelanggan pada kinerja pelayanan yang diterima.

Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dilihat dari persepsi donatur bukan dari persepsi lembaga. Persepsi donatur terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian total atas keunggulan suatu produk yang dapat berupa program ataupun layanan. Program pemberdayaan merupakan daya tarik tersendiri bagi donatur/muzakki, jika berjalan dengan baik akan berimplikasi pada kepuasan donatur, apabila donatur puas, maka akan timbul loyalitasnya. Penelitian dilakukan pada lembaga amil zakat (LAZ) yang berkantor pusat di Surabaya seperti Yayasan Yatim Mandiri dan Lembaga Manajemen Infaq. Penelitian melihat hubungan antara program pemberdayaan dan kualitas layanan dengan kepuasan dan loyalitas. Hasil penelitian dengan menggunakan alat pengujian PLS menghasilkan data sebagai berikut.

Pengaruh program pemberdayaan yang ada di lembaga amil zakat (LAZ) terhadap kepuasan donatur. Pada gambar skema hasil bootstrapping dengan menggunakan software Partial Least Square, didapat skema yang menunjukkan hasil pada tabel 5.11, T-statistik program pemberdayaan (X1) terhadap kepuasan (Y1) sebesar $3,108379 > 1,96$ sehingga hipotesis ini dinyatakan secara signifikan mempengaruhi, dengan kata lain. Nilai original sample estimate adalah positif yaitu sebesar $0,282022$ yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara program pemberdayaan (X1) terhadap kepuasan (Y1) telah sesuai dengan arah hubungan yang ada.

Pengaruh kualitas layanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap kepuasan Donatur. Hasil pengujian dengan menggunakan software Partial Least Square skema hasil bootstrapping, tabel mengenai total effect. Hubungan antara kualitas layanan (X2) dengan kepuasan donatur (Y1), nilai T-statistiknya sebesar $7,265649 > 1,96$ sehingga bisa dikatakan bahwa hubungan antara kualitas layanan (X2)

dengan kepuasan donatur (Y1) signifikan. Nilai original sample estimate adalah positif yaitu sebesar 0,627489 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara kualitas layanan (X2) dengan kepuasan donatur (Y1) telah sesuai dengan arah hubungan yang ada.

Pengaruh kepuasan donatur terhadap Loyalitas dalam membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah di Lembaga Amil Zakat (LAZ). Pengujian dengan menggunakan software Partial Least Square skema hasil bootsraping, tabel mengenai total effect. Hubungan antara kepuasan donatur (Y1) dengan loyalitas (Y2), nilai T-statistiknya sebesar $27,939588 > 1,96$ sehingga bisa dikatakan bahwa hubungan antara kepuasan donatur (Y1) dengan loyalitas (Y2) signifikan. Nilai original sample estimate adalah positif yaitu sebesar 0,748741 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara program pemberdayaan (X1) terhadap kepuasan (Y1) telah sesuai dengan arah hubungan yang ada. Dengan demikian hipotesis H1, H2 dan H3 dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan nilai original sample estimate pada Tabel 5.11 nilai tertinggi original sample estimate yang mempengaruhi kepuasan donatur (Y1) adalah kualitas layanan (X2) yaitu sebesar 0,627489. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan donatur mempunyai pengaruh terhadap kualitas layanan lebih tinggi dari pada pengaruh antara program pemberdayaan terhadap kepuasan donatur yang nilai original sample estimate sebesar 0,282022.

Program Pemberdayaan berpengaruh signifikan secara positif terhadap kepuasan, temuan ini sesuai dengan teori yang ada. Kualitas layanan berpengaruh signifikan secara positif terhadap Kepuasan temuan ini sesuai dengan teori yang ada. Kualitas layanan memiliki pengaruh lebih besar terhadap Kepuasan dibandingkan dengan pengaruh program pemberdayaan terhadap kepuasan. Kepuasan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas, hal tersebut sesuai dengan teori yang ada. Lembaga amil zakat, diharapkan meningkatkan kemampuannya baik dalam layanan dan program pemberdayaannya. Perbaikan pada program pemberdayaan, terutama pada perencanaan dan ukuran keberhasilan sehingga acuan dalam pencapaian lebih baik lagi, selain itu perlu adanya komunikasi yang baik kepada donatur berkenaan dengan program pemberdayaanan yang sedang dijalankan. Profesionalitas dari lembaga amil zakat perlu ditingkatkan sebagai bagian dari kualitas layanan yang akan berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas donatur atau pembayar ZIS.

SUMMARY

The Effect of Empowerment Program and Service Quality for Satisfaction and Loyalty of Zakat, Infaq, Shadaqah Payer in Paying Zakat, Infaq, Shadaqah at Amil Zakat Institutions Where The Main Office Is in Surabaya

Growth in the value of charity, and shadaqah infaq increasing, it is caused by external and internal factors. Due to the large internal side information and motivation in carrying out the payment of zakat, infaq and shadaqah. While the external drive is done amil zakat institutions to foster community participation in the title.

The growth of Zakat, Infaq and Shadaqah is increasing; it is caused by external and internal factors. The internal side is caused by the information gained and also motivation in paying Zakat, Infaq And Shadaqah. Meanwhile the external couragewhich is done by Amil Zakat Institutions is for developing people participation in paying Zakat.

There are some causes of the impression of institution for donor candidates and Zakat payer: the institution's program in empowerment for donors and recipients. And how the way Amil Zakat Institution serves the donors as well. The Submission of Zakat, Infaq, And Shadaqah fund will be raised based on the Amil Zakat Institution participation in giving service for Zakat, Infaq, Shadaqah payer. Based on this research, it can be defined that the high quality of service becomes the order of unfitted donor's expectation normative on its service and the customers on service working received.

The Quality starts from the needs of consumers and ends on consumer's perception. This may imply that good quality can be seen from donor's perception not from perception of the institution. The donor's Perception to service quality is the total votes on the benefits of a product which can be a program or service. The empowerment program is a special attraction for donors If it run well it will have implications on donor's satisfaction, if donors are satisfied, then they will be loyalty. The study was conducted at the Amil Zakat Institution head office at Surabaya as YAYASAN YATIM MANDIRI and LEMBAGA MANAJEMEN INFAQ.

The study concerns at the relationship between empowerment and quality of service with satisfaction and loyalty. The results using PLS tester produces the following data.

The influence of the empowerment program in Amil Zakat Institutions (LAZ) to the satisfaction of donors. In the scheme of bootstrapping results using Partial Least Square software acquired scheme that shows the results in Table 5:11, T-statistics empowerment program (X1) to the satisfaction (Y1) is $3.108379 > 1.96$. So that this hypothesis is stated to significantly affect, it is also said the original sample estimate value is positive that is equal to 0.282022 which indicates that the direction of the relationship between empowerment program (X1) to the satisfaction (Y1) in accordance with the direction of the relationship.

The influence of the service quality of Amil Zakat institution (LAZ) to the satisfaction of donors. the scheme of bootstrapping results using Partial Least Square software acquired scheme that shows the results in Table about total effect. The relationship between quality of service (X2) with donor satisfaction

(Y1), T-statistics value of $7.265649 > 1.96$ so that it can be said that the relationship between the qualities of service (X2) with donor satisfaction (Y1) is significant. The original sample estimate value is a positive that is equal to 0.627489 which indicates that the direction of the relationship between quality of service (X2) with donor satisfaction (Y1) in accordance with the direction of the relationship.

The Influence of donor satisfaction to loyalty in paying Zakat, Sadaqah Infaq and at the Amil Zakat institute (LAZ). Testing using Partial Least Square software scheme bootstrapping result, the chart of the total effect. The relationship between satisfaction donors (Y1) and loyalty (Y2), the value of T-statistics is $27.939588 > 1.96$ so it can be said that the relationship between satisfaction donors (Y1) and loyalty (Y2) is significant. The original sample estimate value is a positive that is equal to 0.748741 which indicates that the direction of the relationship between empowerment (X1) to the satisfaction (Y1) in accordance with the direction of the relationship. Thus the hypothesis H1, H2 and H3 in this study received.

Based on the original sample estimate value in Table 5.11 the highest value of the original sample estimate that influence satisfaction donors (Y1) is the quality of service (X2) that is equal to 0.627489. It shows that the satisfaction donors have an influence on the quality of service is higher than the influence of the empowerment program to the satisfaction of donors that the original sample estimate value is 0.282022.

The empowerment program in a positive significant effect on satisfaction, the findings are consistent with the theory. The Quality of service is a positive significant effect to the satisfaction of the findings are consistent with the theory. The Quality of service has a greater influence on satisfaction than the influence of the empowerment program to satisfaction. Satisfaction is significantly positive effect on loyalty, it is in line with the existing theory. Amil zakat institutions, is expected to improve the ability both in services and empowerment programs. Improvements to the empowerment program, particularly in planning and measures of success so that the reference in achieving is better, besides that needs good communication to donors regarding the empowerment program is being run. Professionalism of amil zakat institutions need to be improved as part of the quality service that will affect the satisfaction and loyalty of donors or ZIS payer.

اختصت

حجّيش ارج اخّي ~ خذت اخذت ع اخضر اة لاء غطرو اة الة اق اصدلت ZIS ذنّف غطروا ة الة اق اصدلت ف بوسيت عا رطروا LAZ اخب لئيس في سئبليا

ةلوت طروا ة الة اق اصدلت بضليذ ، رلس لسبب اعوا اخل نحت اذخيت . خاب اذخيت حسب ويت اة اث افضف دت غطروا ة الة اق اصدلت . خش فيغ اذخيت اخ ح ماب ا بوسيت عا رطروا ة الة اشريت اذخ يتف طروا .

اخغ ~ بوسيت عا رطروا نيش ر اصن يش ارج اوسوف اخّي اسخ سه اخمي فبت يف بوسيت عا رطروا خي تابخي اذي ا اش ر اصن سخ . سخ غ الا لي رطروا الة اق اصدلت لسبب شريت بوسيت عا رطروا ف خذت اخّي اف غطروا الة اق اصدلت ف زالبت ا اخ شوي ف خذت اخّي . ان سخت عا اشكسي اخلعات ا حليلت عذ اش ر طرب ا ف اخذات الاسان ع اداء اخّي .

بظت ا ذدة راخت اسخ ~ ه طخ ا اسان اسخ ~ ه رلب ع ا ذدة اظت خضر ~ اسان اش شرييس ~ اسان ا بوسيت . اسان اش شري ع اخذت اخّي د ع الاصات ع ا نخل اراج او ا شري لبش ارج اخخي ببش ارج اخّي . اشد عذ اش ش ر اصن ، را سلب تبس طروا خي ف سخ اسخ ا شرض ا اسخ ~ ه ر لرض ا اسخ فخب ج لي . عذ لبست ع ا بوسيت عا رطروا اخ حضي ف سئبليا ابشة يخ سخم بوسيت املنة الهاق . طش لبست علاقتي بش ارج اخّي خذت ع لرض الاء . رض زالبت شباخ طربك اخللة PLS رض ج لبيا ا ر ولة .

حجّيش ارج اخّي ار . و اف بوسيت عا رطروا ع شرض اش شرف س س ئي اي زلس اخ يذ بس ع ا لبش . يات اظريت الاقبت اش يبح خا خ س ئي اي ع لس ف لقرت ، 11.5 ، T - الانصا عبش ارج اخّي (X1) ع لرض (Y1) $973801,3 > 69,1$ رخ حمدس زلف شرضيت حجّيش اب ع الاخل اشجيت الصريت احيب اخم فيضيت لي هل ي $0,220282$ اري ني اخ ا علاف بي نبش ارج اخّي (X1) ع لرض (Y1) لذ ا بس باخ ا علاف اخذت .

حجّيش خذت اخذت بوسيت اعا رطروا LAZ ع شرض اش شري . زلس اخ ي بلس ع ا لي لبش . يات اظريت الاقبت اش يبس س ئي اي ع د ع اخميش . علاقتي خذت اخّي (X2) ع شرض اش شري (Y1) ، فحت T - انصل $946562,7 > 69,1$ رخ حمدس ا علاقتي خذت اخذت (X2) ب شرض اش شري (Y1) ا اشجيت الصريت احيب اخم فيضيت لي هل ي $0,984726$ اري ني اخ ا علاقتي خذت اخذت (X2) ب شرض اش شري (Y1) . ا بس باخ ا علاف اخذت .

حجّيش شرض اش شري س لاء ذنّف غطروا الة اق اصدلت بوسيت عا رطروا LAZ زلس اخ ي بلس ع ا لي لبش . يات اظريت الاقبت اش يبس س ئي اي ع د ع اخميش علاقتي شرض اش شري (Y1) با لاء (Y2) فحت T - انصل $885939,93 > 69,1$ رخ حمدس ا علاقتي شرض اش شري (Y1) با لاء (Y2) ا اشجيت الصريت احيب اخم فيضيت لي هل ي حمدس $147847,0$ ي ني ع اخ علاقتي بش ارج اخّي (X1) ع شرض اش شري (Y1) قما ع اخ علاف اخذت . زة ف شرضيت H1 ، H2 ، H3 زالبت جفي .

ع اشجيت الصريت احيب اخم فيضيت ف س س ئي اي 11.5 اشجيت اشجيت الصريت احيب اخم فيضيت حجّيش ع شرض اش شري (Y1) خذت اخذت (X2) حجّيش $984726,0$ ر ني ع شرض اش شري ع اخذت اخذت ع اخميشي ببش ارج اخّي ع شرض اش شري ا لشت اشجيت الصريت احيب اخم فيضيت $220282,0$.

بش أرح أحيي حُدش آلي هلياء عِ لُرضاء، لُرضاء طبلكب طُربت أَّ خُذة. خُذة أُخذت حُتُش أرا
 لي هلياء عِ لُرضاء أرا الأرخشاف طبلكب طُربت أَّ خُذة. خُذة أُخذت حُتُش أويش عِ لُرضاء أطلت
 عِ حُتُش أرح أحيي عِ لُرضاء. لُرضاء أحيي آلي هلياء أرا عِ الأرا طبلكب طُربت أَّ خُذة.
 يوسيت عا طُروا حُتُش لُرحاء طالخ أوا أَّ أُخذت بش أرح أحيي بهي سري ف بش أرح أحيي
 خ صرضاء عِ حُتُش لُش أدا ذرخ صييف ف لُرس الأطل الأرخشاف أصلات زسات س أشر
 ع بش أرح أحيي لُرحاء الأرخشاف عِ يوسيت عا طُرواة بَعْض لُرخة أُخذت س حُتُش عِ
 لُرضاء أرا أشر أرف غطُرواة أرف أُقُضلت.

ABSTRAK**Pengaruh Program Pemberdayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pembayar ZIS Dalam Membayar Zakat, Infaq Dan Shadaqah Di LAZ Yang Berkantor Pusat Di Surabaya**

Peran lembaga amil zakat (LAZ) menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam berzakat. Penghimpunan dana Zakat, Infaq dan Shadaqah tumbuh disebabkan peran serta lembaga amil zakat (LAZ) dalam melakukan pelayanan yang terbaik bagi pembayar ZIS. Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dilihat dari persepsi donatur bukan dari persepsi lembaga. Program pemberdayaan merupakan daya tarik tersendiri bagi donatur/muzakki, jika berjalan dengan baik akan berimplikasi pada kepuasan donatur, apabila donatur puas, maka akan timbul loyalitasnya. Penelitian dilakukan pada lembaga amil zakat (LAZ) yang berkantor pusat di Surabaya seperti Yayasan Yatim Mandiri dan Lembaga Manajemen Infaq. Penelitian melihat hubungan antara program pemberdayaan dan kualitas layanan dengan kepuasan dan loyalitas. Hasil penelitian dengan menggunakan alat penguji PLS menghasilkan data sebagai berikut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh program pemberdayaan yang ada di lembaga amil zakat (LAZ) terhadap kepuasan donatur signifikan dan arah hubungannya telah sesuai dengan arah hubungan yang ada. Pengaruh kualitas layanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap kepuasan donatur signifikan dan arah hubungan telah sesuai dengan arah hubungan yang ada. Pengaruh kepuasan donatur terhadap Loyalitas dalam membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah di Lembaga Amil Zakat (LAZ) signifikan dan arah hubungan telah sesuai dengan arah hubungan yang ada.

Kata kunci : Program Pemberdayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan, Loyalitas.

ABSTRACT**The Effect of Empowerment Program and Service Quality for Satisfaction and Loyalty of Zakat, Infaq, Shadaqah Payer in Paying Zakat, Infaq, Shadaqah at Amil Zakat Institutions Where The Main Office Is in Surabaya**

The Effect of Empowerment and Quality Service to Satisfaction And Loyalty ZIS payer In Paying Zakat, Infaq, Shadaqah in LAZ Head office In Surabaya. The role of Amil Zakat Institutions (LAZ) foster public participation in zakat. the raising of Zakat, Infaq, and shadaqah fund grow due to the participation of Amil Zakat Institutions (LAZ) to do the best service for taxpayers ZIS. The Quality starts from the needs of consumers and ends on consumer perception. This may imply that good quality not seen from donors perception not from the perception of the institution. The empowerment program is a special attraction for donors / muzakki, if it runs well it will have implications on donor satisfaction, if donors are satisfied, then there will be loyalty.

The study was conducted at the Amil Zakat Institution (LAZ) headquartered in Surabaya as Yayasan Yatim Mandiri and Lembaga Manajemen Infaq. The study concerns at the relationship between empowerment and quality of service with satisfaction and loyalty.

The results using PLS tester produces the following data. These results indicate that the effect of the empowerment program in amil zakat institutions (LAZ) to the donors satisfaction is significant and directions relationship in accordance with the direction of the relationship.

The influence of the quality of service Amil Zakat Institution (LAZ) to the satisfaction of a significant donor and direction of the relationship in accordance with the direction of the relationship. The Influence of donor satisfaction to loyalty in paying Zakat, Infaq, and Shadaqah at the Amil Zakat Institutions (LAZ) is significant and the direction of the relationship in accordance with the direction of the relationship.

Keywords: Empowerment Program, Quality of Service, Satisfaction, Loyalty.

اخص

س اعذ يوسيت عا طرواة ع اشخداد شلوت ا سخ ف طرواة اخ اع ا لي طرواة ة الفاق
 اصرنلت اشخداد لا س اعذ يوسيت عا طرواة ع اس رس اخذت اف غطرواة ة الفاق اصرنلت بظيت
 ا ندة زاخت اسخ ه تلخ ا ا اس ان اسخ ه زب ع ا ا ندة ا طيت خضر اس ان
 اس ش ريس اس ان ا يوسيت بيش ا ح ا ح ي ا شدة عذ اس ش ر اصن، لاس ل ب س طشة ع حدة
 س خ ش ا شرواة اسخ ه ل اسر ضا اسخ ه فح ج لئ عذ ل بس ع يوسيت عا طرواة ا ح
 ح خ ف س س ل ب ل ا ث ب شة ي ح س خ م يوسيت ا ل لة الفاق ط ل بس ع علا ق س ي ب ش ا ح ا ح ي
 خدة اخذت ع ل ش ر ا ا لاء نص ز ال بس ش ب ا ح ط ر ب ك ا ح ل لة PLS نص ج ل ي ا ا ث
 ا ر و نة.

ز ل ز ال بس ش ي ا ح ح ش ب ش ا ح ا ح ي ف يوسيت عا طرواة ا شرواة اسخ ه ح ش ا
 ط ل ب ك ب ط ر و ت ا خدة ح ح ش شرواة اسخ ه لاء ف د ف غ طرواة ة الفاق اصرنلت ف يوسيت
 عا طرواة ا ط ل ب ك ب ط ر و ت ا خدة.

ا ي ا ث ل ش ر و ت ب ش ا ح ا ح ي ، خدة اخذت، ل ش ر ا، لاء.

DAFTAR ISI

	Halaman
Sampul Depan.....	i
Sampul Dalam.....	ii
Prasyarat Gelar.....	iii
Persetujuan.....	iv
Penetapan Panitia.....	v
Pernyataan Bukan Plagiat.....	vi
Ucapan Terima Kasih.....	vii
Ringkasan.....	ix
Abstrak.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Studi.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Program Pemberdayaan.....	8
2.1.1.1. Definisi Program Pemberdayaan.....	8
2.1.1.2. Program Pemberdayaan pada Lembaga Amil Zakat.....	10
2.1.1.3. Indikator Keberhasilan Program Pemberdayaan.....	12
2.1.2. Kualitas Layanan.....	14
2.1.3.1. Definisi Kualitas Layanan.....	15
2.1.3.1. Indikator Kualitas Layanan.....	19
2.1.3.1. Kualitas Layanan dalam Islam.....	20
2.1.3. Kepuasan Donatur/ Pelanggan.....	27
2.1.3.1. Definisi Kepuasan.....	27
2.1.3.2. Indikator Kepuasan.....	28
2.1.3.2. Kepuasan dalam Islam.....	30
2.1.4. Loyalitas Donatur/ Pelanggan.....	41
2.1.4.1. Difinisi Loyalitas.....	41
2.1.4.2. Indikator Loyalitas.....	42
2.1.4.3. Loyalitas dalam Islam.....	44
2.1.5. Hubungan Antar Variabel.....	47
2.1.5.1. Hubungan Variabel Program Pemberdayaan dan	

Kepuasan Donatur	47
2.1.5.2. Hubungan Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Donatur	49
2.1.5.3. Hubungan Variabel Kepuasan Donatur dan Loyalitas Donatur	49
2.2. Penelitian Sebelumnya.....	50
 BAB III : KERANGKA BERPIKIR DAN PROPOSISI PENELITIAN...	53
3.1 Kerangka Konseptual	53
3.2 Hipotesis	58
 BAB IV : METODE PENELITIAN.....	59
4.1. Rancangan Penelitian.....	59
4.2. Populasi, Sampel, Besarnya Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	59
4.3. Metode Pengumpulan Data	61
4.4. Sumber Data	62
4.5. Variabel Penelitian.....	63
4.5.1. Klasifikasi Variabel	64
4.5.2. Definisi Operasional Variabel	66
4.6. Uji Validitas	69
4.7. Uji Reliabilitas	69
4.8. Teknik Analisis	70
4.8.1. Model Struktural atau Inner Model	71
4.5.2. Model Pengukuran atau Outer Model.....	72
 BAB V : ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN	
5.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	74
5.1.1. Yatim Mandiri	74
5.1.2. LMI (Lembaga Manajemen Infaq	85
5.2. Deskripsi Variabel Penelitian	90
5.2.1. Program Pemberdayaan	100
5.2.2. Kualitas Layanan	102
5.2.3. Kepuasan Donatur	105
5.2.4. Loyalitas Donatur	106
5.3. Analisis Penelitian	108
5.3.1. Uji Validitas Indikator Variabel	108
5.3.1.1 Uji Validitas Konvergen Variabel Program Pemberdayaan.....	110
5.3.1.2 Uji Validitas Konvergen Variabel Kualitas Layanan.....	112
5.3.1.3 Uji Validitas Konvergen Variabel Kepuasan Donatur	114
5.3.1.4 Uji Validitas Konvergen Variabel Loyalitas Donatur.....	116
5.3.1.5 Uji Validitas Variabel	118
5.3.2. Uji Realibilitas	120
5.3.3. Hasil Pengujian Asumsi Linieritas.....	122
5.3.4. Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	123
5.4. Pengujian Hipotesis	124
 BAB VI : SIMPULAN DAN SARAN	

6.1. Pengaruh Program Pemberdayaan Terhadap Kepuasan Donatur.....	128
6.2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Donatur	142
6.3. Pengaruh Kepuasan Donatur Terhadap Loyalitas	164
6.4. Temuan Teoritis	166
6.5. Keterbatasan Studi	166

BAB VII : PENUTUP

7.1. Kesimpulan	169
7.2. Saran	169

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : Penentuan Variabel Dependen dan Utama	67
Tabel 4.2 : Definisi Operasional dan Variabel	68
Tabel 5.1 : Jumlah Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	92
Tabel 5.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan dan Jenis Kelamin	94
Tabel 5.3 : Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Usia, Pendidikan dan Jenis Kelamin	95
Tabel 5.4 : Jumlah Responden Berdasarkan Lama Jadi Donatur dan Jenis Kelamin	97
Tabel 5.5 : Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Usia, Lama Jadi Donatur dan Jenis Kelamin	98
Tabel 5.6 : Deskripsi Variabel Program Pemberdayaan	101
Tabel 5.7 : Deskripsi Variabel Kepuasan Donatur.....	105
Tabel 5.8 : Deskripsi Variabel Loyalitas Donatur	107
Tabel 5.9 : Skor outer loadings	109
Tabel 5.10 : Skor AVE dan Communalilty	119
Tabel 5.11 : Skor Cronbacs Alpha dan Composite Reliability	121
Tabel 5.12 : Hasil Pengujian Asumsi Linieritas	123
Tabel 5.13 : Nilai R Square	124
Tabel 5.14 : Koefisien Jalur dan Hasil Pengujian Hipotesis	125

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	55
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	57
Gambar 5.1 Informan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	91
Gambar 5.2 Informan Berdasarkan Usia	92
Gambar 5.3 Informan Berdasarkan Pendidikan.....	93
Gambar 5.4 Informan Berdasarkan Lama Jadi Donatur.....	94
Gambar 5.5 Uji Validitas Konvergen Variabel Program Pemberdayaan	110
Gambar 5.6 Uji Validitas Konvergen Variabel Kualitas Layanan.....	112
Gambar 5.7 Uji Validitas Konvergen Variabel Kepuasan Donatur.....	115
Gambar 5.8 Uji Validitas Konvergen Variabel Loyalitas Donatur.....	117

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner.....	174
Lampiran 2. PLS Algoritma.....	176

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pengentasan kemiskinan dalam ekonomi Islam dilakukan melalui dua jalur (Jusmaliani, 2005: 131), yaitu: mendorong orang miskin untuk bekerja keras dan mendorong orang kaya untuk membantu orang-orang miskin. Ekonomi Islam mengajak para hartawan untuk mengeluarkan sebagian hartanya untuk orang lain (seperti: zakat, infaq, shadaqah, ataupun bentuk pengeluaran lainnya) agar tercipta distribusi pendapatan yang lebih adil sehingga kesenjangan antara orang-orang kaya dan orang-orang miskin dapat dikurangi. Seseorang sudah semestinya dapat menunaikan zakatnya untuk mengentaskan kemiskinan, diketahui penyebab kemiskinan terhadap individu atau kemiskinan yang terjadi pada satu kelompok masyarakat maupun yang menimpa pada suatu daerah.

Sebagaimana ALLAH SWT berfirman mengenai fakir dan miskin seperti pada surat : Al-Baqarah: 273

لِلْفُقَرَاءِ الَّذِينَ أَحْصَرُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا يَسْتَطِيعُونَ ضَرْبًا فِي
الْأَرْضِ يَحْسَبُهُمُ الْجَاهِلُ أَغْيَاءً مِنَ التَّعَفُّفِ تَعْرِفُهُمْ بِسِيئَتِهِمْ لَا
يَسْأَلُونَ النَّاسَ إِحْقَافًا وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ ﴿٢٧٣﴾

“(Berinfaqlah) kepada orang-orang fakir yang terikat (oleh jihad) di jalan Allah; mereka tidak dapat (berusaha) di bumi; orang yang tidak tahu menyangka mereka orang kaya karena memelihara diri dari minta-minta. Kamu kenal mereka dengan melihat sifat-sifatnya, mereka tidak meminta kepada orang secara mendesak. Dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan (di jalan Allah), maka sesungguhnya Allah maha Mengetahui.”

Kajian yang dilakukan ADB (Asian Development Bank) dan Baznas (Badan Amil Zakat Nasional) menyatakan, potensi pengumpulan dana zakat Indonesia dapat mencapai Rp 217 Triliun. Kalangan pakar berpendapat Pemberian Zakat, Infak dan Sedekah beberapa tahun belakangan menunjukkan peningkatan seiring pertumbuhan ekonomi Indonesia. Zakat dinilai sebagai salah satu bentuk ibadah umat muslim, yang memberi dampak langsung pada pemerataan ekonomi Indonesia. Potensi perkiraan pemberian zakat, infak dan sedekah (ZIS) di tanah air, jika di akumulasi pertahunnya dapat mencapai 217 triliun rupiah.

Nilai sejumlah itu salah satunya karena Indonesia sebagai negeri dengan penduduk muslim terbesar. Sementara yang tercatat, terhimpun di Asosiasi Lembaga Zakat di Indonesia yaitu Forum Zakat Nasional baru sekitar 1,5 triliun rupiah. Kalau perkembangan dari tahun ke tahun itu cukup berarti maka partisipasi umat muslim harus terus didorong dengan jalan menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk berzakat dan Agar masyarakat percaya dibutuhkan sistem yang baik dari tata kelola yang baik, transparansinya, akuntabel dan responsibility.

Banyak faktor – faktor yang melatar belakangi pertumbuhan membayar zakat dari masyarakat, faktor itu bisa dari eksternal maupun internal. Sisi internal bisa disebabkan besarnya informasi yang didapat serta motivasi dalam melaksanakan pembayaran zakat, infaq dan shodaqoh. Sedangkan dorongan eksternal dibutuhkan peran serta lembaga amil zakat untuk menumbuhkan peran serta masyarakat dalam berzakat dengan jalan memberikan informasi mengenai zakat, infaq dan shodaqoh, serta menjadi lembaga amil yang profesional.

Peran serta lembaga zakat sangat diperlukan, donatur/ muzaki dalam melaksanakan zakat, infaq dan shodaqoh tidak hanya disebabkan adanya motivasi dari dalam dan pengetahuan dalam melaksanakan zakat, infaq dan shodaqoh, akan tetapi pada saat ini muzakki memiliki kesadaran, bahwasannya zakat, infaq dan shodaqoh yang di berikan diharapkan ada kemanfaatan lebih dan tidak hanya sekedar pemberian, hal tersebut yang membedakan pelaksanaan zakat, infaq dan shodaqoh melalui lembaga amil dengan yang dilaksanakan sendiri.

Menariknya sebuah lembaga bagi calon donatur dan muzaki ada beberapa hal, diantaranya adalah program yang dimiliki lembaga dalam melakukan pemberdayaan terhadap mustahik dan penerima manfaat serta bagaimana sebuah lembaga amil zakat melakukan pelayanan yang terbaik terhadap donatur/muzakki. Pertumbuhan membayar zakat dari masyarakat kepada sebuah lembaga, terbentuk karena 2 hal yaitu pembayaran rutin donatur lama dan penambahan donatur baru. Pada lembaga amil zakat (LAZ), donatur atau muzaki terbagi 2, yaitu muzaki rutin yang membayar rutin bulanan dan donatur/muzaki yang membayar hanya pada waktu tertentu saja/tidak rutin.

Penghimpunan dana Zakat, Infak dan Shodaqoh akan tumbuh disebabkan tingkat kesadaran kaum muslim juga peran serta lembaga amil zakat (LAZ) dalam melakukan pelayanan yang terbaik bagi pembayar ZIS. Kualitas pelayanan dibentuk oleh perbandingan antara ideal dengan persepsi dari kinerja dimensi kualitas (Oliver, 1993). Pengukuran kualitas pelayanan oleh Parasuraman et.al., (1985) pada riset eksplanatorinya, menjelaskan pelayanan dan faktor-faktor yang menentukannya. Dalam penelitian ini didefinisikan bahwa kualitas pelayanan sebagai derajat ketidakcocokan antara harapan normative

donatur pada jasa dan persepsi pelanggan pada kinerja pelayanan yang diterima. Dari penelitian ini diperoleh instrumen yang mengukur kualitas pelayanan yang tercakup dalam lima dimensi, yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Untuk menghindari agar tidak terjadi perbedaan persepsi tentang apa yang diberikan oleh lembaga dengan apa yang diinginkan oleh donatur itu sendiri memerlukan manajemen untuk mengidentifikasi apa yang dibutuhkan oleh konsumen secara tepat.

Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen (Kotler, 1997). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dilihat dari persepsi donatur bukan dari persepsi lembaga. Persepsi donatur terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian total atas keunggulan suatu produk yang dapat berupa program ataupun layanan. Program pemberdayaan merupakan daya tarik tersendiri bagi donatur/muzakki, walaupun tidak semua donatur sangat memahami dan mengetahui tentang program yang ada.

Anderson et al. (1994) menyatakan bahwa apabila pelanggan puas terhadap produk atau layanan yang diberikan, akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang (*repurchase*) di masa yang akan datang. Pada konteks lembaga amil zakat (LAZ), sebagai lembaga sosial dan lembaga amil, diharapkan pembayar ZIS akan senantiasa membayarkan Zakat, Infaq dan Shadaqah, jika program pemberdayaan dan kualitas layanannya baik sehingga berpengaruh pada kepuasan donatur dan adanya loyalitas donatur terhadap lembaga. Lembaga amil zakat (LAZ) yang berkantor pusat di Surabaya seperti Yayasan Yatim Mandiri, Lembaga Manajemen Infaq dan YDSF sudah lama berdiri dan dari donatur yang ada, dimana telah menjadi donatur rutin minimal 10 tahun dan berdonasi lebih Rp.100.000 yaitu sebanyak 1000 orang donatur yang menjadi donatur rutin.

Uraian yang telah dijabarkan diatas mengenai program pemberdayaan dan kualitas layanannya serta hubungan pada kepuasan donatur dan adanya loyalitas donatur terhadap lembaga amil zakat maka, judul dari tesis ini adalah “Pengaruh Program Pemberdayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pembayar ZIS dalam Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah di LAZ yang berkantor pusat di Surabaya.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan judul tesis ini maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah program pemberdayaan yang ada di Lembaga amil zakat (LAZ) yang berkantor pusat di Surabaya berpengaruh terhadap Kepuasan Donatur.
2. Apakah kualitas layanan Lembaga amil zakat (LAZ) yang berkantor pusat di Surabaya berpengaruh terhadap kepuasan Donatur?
3. Apakah kepuasan donatur berpengaruh kepada Loyalitas dalam membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah?

1.3. Tujuan Studi

Berdasarkan judul yang dipilih pada tesis ini dan uraian latar belakang pada pendahuluan serta rumusan masalah maka studi ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis dan membuktikan dari program pemberdayaan yang ada di Lembaga amil zakat (LAZ) yang berkantor pusat di Surabaya berpengaruh terhadap Kepuasan Donatur.

2. Menganalisis dan membuktikan dari kualitas layanan Lembaga amil zakat (LAZ) yang berkantor pusat di Surabaya berpengaruh terhadap kepuasan Donatur.
3. Menganalisis dan membuktikan dari kepuasan donatur berpengaruh kepada Loyalitas dalam membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah?

1.4. Manfaat Studi

Berdasarkan uraian diatas, maka studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Diharapkan adanya pengembangan ilmu baik secara teoritis melalui diskripsi, analisis dan sintesis dari fenomena objek yang diteliti, khususnya tentang keterkaitan antara faktor program pemberdayana dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas Muzaki pada Lembaga amil zakat (LAZ) yang berkantor pusat di Surabaya dan lebih lanjut diharapkan dapat dituangkan dalam sebuah model teoritikal operasional Lembaga amil zakat (LAZ) sebagai sumbangan dari ilmu pengetahuan.
2. Secara praktis, diharapkan dapat dipakai sebagai masukan dan bermanfaat bagi pengelolaan Lembaga amil zakat (LAZ) sehingga dapat memberi manfaat dalam pemberdayaan Umat.
3. Diharapkan dengan studi ini, ada perbaikan dalam pelayanan baik terhadap Muzakki dan mustahiq sehingga mendorong Lembaga amil zakat (LAZ) menjadi lebih baik lagi, dengan penelitian ini diharapkan akan terjadi peningkatan jumlah pembayaran Zakat, Infaq dan Shadaqah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Zakat secara bahasa mempunyai beberapa arti. Menurut Wasith dalam Qardhawi (2007;24), kata zakat merupakan kata dasar (masdar) dari *zaka* yang berarti berkah, tumbuh, bersih dan baik. Ibnul „Arabu dalam Shieddiqy (1993:3) menyebutkan bahwa zakat berarti *nama*” (kesuburan), *thaharah* (kesucian), *barakah* (keberkahan). Dasar dari pelaksanaan zakat bisa dilihat pada Al-Qur’an Surat At-Taubah ayat 60 dan 103.

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَاتِ
قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْخُرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً
مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

"Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan)budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai sesuatu ketetapan yang diwajibkan Allah; dan Allah MahaMengetahui lagi Maha Bijaksana." (QS. At-Taubah: 60).

﴿ خذْ مِنْ مَّوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ
سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴾

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan mendo`alah untuk mereka. Sesungguhnya do`a kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. At-Taubah: 103).

QS. At-Taubah: 60, berisikan mengenai golongan-golongan yang berhak menerima zakat, dari ayat ini menjelaskan bahwa program pemberdayaan atau penyaluran dana dengan menggunakan dana zakat, diutamakan pada golongan-golongan tersebut. QS. At-Taubah: 103 menjelaskan, tentang pelaksanaan zakat, dimana zakat tersebut haruslah diambil dari sebagian harta untuk ketentraman jiwa, ayat tersebut menjadi patokan dalam pelaksanaan zakat

Penelitian tesis ini mengambil judul “Pengaruh Program Pemberdayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pembayar ZIS dalam Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah di LAZ yang berkantor pusat di Surabaya” ada beberapa hal yang menjadikan dasar dalam melakukan penelitian ini. Semua ulasan teori di bab 2 ini, berisikan tentang program pemberdayaan, kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas donator. Berikut ulasan tersebut dapat dilihat pada sub-pembahasan selanjutnya pada bab berikut ini.

2.1.1. Program Pemberdayaan

2.1.1.1. Definisi Program Pemberdayaan

Pemberdayaan berasal dari kata “daya” yang mendapat awalan ber- yang menjadi kata “berdaya” artinya memiliki atau mempunyai daya. Daya artinya kekuatan, berdaya artinya memiliki kekuatan. Pemberdayaan artinya membuat sesuatu menjadi berdaya atau mempunyai daya atau mempunyai kekuatan. Pemberdayaan dalam bahasa Indonesia merupakan terjemahan dari empowerment dalam bahasa inggris.

Pemberdayaan sebagai terjemahan dari empowerment menurut Merriam Webster dalam *Oxford English Dicteonary* mengandung dua pengertian yaitu *To give ability or enable to*, yang diterjemahkan sebagai memberi kecakapan/kemampuan atau memungkinkan dan *Togive power of authority to*, yang berarti memberi kekuasaan.

Carlzon dan Macauley sebagaimana di kutip oleh Wasistiono (1998 :46) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan pemberdayaan adalah membebaskan seseorang dari kendali yang kaku, dan memberi orang kebebasan untuk bertanggung jawab terhadap ide-idenya, keputusan-keputusannya dan tindakan-tindakannya.

Pemberdayaan sebagai terjemahan dari “empowerment” pada intinya diartikan sebagai membentuk klien memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan yang terkait dengan diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Hal ini dilakukan melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang ia miliki, antara lain transfer daya dari lingkungan. Sementara Shardlow (1998 : 32) mengatakan pemberdayaan membahas bagaimana individu, kelompok ataupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka.

Definisi dari program pemberdayaan, dilihat dari pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa program pemberdayaan adalah Program/kegiatan yang membuat seseorang menjadi berdaya atau mempunyai daya atau mempunyai kekuatan.

2.1.1.2. Program Pemberdayaan pada Lembaga Amil Zakat

Upaya lembaga amil zakat dalam melakukan pemberdayaan masyarakat dengan pengumpulan dana zakat, infaq dan shadaqah, bertujuan untuk melakukan pemberdayaan pada masyarakat atau mustahik, melalui program-program pemberdayaan yang telah dirancang dan tujuannya adalah jangka panjang. Program-program pemberdayaan pada lembaga amil zakat yang membedakan pentingnya penyaluran dana zakat, infaq dan shadaqah secara individu atau melalui lembaga amil zakat.

Pemberdayaan tidak dapat dilepaskan dari persoalan kemiskinan sebagai bagian objek dari pemberdayaan itu sendiri. Pemberdayaan memiliki filosofi dasar sebagai suatu cara mengubah masyarakat dari yang tidak mampu menjadi berdaya, baik secara ekonomi, sosial, maupun budaya. Sedangkan kemiskinan dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang. Namun demikian, ada 2 (dua) kriteria dasar dalam persoalan kemiskinan.

Pertama adalah kemiskinan secara ekonomi. Dalam hal ini, kemiskinan dapat dilihat dengan indikator minimnya pendapatan masyarakat (kekurangan modal), rendahnya tingkat pendidikan, kekurangan gizi, dan sebagainya, yang berpengaruh besar terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat. Kedua, kemiskinan yang dipengaruhi pola tingkah laku dan sikap mental masyarakat, berbagai bentuk penyimpangan sosial, sikap pasrah (menerima apa adanya) sebelum berusaha, merasa kurang berharga, perilaku hidup boros, malas.

Program pemberdayaan yang dilakukan oleh lembaga amil zakat difokuskan terhadap 3 hal, yaitu pemberdayaan yang berkaitan dengan pendidikan, kesehatan dan ekonomi. Apabila ke tiga hal tersebut dapat

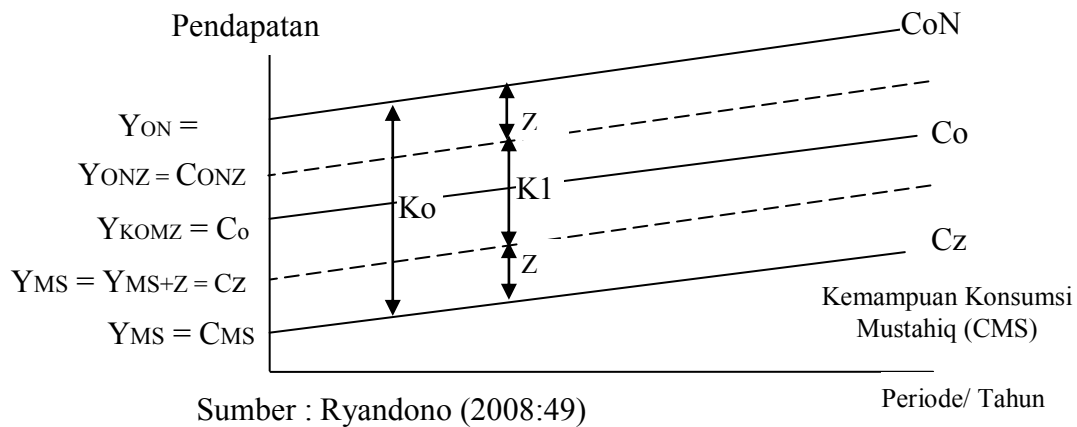
terpenuhi maka mustahik akan meningkat kesejahteraannya. Ada beberapa hal yang bisa dilakukan oleh lembaga amil zakat dengan program-programnya dalam melakukan pemberdayaan dari uang zakat yang telah dihimpun.

Program pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, program ini dirancang supaya masyarakat dapat mandiri dan berdayaguna setelah selesai dari program, tidak seperti bantuan sosial yang bersifat sementara, program pemberdayaan bersifat jangka menengah dan panjang, sehingga terdapat tahap-tahap dalam pelaksanaannya.

Program pemberdayaan yang ada di lembaga amil zakat diharapkan dapat mendorong perekonomian, zakat memiliki fungsi dan peran yang sangat berhubungan dengan hal-hal yang bersifat mikro maupun makro. Juwaini (2008) mengatakan bahwa zakat berperan sebagai salah satu sumber dana bagi pembangunan sarana maupun prasarana yang harus dimiliki umat Islam. Dengan zakat yang dikelola dengan baik, dimungkinkan membangun pertumbuhan ekonomi sekaligus pemerataan pendapatan, atau yang dikenal dengan konsep *economis growth with equity* (Saefuddin dalam Juwaini, 2008).

Ryandono (2008:48-50) mengatakan bahwa zakat dapat mempersempit kesenjangan ekonomi. Hal tersebut bisa dilihat pada gambar 2.1. Berdasarkan gambar 2.1, dapat diilustrasikan jika seorang penerima zakat (*mustahiq*) memiliki pendapatan sebesar $YMS = CMS$. Pendapatan *mustahiq* tersebut lebih kecil dari konsumsi minimum (C_0) yang layak. Kesenjangan awal yaitu pada saat *mustahiq* belum menerima zakat adalah sebesar K_0 . Kesenjangan ini akan berubah pada saat muzakki membayar zakat sebesar Z dan zakat tersebut diberikan kepada *mustahiq* yang memiliki pendapatan sebesar $YMS = CMS$ maka kesenjangan akan menyempit menjadi K_1 atau sebesar $K_0 - 2Z$.

Dengan kata lain pendapatan muzakki ada yang didistribusikan kepada mustahiq sebesar z atau pendapatan (kekayaan) muzakki menurun menjadi Y_{ONZ} dan kemampuan konsumsinya menurun menjadi $CONZ$. Di sisi lain pendapatan mustahiq meningkat menjadi $Y_{MSZ} = Y_{MS} + Z$ sehingga kemampuan konsumsi dan ekonominya meningkat menjadi CZ .



Gambar 2.1

Zakat Mempersempit Kesenjangan Ekonomi

Keterangan Gambar :

Y : Total Pendapatan atau kekayaan dari *Muzakki*. Y_{KOMZ} adalah pendapatan yang digunakan untuk memenuhi konsumsi otonom.

Y_{ON} : Pendapatan yang wajib mengeluarkan zakat atau tingkat pendapatan yang telah mencapai nisab.

Y_{ONR} : Pendapatan mencapai nisab pada kenyataannya

$KOMZ$: Konsumsi Otonom *Muzakki*

$KOMZ_R$: Konsumsi Otonom *Muzakki* pada kenyataannya

C_0 : Tingkat Konsumsi Otonom

C_{OR} : Tingkat Otonom pada kenyataannya

C_{MS} : Konsumsi yang dilakukan oleh mustahiq

Y_{MS} : Pendapatan yang dimiliki oleh mustahiq

2.1.1.3. Indikator keberhasilan Program Pemberdayaan.

Kartasmita (1996) mengemukakan pendapatnya bahwa upaya pemberdayaan rakyat harus dilakukan melalui tiga cara. Pertama, menciptakan suasana dan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang.

Kondisi ini berdasarkan asumsi bahwa setiap individu dan masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Hakikat kemandirian dan keberdayaan rakyat adalah keyakinan bahwa rakyat memiliki potensi untuk mengorganisasikan dirinya sendiri dan potensi kemandirian individu perlu diberdayakan. Proses pemberdayaan rakyat berakar kuat pada proses kemandirian setiap individu yang kemudian meluas ke keluarga, serta kelompok masyarakat baik di tingkat lokal maupun nasional. Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh rakyat dengan menerapkan langkah-langkah nyata, menampung berbagai masukan, menyediakan prasarana dan sarana, baik fisik maupun sosial yang dapat diakses oleh masyarakat lapisan bawah. Ketiga, memberdayakan rakyat dalam arti melindungi yang lemah dan membela kepentingan masyarakat lemah. Dalam proses pemberdayaan harus dicegah jangan sampai yang lemah makin terpinggirkan dalam menghadapi yang kuat.

Di mata Kartasmita, pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Peran program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan melalui bantuan dana yang dapat diciptakan dari kegiatan sosial ekonomi dengan menganut beberapa prinsip:

1. Mudah diterima dan didayagunakan oleh masyarakat kelompok sasaran (acceptable).
2. Dikelola oleh masyarakat secara terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan (accountable).
3. Memberikan pendapatan yang memadai dan mendidik masyarakat untuk mengelola kegiatan secara ekonomis (profitable).
4. Hasilnya dapat dilestarikan oleh masyarakat (sustainable).

5. Pengelolaan dana dan pelestarian hasil dapat dengan mudah digulirkan dan dikembangkan oleh masyarakat dalam lingkup yang lebih luas (replicable).

Sumodiningrat (1999) juga mengemukakan indikator keberhasilan yang dipakai untuk mengukur pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat:

1. Berkurangnya jumlah penduduk miskin
2. Berkembangnya usaha peningkatan pendapatan yang dilakukan penduduk miskin dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia
3. Meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap upaya peningkatan kesejahteraan keluarga miskin dilingkungannya
4. Meningkatnya kemandirian kelompok yang ditandai dengan makin berkembangnya usaha produktif anggota dan kelompok, makin kuatnya permodalan kelompok, makin rapinya sistem administrasi kelompok, serta makin luasnya interaksi sosial dengan kelompok lain

Pelaksanaan program pemberdayaan pada lembaga amil zakat dapat dikatakan sukses apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Program Pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran.
2. Program Pemberdayaan yang terlaksana sudah sesuai dengan tujuan/target lembaga.
3. Program Pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat

2.1.2. Kualitas Layanan

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang

lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ
 بِعَاقِبِيهِ إِلَّا أَن تَغْمُضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ لِلَّهِ عَنِّي حَمِيدًا ﴿٢٦٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

2.1.2.1. Definisi Kualitas Layanan

Menurut Kotler (1997) kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasar persepsi para pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas merupakan perilaku menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Hal ini didukung oleh pendapat Gaze dan Buzzell (1989) serta Band (1989) bahwa yang dimaksud kualitas adalah *perceived quality*, yaitu perspektif pelanggan.

Krajewski dan Ritzman (1990) membedakan pengertian kualitas menurut pandangan produsen dan konsumen. Menurut pandangan produsen, kualitas adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dalam hal ini produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasikan untuk atribut-atribut kritis dari setiap bagian yang dihasilkan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas adalah nilai (*value*), yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyediakan

tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen dalam menilai kualitas. Yang meliputi perangkat keras yang berupa wujud fisik atau peralatan, pendukung produk atau jasa, dan kesan secara psikologis.

Kualitas memiliki banyak definisi untuk hal yang berbeda dan bagi orang yang berbeda. Definisi kualitas menurut para ahli seperti Deming (1992) mendefinisikan kualitas sebagai perbaikan terus-menerus. Ia mendasarkan pada peralatan statistik, dengan proses *bottom-up*. Deming (1992) tidak memasukkan biaya ketidakpuasan pelanggan, karena menurutnya biaya ini tidak dapat diukur. Strategi Deming adalah dengan melihat proses untuk mengurangi variasi. Perbaikan kualitas akan mengurangi biaya. Ia memiliki kepercayaan yang tinggi pada pemberdayaan pekerja untuk memecahkan masalah, memberikan kepada manajemen peralatan yang tepat.

Menurut Juran dalam Schonberger dan Knod (1997), kualitas adalah *fitness for use* / kesesuaian penggunaan. Beberapa alat yang dapat digunakan untuk pemecahan masalah adalah *statistical process control* (SPC). Ia berorientasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Taguchi (1987) kualitas adalah *loss to society*, yang maksudnya adalah apabila terjadi penyimpangan dari target, hal ini merupakan fungsi berkurangnya kualitas. Pada sisi lain, berkurangnya kualitas tersebut akan menimbulkan biaya. Strategi Taguchi (1987) memfokuskan pada peningkatan efisiensi untuk perbaikan dan pertimbangan biaya, khususnya pada industri jasa.

Crosby (1979) mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan. Ia melakukan pendekatan pada transformasi budaya kualitas.

Setiap orang yang ada dalam organisasi dilibatkan dalam proses dengan menekankan pada kesesuaian dengan persyaratan individual. Proses ini berlangsung secara *top down*. Konsep *zero defect*/tingkat kesalahan nol merupakan tujuan dari kualitas. Konsep ini mengarahkan pada tingkat kesalahan produk sekecil mungkin, bahkan sampai tidak terdapat kesalahan.

Kotler (1997) mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Definisi ini menekankan pada fokus pelanggan, tidak satupun definisi dari para ahli kualitas tersebut yang sempurna. Dengan berdasarkan unsur-unsur di atas, Goetsch dan Davis (1994) mendefinisikan kualitas yang cakupannya lebih luas, yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh para manajer perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen (Lovelock, 1988). Dalam usaha untuk meningkatkan kualitas perusahaan harus memperhatikan dan meningkatkan komitmen dan kesadaran serta kemampuan para karyawan dan staf, terutama bagi mereka yang berhubungan langsung dengan customer. Meskipun sistem dan teknik kualitas benar, maka kualitas yang baik dan benar jangan diharapkan akan terwujud.

Parasuraman dkk. (1988) dan Kotler (1997) mendefinisikan kualitas layanan sebagai suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Menurut definisi ini, ada dua faktor utama yang

mempengaruhi kualitas layanan yaitu, layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Harapan pelanggan diyakini berperan dalam menentukan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Karena adanya harapan pelanggan suatu perusahaan akan berusaha memberikan layanan yang berbeda dibandingkan perusahaan lain dalam rangka memuaskan pelanggannya. Parasuraman dkk. (1988) mendefinisikan harapan sebagai keinginan atau tuntutan konsumen yang seharusnya dipenuhi penyedia jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi harapan konsumen yaitu:

Expected service dibagi menjadi dua, yaitu *desired service* dan *adequate service*. *Desired service* adalah layanan yang seharusnya diterima pelanggan, sedangkan *adequate service* adalah layanan minimum yang akan diterima pelanggan. Daerah antara *desired service* dan *adequate service* disebut sebagai daerah toleransi (*zone of tolerance*). Besarnya daerah toleransi ini berbeda pada setiap orang dan fluktuasinya lebih dipengaruhi oleh tingkat *adequate service*-nya (Parasuraman, dkk., 1993).

Edvardson et.al., (1994) mendefinisikan kualitas jasa dengan membedakan antara kualitas konsumen (apakah pelayanan jasa yang diberikan sesuai dengan yang dikehendaki pelanggan), kualitas profesional (apakah pelayanan jasa memenuhi kebutuhan konsumen seperti yang didiagnosa oleh para profesional), dan kualitas manajemen (apakah jasa yang diberikan tanpa pemborosan dan kesalahan, pada harga rendah, dan memenuhi peraturan-peraturan resmi dan peraturan-peraturan lainnya).

Collier (dalam Gaspersz, 1997) mendefinisikan manajemen kualitas layanan sebagai suatu studi tentang bagaimana bagian pemasaran dan operasional secara bersama melalui teknologi dan orang mampu

merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan suatu paket yang bermanfaat bagi pelanggan dan kaitannya dengan layanan mereka. Definisi ini mengindikasikan bahwa perhatian utama manajemen kualitas layanan adalah kepuasan pelanggan. Menurut Collier ada beberapa kriteria yang mencirikan layanan atau jasa sekaligus membedakannya dari barang, yaitu:

Definisi mengenai kualitas layanan yang disampaikan beberapa ahli dapat disimpulkan atau didefinisikan sebagai berikut, kualitas layanan adalah kesesuaian tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan.

2.1.2.2. Indikator Kualitas Layanan

Parasuraman, (1990) mengidentifikasi lima dimensi kualitas dalam jasa pelayanan, yaitu:

1. *Tangibles*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi.
2. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan.
3. *Responsiveness*, yaitu bisa menjawab kebutuhan atau bisa diartikan dengan kemauan untuk menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat
4. *Assurance*, meliputi pengetahuan dan rasa hormat para karyawan dan kemampuan mereka berarti adanya jaminan tentang kepastian pelayanan yang diberikan.

5. *Empathy*, yaitu adanya penjiwaan dan perhatian secara pribadi terhadap konsumen.

Dimensi kualitas layanan yang disebutkan diatas, maka kualitas layanan yang ada pada lembaga Amil Zakat (LAZ) meliputi :

1. Kantor layanan dan personil lembaga telah memberikan layanan yang terbaik pada donatur.
2. Pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga.
3. Lembaga ini selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur.
4. Lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik.
5. Lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur.

2.1.2.3. Kualitas Layanan dalam Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَتَمَنَّوْا الْخَبِيْثٰتِ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَنَسِيْتُمْ
بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تَغْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ لِلّٰهِ عَنِّيْ حَمِيْدًا ﴿٢٦٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan

memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”

Menurut Thorik G. dan Utus H. (2006:77) pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaian akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan. Menurut mazhab *mainstream* dalam Adiwarmanto Karim (2003:49) menjelaskan perbedaan ekonomi Islam dan konvensional terletak dalam menyelesaikan masalah. Dilema antara sumber daya yang terbatas dengan keinginan yang tak terbatas memaksa manusia untuk melakukan pilihan-pilihan atas keinginannya.

Dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semauanya saja, semua perilaku harus dipandu lewat Al-Qur’an dan Hadis. Fasilitas dalam Islam terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, sebagaimana terdapat dalam hadis Rasulullah SAW diriwayatkan oleh Bukhari yang artinya:

“apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyalahgunakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya” (Thorik G. dan Utus H., 2006:116).

Adiwarman Karim (2003:73) menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses atau gagalnya bisnis yang dijalankan. Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menjelaskan yang artinya:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَوَكُنْتَ فُظًّا غَلِيظًا لَّانْقَضُوا مِنْ
 حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَبِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakal kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya” (QS Ali Imron,159)

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahlembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain.

Buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses atau gagalnya bisnis yang dijalankan. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahlembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian konsumen tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan ini diukur dengan lima dimensi, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles*. Dimensi *reliable* (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat.

Pelayanan akan dapat dikatakan *reliabel* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatNya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا
وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.

Dimensi *responsiveness* (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional

apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat, sebagaimana yang dinyatakan dalam hadis Rasulullah SAW diriwayatkan oleh Bukhari, yaitu:

“apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menya-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya”.

Dimensi *assurance* (jaminan) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan lemah lembut maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan lemah lembut akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang

berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa, seperti yang dijelaskan pada Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 159.

Dimensi *empathy* (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengan pelayanan lembaga.

Kesediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif konsumen terhadap layanan lembaga. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Berkenaan dengan empati, dalam hadist Rasullulah SAW yang diriwayatkan oleh Bukhori Muslim, menyatakan:

“Abu Musa al-Asy”ary ra. Berkata: bersabda Nabi SAW, “seorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanat, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan suka hati, memberikannya kepada siapa yang diperintahkan memberikannya, maka bendahara itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala bersedekah”.

Dimensi *tangibles* (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, penampilan karyawan dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan

kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Al Qur'an surat At-Takaatsur ayat 1-5,

أَلْهَنَكُمْ التَّكَاثُرُ ① حَتَّى زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ② كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ③
ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ④ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ⑤

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk ke dalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin”.

Selain dimensi-dimensi yang ada tersebut, terdapat dimensi yang dalam kualitas layanan dalam Islam adalah *shariah compliance*, merupakan kemampuan untuk mengikuti hukum syariah Islam. Yang dimaksud hukum Islam disini adalah Al-Qur'an dan Al-Hadist yang merupakan pedoman bagi umat Islam. Sebagaimana yang tersirat pada QS. Al Baqarah : 2-4,

لَيْكَ الْكِتَابُ يَا قَوْمِ أُولِيَ الْأَلْبَابِ ؕ لِيُذَكَّرَ بِهِ أُولُوا الْأَلْبَابِ ۗ هُوَ الَّذِي يُضَاهِيهِ ② لِيُذَكَّرَ بِهِ أُولُوا الْأَلْبَابِ ۗ هُوَ الَّذِي يُضَاهِيهِ ③
وَأُولُوا الْأَلْبَابِ يُضَاهِيهِ ④ لِيُذَكَّرَ بِهِ أُولُوا الْأَلْبَابِ ۗ هُوَ الَّذِي يُضَاهِيهِ ⑤

Artinya : Kitab (Al-Qur'an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk mereka yang bertaqwa, (yaitu) mereka yang beriman kepada yang ghaib, yang mendirikan sholat, dan menafkahkan sebagian rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka dan mereka yang beriman kepada kitab (Al-Qur'an) yang telah diturunkan kepadamu dan Kitab-Kitab yang telah diturunkan sebelumnya, serta mereka yang yakin adanya (kehidupan) akhirat. (Q.S Al Baqarah :2-4)

Shariah Compliance dalam Asuransi Syariah adalah kemampuan dalam mematuhi prinsip Asuransi Syariah dalam kegiatan operasionalnya. Dasar operasional Asuransi Syariah yang paling menonjol adalah tidak terjadi transfer resiko (*transfer of risk* atau “memindahkan resiko”) dari peserta ke perusahaan seperti pada asuransi konvensional.

2.1.3. Kepuasan Donatur/ Pelanggan

2.1.3.1. Definisi Kepuasan

Beberapa definisi kepuasan, diantaranya adalah Tse dan Wilton (1988) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel (1995) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan Kotler (1997) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja dengan hasil akhir produk dalam hubungannya terhadap harapan pelanggan.

Umar (2003) menyatakan "*everyone knows what (satisfaction) is until asked to give a definition then it seems, nobody knows*" bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli, di mana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

Kepuasan menurut Kotler (2002) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapan. Menurut Supranto (2006) kepuasan pelanggan adalah kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2008) didefinisikan sebagai evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya atau sesuai dengan yang diharapkan.

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil.

2.1.3.2. Indikator Kepuasan

Konsumen/pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau organisasi, maka yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa yang mereka dapatkan dan mereka dapat menyampaikan apa serta bagaimana kebutuhan mereka. Setiap orang dalam perusahaan harus bekerja dengan pelanggan internal dan eksternal untuk menentukan kebutuhan mereka serta bekerja sama dengan pemasok internal dan eksternal. Ada beberapa unsur penting dalam kualitas yang ditentukan pelanggan yaitu:

- a) Pelanggan harus merupakan prioritas utama organisasi. Kelangsungan hidup organisasi tergantung pelanggan.
- b) Pelanggan yang dapat diandalkan merupakan pelanggan yang telah melakukan pembelian berkali-kali (pembelian ulang) dari organisasi yang sama. Pelanggan yang puas dengan kualitas produk atau jasa yang dibeli dari suatu organisasi menjadi pelanggan yang dapat diandalkan. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat penting.
- c) Kepuasan pelanggan dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi. Kepuasan berimplikasi pada perbaikan terus-menerus sehingga kualitas harus diperbaharui setiap saat agar pelanggan tetap puas dan loyal.

Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Kepuasan pelanggan dapat memberi manfaat (Mulyana, 2002):

1. Hubungan pelanggan dan perusahaan menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Tercipta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan
5. Reputasi menjadi baik di mata konsumen
6. Laba yang diperoleh meningkat

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan menurut Gaspersz dalam (Nasution, 2005 : 50) adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.

4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan sebaiknya tidak membuat kampanye yang berlebihan melewati tingkat ekspektasi pelanggan.

Indikator dari kepuasan donatur/ pelanggan pada lembaga amil zakat (LAZ), disimpulkan dari faktor-faktor kepuasan pelanggan di atas adalah :

1. Secara keseluruhan saya senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini
2. Saya akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini.
3. Selama jadi Pembayar ZIS, tidak pernah ada komplain terhadap Lembaga ini.

2.1.3.3. Kepuasan Pelanggan dalam Islam

Islam memandang yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan produk atau jasa yang diterima harus sama, tidak boleh ada yang ditambah-tambahi dan dikurangi. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan, sifat jujur, amanah dan benar. Sifat jujur merupakan salah satu sifat manusia yang mulia, orang yang memiliki sifat jujur biasanya dapat mendapat kepercayaan dari orang lain. Sifat jujur merupakan salah satu rahasia diri seseorang untuk menarik kepercayaan umum karena orang yang jujur senantiasa berusaha untuk menjaga amanah. Jika orang yang memegang amanah adalah orang yang jujur maka amanah tersebut tidak akan terabaikan dan dapat terjaga atau terlaksana dengan baik.

Begitu juga sebaliknya, jika amanah tersebut jatuh ke tangan orang yang tidak jujur maka „keselamatan“ amanah tersebut pasti „tidak akan tertolong“.

Dengan demikian, jujur dapat pula diartikan kehati-hatian diri seseorang dalam memegang amanah yang telah dipercayakan oleh orang lain kepada dirinya. Karena salah satu sifat terpenting yang harus dimiliki bagi orang yang akan diberi amanah adalah orang-orang yang memiliki kejujuran. Karena kejujuran merupakan sifat luhur yang harus dimiliki manusia. Orang yang memiliki kepribadian yang jujur, masuk dalam kategori orang yang pantas diberi amanah karena orang semacam ini memegang teguh terhadap setiap apa yang ia yakini dan menjalankan segala sesuatu dengan sungguh-sungguh dan penuh tanggung jawab. Karena orang yang jujur umumnya akan bertanggung jawab penuh akan segala yang diberikan atau dibebankan kepadanya maka pasti ia akan berusaha sekuat tenaga untuk menjalankan kewajibannya tersebut dengan sungguh-sungguh. Selain itu orang yang dalam lubuk hatinya mengalir darah kejujuran maka ia tidak akan sanggup menyakiti atau melukai perasaan orang lain.

Sebuah lembaga keuangan syariah harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam lembaga tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW,

Artinya: “ *Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.*” (HR. Ahmad dan Thobrani)

Sifat Amanah, dimana dalam Islam amanah adalah segala sesuatu yang dibebankan Allah kepada manusia untuk dilaksanakan (Q.S. 32 : 72) yang tercakup di dalamnya *khilafah ilahiyah (khalifat Allah, ibad Allah), khilafah*

takwiniah (al-taklif al-syar‘‘ih) dalam kaitannya dengan *hablun min Allah* dan *hablun min al-nas*. Dalam ajaran Al-Qur‘‘an manusia adalah makhluk yang memikul beban (*mukallaf*). Pembebanan (*taklif*) meliputi hak dan kewajiban. Setiap beban yang diterima manusia harus dilaksanakan sebagai amanah.

Amanah mempunyai akar kata yang sama dengan kata *iman* dan *aman*, sehingga *mu‘‘min* berarti *yang beriman, yang mendatangkan keamanan, juga yang memberi dan menerima amanah*. Orang yang beriman disebut juga *al-mu‘‘min*, karena orang yang beriman menerima rasa *aman, iman dan amanah*. Bila orang tidak menjalankan amanah berarti tidak beriman dan tidak akan memberikan rasa aman baik untuk dirinya dan sesama masyarakat lingkungan sosialnya. Dalam sebuah hadis dinyatakan “*Tidak ada iman bagi orang yang tidak berlaku amanah*”.

Dalam kontek *hablun min Allah*, amanah yang dibebankan Allah kepada manusia adalah *Tauhid* artinya pengakuan bahwa hanya Allah yang harus disembah, hanya Allah yang berhak mengatur kehidupan manusia dan hanya Allah yang harus menjadi akhir tujuan hidup manusia, sehingga pelanggaran terhadap tauhid adalah *syirik* dan orang musyrik adalah orang khianat kepada Allah. Termasuk dalam kontek ini pula adalah mengimani seluruh aspek yang termuat dalam rukun iman dan melaksanakan ubudiyah yang termaktub dalam rukun Islam.

Manusia diperintah Allah untuk menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya (Q.S. 4 : 58), hal ini berkaitan dengan tatanan berinteraksi sosial (*muamalah*) atau *hablun min al-nas*. Sifat dan sikap amanah harus menjadi kepribadian atau sikap mental setiap individu dalam komunitas masyarakat agar tercipta harmonisasi hubungan dalam setiap gerak langkah

kehidupan. Dengan memiliki sikap mental yang amanah akan terjalin sikap saling percaya, positif thinking, jujur dan transparan dalam seluruh aktifitas kehidupan yang pada akhirnya akan terbentuk model masyarakat yang ideal yaitu masyarakat aman, damai dan sejahtera.

Amanah secara etimologis (pendekatan kebahasaan/lughawi) dari bahasa Arab dalam bentuk mashdar dari (*amina- amanatan*) yang berarti *jujur* atau *dapat dipercaya*. Sedangkan dalam bahasa Indonesia amanah berarti *pesan, perintah, keterangan* atau *wejangan*. Amanah menurut pengertian terminologi (istilah) terdapat beberapa pendapat, diantaranya menurut Ahmad Musthafa Al-Maraghi, Amanah adalah *sesuatu yang harus dipelihara dan dijaga agar sampai kepada yang berhak memilikinya*.

Sedangkan menurut Ibn Al-Araby, amanah adalah *segala sesuatu yang diambil dengan izin pemiliknya atau sesuatu yang diambil dengan izin pemiliknya untuk diambil manfaatnya*. Dari beberapa pengertian di atas, dapat diambil suatu pengertian bahwa amanah adalah menyampaikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga maupun jasa.

Amanah merupakan hak bagi mukallaf yang berkaitan dengan hak orang lain untuk menunaikannya karena menyampaikan amanah kepada orang yang berhak memilikinya adalah suatu kewajiban.

Ahmad Musthafa Al-Maraghi membagi amanah kepada 3 macam, yaitu :

1. Amanah manusia terhadap Tuhan, yaitu semua ketentuan Tuhan yang harus dipelihara berupa melaksanakan semua perintah Tuhan dan meninggalkan semua laranganNya. Termasuk di dalamnya menggunakan semua potensi dan anggota tubuh untuk hal-hal yang bermanfaat serta mengakui bahwa

semua itu berasal dari Tuhan. Sesungguhnya seluruh maksiat adalah perbuatan khianat kepada Allah Azza wa Jalla.

2. Amanah manusia kepada orang lain, diantaranya mengembalikan titipan kepada yang mempunyainya, tidak menipu dan berlaku curang, menjaga rahasia dan semisalnya yang merupakan kewajiban terhadap keluarga, kerabat dan manusia secara keseluruhan. Termasuk pada jenis amanah ini adalah pemimpin berlaku adil terhadap masyarakatnya, ulama berlaku adil terhadap orang-orang awam dengan memberi petunjuk kepada mereka untuk memiliki i'tikad yang benar, memberi motivasi untuk beramal yang memberi manfaat kepada mereka di dunia dan akhirat, memberikan pendidikan yang baik, menyuruh berusaha yang halal serta memberikan nasihat-nasihat yang dapat memperkokoh keimanan agar terhindar dari segala kejelekan dan dosa serta mencintai kebenaran dan kebaikan. Amanah dalam katagori ini juga adalah seorang suami berlaku adil terhadap istrinya berupa salah satu pihak pasangan suami-istri tidak menyebarkan rahasia pasangannya, terutama rahasia yang bersifat khusus yaitu hubungan suami dengan istri.
3. Amanah manusia terhadap dirinya sendiri, yaitu berbuat sesuatu yang terbaik dan bermanfaat bagi dirinya baik dalam urusan agama maupun dunia, tidak pernah melakukan yang membahayakan dirinya di dunia dan akhirat.

Dengan memperhatikan pendapat Ahmad Musthafa Al-Maraghi tersebut, amanah melekat pada diri setiap manusia sebagai mukallaf dalam kapasitasnya sebagai hamba Allah SWT, individu dan makhluk sosial.

Disamping 3 macam amanah tersebut di atas, terdapat satu macam amanah lagi yakni *Amanah terhadap lingkungan*. Amanah terhadap lingkungan hidup berupa memakmurkan dan melestarikan lingkungan (Q.S. 11 : 61), tidak berbuat kerusakan di muka bumi (Q.S.7 :85). Eksploitasi terhadap kekayaan alam secara berlebihan tanpa memperhatikan dampak negatifnya yang berakibat rusaknya ekosistem, ilegal logging, ilegal maning dan pemburuan binatang secara liar merupakan sikap tidak amanah terhadap lingkungan yang berakibat terjadinya berbagai bentuk bencana alam seperti gempa bumi, longsor dan banjir serta bencana lainnya yang mempunyai dampak rusak bahkan musnahnya tatanan sosial kehidupan manusia.

Amanah dalam muamalah, dimana muamalah adalah ajaran Islam yang menyangkut aturan-aturan dalam menata hubungan antar sesama manusia agar tercipta keadilan dan kedamaian dalam kebersamaan hidup manusia. Aspek muamalah merupakan bagian prinsipal dalam Islam karena dengan muamalah, kehidupan bersama manusia ditata agar tidak terjadi persengketaan dalam kontak sosial antara satu pihak dengan pihak lainnya dalam masyarakat. Dengan demikian muamalah menjadi sangat penting. Dalam sebuah hadist dinyatakan "*Agama itu adalah muamalah*".

Manusia menurut ajaran Islam adalah khalifah di muka bumi, bertugas menata kehidupan sebaik mungkin sehingga tercipta kedamaian dalam hidup di tengah manusia yang dinamis. Kehidupan damai tidak serta merta, akan tetapi diciptakan dan dirancang. Oleh karena itu perlu diciptakan perangkat-perangkat dan aparat-aparat untuk menciptakan perdamaian tersebut. Amanah (trust) adalah modal utama untuk terciptanya kondisi damai dan stabilitas di tengah masyarakat, karena amanah sebagai landasan moral dan etika dalam

bermuamalah dan berinteraksi sosial. Firman Allah dalam Q.S. 4 : 58 sebagai berikut :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا

بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya : *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepada kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*

Dalam kitab-kitab sejarah perjuangan Rasulullah, amanah merupakan salah satu diantara beberapa sifat yang wajib dimiliki para Rasul. Mereka bersifat jujur dan dapat dipercaya, terutama dalam urusan yang berkaitan dengan tugas kerasulan, seperti menerima wahyu, memelihara keutuhannya dan menyampaikannya kepada manusia, tanpa penambahan, pengurangan atau penukaran sedikitpun. Mereka juga bersifat amanah dalam arti terpelihara dari hal-hal yang dilarang oleh Allah baik lahir maupun batin.

Menepati amanah merupakan moral yang mulia, Allah swt. menggambarannya sebagai orang mukmin yang beruntung (Q.S.23:8), sebaliknya Allah tidak suka orang-orang yang berkhianat dan tidak merestui tipu dayanya (Q.S.12:52), dan orang yang mengkhianati amanah termasuk salah satu sifat orang munafik (hifokrit).

Dalam fiqh Islam, amanah berarti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan pemeliharaan harta benda, seperti al-wadi'ah dan ariyah. Al-wadi'ah adalah harta benda yang dititipkan oleh seseorang kepada

orang lain untuk dipelihara sebaik-baiknya. Sedangkan Ariyah adalah izin yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain untuk memanfaatkan harta benda yang dimilikinya dengan tidak meminta imbalan apapun.

Penerima barang titipan ini, baik dalam bentuk wadi'ah maupun ariyah diberi amanah oleh pemiliknya untuk merawat dan memelihara keutuhan dan keselamatan barang titipan itu dengan sebaik-baiknya. Apabila sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya (Q.S.2 : 283). Namun demikian jika barang yang diamanatkan itu rusak atau hilang, penerima amanah itu tidak berkewajiban untuk mengganti atau memperbaikinya, kecuali atas kelalaian penerima amanah tersebut. Dalam hukum muamalah termasuk katagori amanah adalah wadi'ah, luqatah, rahn, ijarah dan ariyah.

Dalam melaksanakan amanah dari lima macam amanah tersebut di atas, terdapat perbedaan satu dengan yang lainnya, yaitu :

1. Wadi'ah, barang titipan disampaikan kepada pemiliknya apabila pemiliknya meminta barang titipan tersebut.
2. Luqathah, barang temuan (luqatah) diumumkan selama satu tahun di tempat yang sekiranya dapat diketahui oleh masyarakat umum dengan harapan orang yang memiliki barang yang ditemukan tersebut mengetahuinya. Apabila setelah diumumkan dalam jangka satu tahun tidak ada yang memilikinya, maka barang tersebut boleh digunakan. Dan apabila setelah digunakan ternyata pemiliknya ada, maka harus membayar/mengganti dengan barang sejenisnya atau harganya.

3. Rahn (gadai/jaminan), barang yang menjadi jaminan atas hutang diberikan kepada pemiliknya apabila pemilik barang (rahn) tersebut telah melunasi hutangnya.
4. Ijarah dan ariyah, apabila telah selesai pekerjaan dan penggunaan barang, maka barang tersebut wajib dikembalikan kepada pemiliknya sebelum diminta oleh pemiliknya.

Dalam perdagangan dikenal istilah *menjual dengan amanah*, seperti menjual “*murabahah*”. Maksudnya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Amanah merupakan unsur yang amat vital dan sangat urgen keberadaannya dalam kelangsungan roda perekonomian, karena bencana terbesar di dalam pasar dewasa ini adalah meluasnya tindakan manipulasi, dusta, batil, khianat, bahkan menzalimi orang dengan perdagangan yang dilakukan, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang (taghrir), mudah bersumpah, menimbun stok barang demi keuntungan pribadi, mengadakan persekongkolan jahat untuk memperdaya konsumen (tamajil), menyembunyikan kerusakan barang (tadlis) dan sebagainya. Pada hakikatnya perdagangan yang demikian disibukkan oleh laba kecil dari pada laba besar, terpaku kepada keberuntungan yang fana dari pada keberuntungan yang kekal. Nabi Muhammad SAW berkata, ketika beliau ke luar rumah dan melihat komunitas manusia sedang bertransaksi jual beli. Beliau berseru, wahai para pedagang! Pandangan para pedagang langsung terarah kepada beliau, Nabipun melanjutkan perkataannya, sesungguhnya para pedagang dibangkitkan pada hari kiamat dalam keadaan durhaka, kecuali mereka yang bertaqwa kepada Allah, berbuat baik dan benar (HR. Tirmizi).

Dalam hadis lain beliau bersabda : Sesungguhnya para pedagang adalah pendurhaka. Mereka berkata : Ya RasulAllah, bukankah jual beli dihalalkan? Nabi menjawab: Benar, tetapi mereka terlalu mudah bersumpah sehingga mereka berdosa dan terlalu banyak berbicara sehingga mereka mudah berbohong .(HR. Ahmad). Amanah bertambah penting pada saat seseorang membentuk serikat dagang, melakukan bagi hasil (mudharabah) atau wakalah (menitipkan barang barang untuk menjalankan proyek yang disepakati bersama). Dalam hal ini, pihak yang lain percaya dan memegang janji demi kemaslahatan bersama, jika salah satu pihak menjalankannya hanya demi kemaslahatan atau keuntungan pihaknya tanpa memikirkan kemaslahatan atau keuntungan pihak lain, maka ia telah berkhianat.

Dalam sebuah hadist qudsi Allah berfirman : Aku adalah yang ketiga dari dua orang yang berserikat, selama salah satu dari keduanya tidak mengkhianati temannya, apabila salah satu dari keduanya berkhianat, Aku keluar dari mereka. (HR. Abu Dawud dan Hakim). Amanah merupakan faktor utama terciptanya kesejahteraan dan kemakmuran suatu bangsa, sebab dengan sikap amanah semua komponen bangsa akan berlaku jujur, tanggung jawab dan disiplin dalam setiap aktifitas kehidupan. Mewabahnya korupsi, monopoli dan oligapoli dalam berbagai lapangan kerja dan sektor ekonomi baik ekonomi mikro maupun ekonomi makro, baik yang dikelola pemerintah maupun swasta, hilangnya saling percaya, tumbuhnya saling mencurigai (negative thinking), menjamurnya mental hipokrit, apriori terhadap tugas dan kewajiban dan sifat-sifat tercela lainnya sebagai akibat dari hilangnya amanah.

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga atau yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

Benar dalam Islam memegang peranan, jika berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam haditsmutafaq^{alaih} dari hakim bin Hazm disebutkan bahwa : " Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu".

Islam memandang penting kepuasan pelanggan, sehingga di perlukan komunikasi yang baik dengan bahasa yang lemah lembut seperti yang tertuang dalam Surat Ali Imran ayat 159 :

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَكُنِ لَّهُمْ وَتَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا أَلْقَبُ لَأَنفَضُوا مِن
 حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkal kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

2.1.4. Loyalitas Donatur/Pelanggan

2.1.4.1. Definisi Loyalitas

Begitu pentingnya loyalitas bagi perusahaan telah menjadikan loyalitas sebagai fenomena yang menarik banyak perhatian dan fokus para peneliti sehingga mendorong munculnya banyak penelitian di bidang loyalitas konsumen ini yang pada akhirnya menghasilkan banyak definisi tentang loyalitas itu sendiri dan terus mengalami perkembangan hingga saat ini. Istilah loyalitas pelanggan sebetulnya berasal dari loyalitas merek (brand loyalty) yang mencerminkan loyalitas pelanggan pada merek tertentu.

Gramer dan Brown (dalam Utomo 2006:27) memberikan definisi mengenai Loyalitas (loyalitas jasa), yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Dari definisi yang disampaikan Gramer dan Brown, konsumen yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang

melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa.

Griffin (2003 ; 113), memberikan pengertian loyalitas : *When a customer is loyal, he or she exhibits purchase behavior defined as non-random purchase expressed over time by some decision-making unit.*

Definisi yang cukup baik dan sering menjadi acuan adalah definisi loyalitas yang diusulkan oleh Oliver (1999). Loyalitas merek adalah Komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli kembali atau menjadi pelanggan kembali suatu produk yang lebih disukai dimasa yang akan datang, dengan demikian menyebabkan pembelian ulang merek atau sejumlah merek yang sama meskipun pengaruh situasional dan usaha pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku

Loyalitas Konsumen, jika disimpulkan dari definisi yang ada diatas, adalah suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang. Sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan merk, perusahaan untuk mendapatkan loyalitas atau kesetiaan konsumen perlu strategi pemasaran yang tepat dan kompleks.

2.1.4.2. Indikator Loyalitas

Menurut Aaker, David, A, tingkat loyalitas konsumen terhadap merek terbagi dalam 5 kelompok, yaitu:

1. *Switcher*, konsumen yang selalu berpindah-pindah. Biasanya pelanggan jenis ini akan membeli produk yang memiliki harga murah
2. *Habitual Buyer*, konsumen yang membeli produk karena sudah menjadi kebutuhan rutin yang harus dipenuhi. Contoh: pelanggan apotek.
3. *Satisfied Buyer*, konsumen yang menggunakan produk karena mereka puas dengan produk tersebut, walaupun mereka harus mengeluarkan biaya peralihan yang cukup besar. Contohnya: pelanggan provider internet. Konsumen akan memilih paket internet yang lebih mahal untuk mendapatkan koneksi yang cepat.
4. *Likes the Brand*, konsumen akan menggunakan produk karena mereka fanatik terhadap merek produk tersebut. Misalnya: konsumen yang menggunakan sepatu dengan merek „Cros“.
5. *Committed Buyer*, konsumen yang menggunakan produk karena mereka merasa sangat cocok dengan produk tersebut. Atau telah turun temurun menggunakan produk tersebut. Contohnya: konsumen produk kosmetik

Pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang berbeda-beda terhadap sebuah produk/jasa, beberapa ciri-ciri pelanggan yang loyal yaitu ;

- a. *Makes regular repeat purchase* (melakukan pembelian ulang secara teratur)
- b. *Purchases across product and service lines* (melakukan pembelian lini produk yang lainnya dari perusahaan Anda)
- c. *Refers others; and* (memberikan referensi pada orang lain)

- d. *Demonstrates in immunity to the pull of the competition* (menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing/ tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing)

Indikator dari loyalitas pelanggan menurut Kotler & Keller (2006 ; 57) adalah *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk); *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan); *referalls* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).

Indikator loyalitas dari donatur pada lembaga amil zakat (LAZ), setelah menyimpulkan dari indikator loyalitas diatas adalah :

1. Donatur selalu membayar ZIS tepat Waktu
2. Donatur selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga
3. Donatur merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga tersebut.

2.1.4.3. Loyalitas dalam Islam

Termasuk dari dasar-dasar aqidah Islam, bahwa setiap muslim yang beragama dengan akidah ini wajib untuk :

- Berwala" (sikap setia, loyal) terhadap orang-orang yang berakidah Islam dan memusuhi orang-orang yang menentang akidah Islam.
- Mencintai orang yang bertauhid dan orang-orang yang ikhlas serta berwala" terhadap mereka.
- Membenci orang-orang musyrik dan memusuhinya.

Hal yang demikian itu termasuk sebagian dari millah (agama) Nabi Ibrahim dan orang-orang yang mengikutinya, yang kita diperintahkan untuk mencontoh mereka, sebagaimana firman Allah Ta'ala :

قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ
 إِنَّا بُرَءُؤُا مِنْكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا
 بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدُّهُ
 إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ لَأَسْتَغْفِرَنَّ لَكَ وَمَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِنْ شَيْءٍ
 رَبَّنَا عَلَيْنَا نَوَاسِئُنَا وَإِلَيْكَ آتَيْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ ﴿٤﴾

“Sesungguhnya telah ada suri tauladan yang baik bagimu pada Ibrahim dan orang-orang yang bersama dengan dia, ketika mereka berkata kepada kaum mereka : „Sesungguhnya kami berlepas diri dari kamu dan dari apa yang kalian sembah selain Allah, kami ingkari (kekafiran)mu dan telah nyata antara kami dan kamu permusuhan dan kebencian buat selama-lamanya sampai kamu beriman kepada Allah saja“. (Al-Mumtahanah : 4).

Seorang Muslim harus berserah diri hanya kepada Allah, membenci dan mencintai hanya karena Allah, lembut dan marah hanya kepada Allah, dan ia harus memberikan dedikasi maupun loyalitasnya hanya kepada Allah. hal tersebut merupakan bagian dari ikatan iman yang kuat. Rasulullah SAW. bersabda, *“Ikatan iman yang paling kuat adalah cinta karena Allah dan benci karena Allah.”* (HR Ahmad dalam Musnadnya dari al-Bara' bin „Azib).

Rasulullah SAW. bersabda,

“Ada tiga hal yang apabila seseorang mendapatkan dalam dirinya, niscaya ia akan merasakan manisnya iman: hendaklah Allah dan Rasulnya lebih ia cintai daripada dirinya sendiri; hendaklah ia tidak mencintai seseorang kecuali karena Allah; hendaklah ia benci kepada kekufuran seperti bencinya untuk dilemparkan ke dalam neraka setelah Allah menyelamatkannya daripadanya.” (Muttafaun „Alaih).

Loyalitas di dalam Islam didasarkan dan dilandaskan pada keimanan pada ALLAH SWT, seperti halnya sabda Rasulullah SAW.,

“Orang-orang yang saling mencintai karena kemuliaan-Ku (Allah) akan berada di atas mimbar dari cahaya pada hari kiamat di mana para nabi dan syuhada iri kepada mereka.” (HR at-Tirmidzi). Rasulullah SAW. bersabda, “Ada tujuh golongan yang akan mendapatkan naungan Allah, di mana pada hari itu tiada naungan kecuali naungan-Nya. (Di antara mereka) adalah dua orang laki-laki yang saling mencintai karena Allah, mereka berkumpul dan berpisah karena Allah.” (HR Muslim)

Loyalitas donatur terhadap lembaga amil zakat (LAZ), merupakan sikap istiqomah. Istiqomah itu ialah suatu perbuatan yang mengamalkan atau mengikuti pedoman hidup sesuai dengan di Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. dengan sebaik-baiknya selama hidup. Berdasarkan pada firman Allah SWT. QS. Al-An'am: 15 .

﴿١٥﴾ قُلْ إِنِّي أَخَافُ إِنْ عَصَيْتُ رَبِّي عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ

. Katakanlah: "Sesungguhnya aku takut akan azab hari yang besar (hari kiamat), jika aku mendurhakai Tuhanku."

Menurut salah satu pendapat mengatakan : "Istiqomah itu adalah berteguh hati pada perintah juga larangan Allah tidak menyimpang bagaikan jalannya rubah". (Menurut pendapat Umar bin Khathab). "Istiqomah itu ialah amal yang sangat ikhlas hanya karunia Allah SWT.", itulah pendapat dari Utsman bin Affan, sedangkan pendapat dari Ali bin Abu Thalib dan Ibnu Abbas adalah sebagai berikut: "Istiqomah itu adalah melaksanakan kewajiban-kewajiban". Telah berkata Al-Hasan : "Istiqomah kepada perintah Allah itu artinya adalah taat kepada Allah dan menjauhi kedurhakan kepada Allah SWT.". Begitu juga telah berkata Mujahid : Istiqomah itu artinya adalah teguh hati di dalam syahadat bahwa tiada Illah selain Allah SWT. hingga sampai berjumpa dengan Allah SWT. Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah telah berkata : Istiqomah artinya adalah teguh hati di dalam mencintai dan juga beribadah kepada-Nya, tidak menoleh dari-Nya ke arah kiri atau kanan".

2.1.5. Hubungan Antar Variabel

2.1.5.1. Hubungan Variabel Program Pemberdayaan dan Kepuasan Donatur

Program pemberdayaan dalam lembaga amil zakat merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mustahik sehingga mustahik bisa lebih berdaya. Program pemberdayaan dalam lembaga amil zakat bagaikan sebuah produk yang ditawarkan kepada donatur dan menjadi daya tarik bagi donatur/ pembayar ZIS untuk memberikan donasi atau membayar zakat, infaq dan shadaqah di lembaga tersebut.

Kualitas produk akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dilihat dari definisinya, dimana kepuasan pelanggan secara umum mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Ada beberapa unsur yang penting didalam kualitas yang ditetapkan pelanggan yaitu :

1. Pelanggan merupakan prioritas utama perusahaan. Kelangsungan perusahaan tergantung pada pelanggan.
2. Pelanggan yang royal akan membeli berkali-kali dari produk atau jasa yang sama.
3. Kepuasan pelanggan dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi.

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2001) antara lain :

- a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- e. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut Irawan (2004 : 37), faktor – faktor yang pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.

4. *Emotional Factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.

Faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan, seperti yang telah diutarakan oleh Lupyoadi atau Irawan, terlihat bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor dari kepuasan pelanggan. Program pemberdayaan pada lembaga amil zakat (LAZ) identik dengan produk, sehingga program pemberdayaan akan menjadi faktor pendorong kepuasan pelanggan/ donatur atau pembayar ZIS

2.1.5.2. Hubungan Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Donatur

Irawan dan Lupyoadi dalam bukunya yang membahas mengenai faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan, salah satu faktornya adalah kualitas layanan. Lupyoadi menjelaskan mengenai kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Irawan juga menjelaskan mengenai kualitas pelayanan atau *service quality* dimana kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru, kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, dimana salah satu dimensi yang populer adalah SERVQUAL. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan/ donatur memiliki hubungan, dimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini variabel kualitas layanan dan kepuasan donatur/ pembayar zis memiliki hubungan tersebut sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya.

2.1.5.3. Hubungan Variabel Kepuasan Donatur dan Loyalitas Donatur

Musanto (2004:128) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu variabel *endogen* yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan

sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Jika hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan adalah positif, maka kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini loyalitas pelanggan berfungsi sebagai Y sedangkan kepuasan pelanggan berfungsi sebagai X pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi loyalitas dalam hal ini termasuk minat untuk membeli kembali (Sharp, 2000 :35).

Menurut Tjiptono (2002 : 24) terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Menurut Kotler (2003 : 140) Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan.

Hubungan antara loyalitas dan kepuasan saling terkait seperti dijelaskan sebelumnya, dimana hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas, memiliki hubungan yang positif, sehingga pada penelitian ini variabel kepuasan donatur dan loyalitas donatur memiliki pengaruh yang positif pula.

2.2. Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Tanti Handriana dan Hani Fatma yuniar (2008) mengenai pengaruh kepuasan donatur terhadap *future intentions* melalui kepercayaan dan komitmen pada organisasi nirlaba. Penelitian yang dilakukan pada lembaga amal zakat (LAZ) yang ada di Surabaya, untuk mengetahui

bagaimana lembaga-lembaga tersebut memberikan jasa yang berkualitas untuk kepuasan donatur sehingga tumbuh loyalitas pada diri donatur.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kepuasan donatur tidak mempengaruhi komitmen donatur terhadap lembaga sedangkan komitmen mempengaruhi *future intentions* dan kepercayaan berpengaruh terhadap *future intentions*. Lembaga amil zakat (LAZ) harus meningkatkan kepercayaan donatur sehingga akan meningkatkan loyalitasnya. Hal yang harus dilakukan oleh donatur adalah meningkatkan performa pelayanan, meningkatkan kualitas program penyaluran donasi serta meningkatkan kualitas program pelayanan donatur.

Penelitian yang dilakukan oleh Jamilatun (2011) mengenai Pengaruh Kualitas Jasa (Pelayanan) Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Muzakki Di Lembaga Pengembangan Dana Umat Sultan Agung (LPDU-sa). Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kualitas jasa, kepuasan muzaki dan kepercayaan muzaki. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan muzakki rendah atau belum terlalu dapat dirasakan oleh para muzakki, sedangkan pengaruh kualitas jasa terhadap kepercayaan muzakki agak rendah atau belum terlalu dapat dirasakan oleh muzakki, dan pengaruh kepuasan muzakki terhadap kepercayaan muzakki cukup.

Penelitian yang dilakukan oleh Marte Lusiata (2011) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy, dan reliability*) terhadap

kepuasan muzakki dan selanjutnya mempengaruhi loyalitas muzakki pada Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (LAZ DSNI) Amanah Batam. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy, dan reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan muzakki. Faktor kepuasan muzakki berpengaruh terhadap loyalitas muzakki.

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL

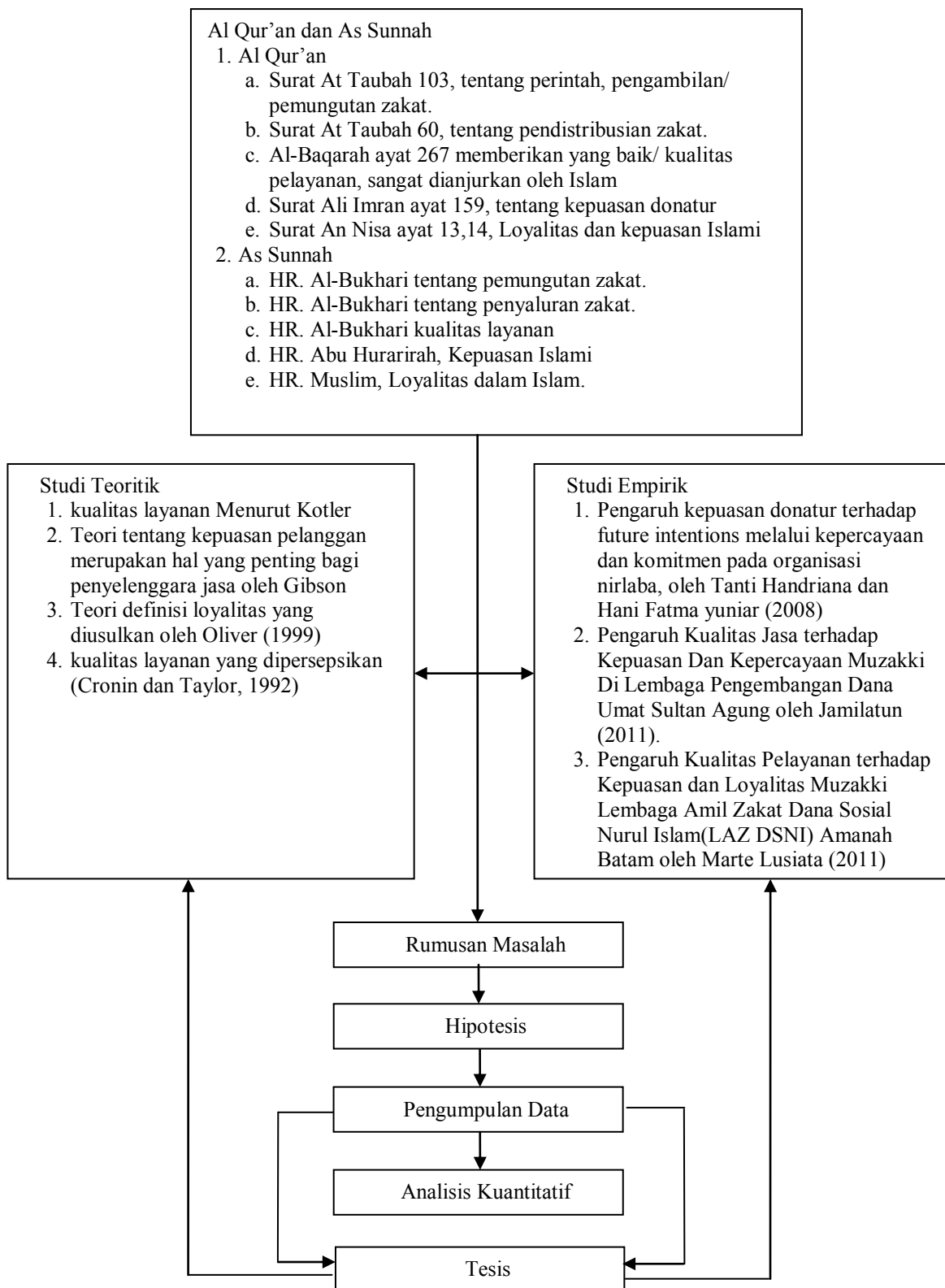
3.1. Kerangka konseptual

Jika melihat latar belakang, rumusan masalah, tujuan studi dan tinjauan pustaka, maka sebelum disusun kerangka konseptual perlu adanya suatu rangkaian yang akan menggambarkan tentang proses berpikir dalam suatu kerangka seperti yang terlihat pada gambar 3.1. Berdasarkan gambar tersebut dapat terlihat bahwasannya studi atau penelitian ini mendasarkan pada nilai dan norma yang ada pada Al-Qur'an dan As-Sunnah, kemudian studi ini mencoba menuangkan norma tersebut pada sebuah penelitian empirik dan studi teoritik. Sebelum menjelaskan kerangka konseptual, maka terlebih dahulu perlu diberi penjelasan dalam suatu kerangka proses berpikir yang dimaksudkan untuk menggambarkan/ mengilustrasi alur pikir yang digunakan dalam rangka melakukan analisis konsep tesis yang bersumber dari hasil-hasil studi yang dituntun, diarahkan, diinspirasi oleh teori-teori dan hasil-hasil studi empirik yang sesuai dengan nilai-nilai Qur'an dan Sunnah.

Studi teoritik yang dilakukan mengarahkan alur pikir penulisan berdasarkan penalaran deduktif, dikarenakan teori mempunyai sifat *universal* yang bisa digunakan untuk menganalisis hal-hal yang bersifat spesifik/ khusus. Sedangkan studi empirik akan memperluas wawasan dalam rangka penyajian konsep penelitian dan menemukan atau mengarahkan sesuai dengan penalaran induktif, karena studi empirik merupakan generalisasi dari hal yang khusus menjadi kesimpulan umum.

Kedua penalaran digunakan dalam analisis hasil-hasil studi yang akan dilakukan nanti, karena diyakini bahwa manusia tidak hanya berpikir induktif atau deduktif saja. Proses berpikir itu harus merupakan interaksi antara penalaran deduktif dan induktif secara berulang-ulang sehingga akan mampu menghasilkan rumusan masalah. Dari rumusan masalah ada tiga masalah yang tidak di hipotesiskan, akan tetapi dianalisis secara kuantitatif. Hal ini dapat di hipotesiskan, akan tetapi dianalisis secara kualitatif. Hal ini dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk menunjang hasil studi analisis kuantitatif, sehingga dapat memperkuat hasil penelitian pada tesis ini.

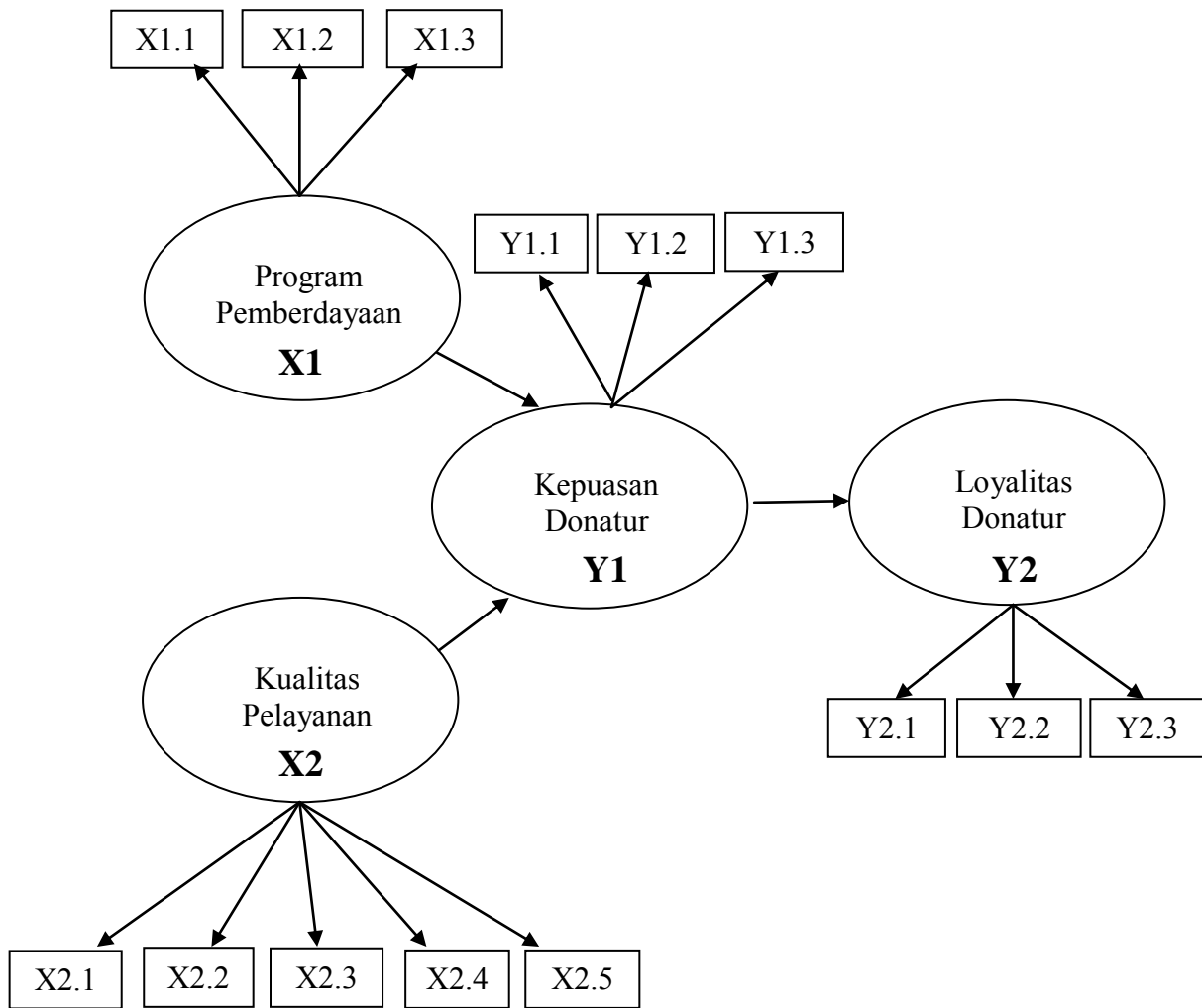
Pada studi ini, yang dimaksud dengan hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang telah dibuat oleh penulis dan kemudian dijabarkan pada landasan teori, sehingga akan memberikan penjelasan atau gambaran akan dugaan yang dimunculkan pada hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah ujian kebenarannya dengan menggunakan teori-teori juga data yang diperoleh dari sampel penelitian. Alat Uji yang digunakan untuk menguji dari hipotesis yang ada ialah uji statistik. Tesis ini adalah hasil dari studi, oleh karena itu diharapkan tesis ini dapat memperkaya hasil studi empirik dan khasanah ilmu pengetahuan, juga dapat digunakan sebagai landasan bagi lembaga untuk meningkatkan pelayanan. Mengenai hipotesis studi, variabel-variabel yang terkandung dalam studi pada penelitian ini serta pengaruh atau keterkaitan antar variabel yang dilakukan dalam studi penelitian ini dapatlah digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



GAMBAR 3.1
KERANGKA KONSEPTUAL

Berdasarkan gambar 3.1 tersebut dapat dijelaskan dalam studi normatik yang terdiri dari kajian ayat-ayat Al-Qur'an yaitu mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan donatur QS. Al-Baqarah ayat 267 serta QS. Ali Imran ayat 159. QS. At Taubah ayat 103 berisikan perintah pengambilan dan pemungutan zakat begitu pula QS. At Taubah ayat 60, tentang pendistribusian zakat. Loyalitas dan kepuasan Islami yang terdapat pada QS. An Nisa (13,14) dan kajian as-Sunnah yang meliputi pemungutan dan penyaluran zakat serta kualitas pelayanan (HR. Al-Bukhari), kepuasan Islami (HR. Abu Hurairah) serta Loyalitas dalam Islam (HR. Muslim), beserta studi teoritik sebagai landasan atau dasar teori dan studi empirik sebagai hasil penelitian sebelumnya baik yang berasal dari teori konvensional maupun teori Islam menghasilkan paduan yang akan digunakan sebagai dasar pencarian dan pembentukan studi obyek yang ditemukan, maka langkah selanjutnya adalah mencari data dan fakta yang muncul dan terjadi.

Membayar zakat, infaq dan shadaqah seringkali dipandang sebagai solusi yang paling penting bagi pengentasan kemiskinan, sehingga perlu kesadaran yang menyeluruh dari umat Islam akan arti penting zakat, infaq, maupun shodaqoh bagi tegaknya perekonomian umat. Dengan demikian umat Islam akan mampu menjadi subyek dalam perekonomiannya sendiri. Zakat, infaq, dan shodaqoh sebagai landasan ekonomi Islam mempunyai kedudukan yang istimewa di dalam Islam, bukan semata-mata ibadah mahdhah melainkan ia sebagai ibadah yang berkaitan erat dengan ekonomi, keuangan, dan kemasyarakatan. Keikhlasan dalam melaksanakan ibadah zakat, infaq dan shadaqah oleh donatur, harus diiringi pula dengan kualitas amil dalam melayani, sehingga amil membantu donatur untuk selalu berbuat baik.



GAMBAR 3.2
KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

X1: Program Pemberdayaan

- X1.1 = Program Pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran.
- X1.2 = Program Pemberdayaan yang terlaksana sudah sesuai dengan tujuan/target lembaga
- X1.3 = Program Pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat

X2: Kualitas Layanan

- X2.1 = Kantor layanan dan personil lembaga telah memberikan layanan yang terbaik pada donatur.
- X2.2 = Pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga.
- X2.3 = Lembaga ini selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur
- X2.4 = Lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik.
- X2.5 = Lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur.

Y1: Kepuasan Donatur

- Y1.1 = Secara keseluruhan saya senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini
- Y1.2 = Saya akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini.
- Y1.3 = Selama jadi Pembayar ZIS, tidak pernah ada komplain terhadap Lembaga ini.

Y2: Loyalitas Donatur

- Y2.1 = Saya selaku donatur selalu membayar ZIS tepat Waktu
- Y2.2 = Saya akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga
- Y2.3 = Saya merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga ini.

Kerangka pemikiran teoritis terlihat pada Gambar 3.2 dimana bisa dilihat hubungan antara variabel utama dan pendukung. Variabel utama selalu muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada dalam model. Sedangkan variabel pendukung merupakan variabel terkait paling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas. Setiap variabel dibentuk oleh indikator dengan angket yang terdiri dari pertanyaan berskala 1 – 5 setiap indikatornya.

3.2. Hipotesis

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan, judul, rumusan masalah, tinjauan pustaka dan kerangka proses berpikir serta kerangka konseptual maka bisa disusun hipotesis sebagai berikut :

1. Program pemberdayaan yang ada di Lembaga Amil Zakat (LAZ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Donatur.
2. Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Donatur.
3. Apakah kepuasan donatur berpengaruh kepada Loyalitas dalam membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah di Lembaga Amil Zakat (LAZ).

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1. Rancangan Penelitian

Explanatory research memberi gambaran mengenai sebab akibat (Prasetyo,2005), yaitu mempelajari hubungan variabel-variabel sehingga secara langsung atau tidak langsung hipotesis penelitian senantiasa dipertanyakan. Sedangkan menurut (Umar,1999:36) penelitian eksplanatori (*explanatory research*) adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisisioner. Dengan demikian penelitian ini adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Sekaran, 2000).

4.2. Populasi, Sampel, Besarnya Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi adalah kelompok atau kumpulan individu-individu atau obyek penelitian yang memiliki standar-standar tertentu dari ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper dan Emory, 1995). Populasi yaitu jumlah dari keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Sekaran,2000). Dalam penelitian ini populasi meliputi donatur Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang berkantor pusat di Surabaya, baik yang membayar zakat

infaq dan sadaqah yang ditentukan secara kriteria yang meliputi kesinambungan minimal delapan tahun, dimana kriteria dari donatur tersebut bisa mewakili semua donatur.

Agar hasil penelitian yang dilakukan terhadap sampel masih tetap bisa dipercaya dalam artian masih bisa mewakili karakteristik populasi, maka cara penarikan sampelnya harus dilakukan secara seksama. Cara pemilihan sampel dikenal dengan nama teknik sampling atau teknik pengambilan sampel. Secara umum, ada dua jenis teknik pengambilan sampel yaitu, sampel acak atau *random sampling/ probability sampling*, dan sampel tidak acak atau *nonrandom sampling/ nonprobability sampling*.

Random sampling adalah cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama untuk diambil kepada setiap elemen populasi. Artinya jika elemen populasinya ada 100 dan yang akan dijadikan sampel adalah 25, maka setiap elemen tersebut mempunyai kemungkinan $25/100$ untuk bisa dipilih menjadi sampel. Sedangkan yang dimaksud dengan *nonrandom sampling* atau *nonprobability sampling*, setiap elemen populasi tidak mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel. Lima elemen populasi dipilih sebagai sampel karena letaknya dekat dengan rumah peneliti, sedangkan yang lainnya, karena jauh, tidak dipilih; artinya kemungkinannya 0 (nol). Dua jenis teknik pengambilan sampel di atas mempunyai tujuan yang berbeda.

Jika peneliti ingin hasil penelitiannya bisa dijadikan ukuran untuk mengestimasi populasi, atau istilahnya adalah melakukan generalisasi maka seharusnya *sampel representatif* dan diambil secara acak. Namun jika peneliti tidak mempunyai kemauan melakukan generalisasi hasil penelitian maka

sampel bisa diambil secara tidak acak. Sampel tidak acak biasanya juga diambil jika peneliti tidak mempunyai data pasti tentang ukuran populasi dan informasi lengkap tentang setiap elemen populasi. Dalam situasi yang demikian, pengambilan sampel dengan cara acak tidak dimungkinkan, maka tidak ada pilihan lain kecuali sampel diambil dengan cara tidak acak atau *nonprobability sampling*, namun dengan konsekuensi hasil penelitiannya tersebut tidak bisa digeneralisasikan.

Di setiap jenis teknik pemilihan tersebut, terdapat beberapa teknik yang lebih spesifik lagi. Pada sampel acak (*random sampling*) dikenal dengan istilah *simple random sampling*, *stratified random sampling*, *cluster sampling*, *systematic sampling*, dan *area sampling*. Pada *nonprobability sampling* dikenal beberapa teknik, antara lain adalah *convenience sampling*, *purposive sampling*, *quota sampling*, *snowball sampling*.

4.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan Kuisisioner. Salah satu instrumen pengumpul data dalam penelitian adalah kuisisioner, atau disebut juga daftar pertanyaan (terstruktur). Kuisisioner ini biasanya berkaitan erat dengan masalah penelitian, atau juga hipotesis penelitian yang dirumuskan. Disebut juga dengan istilah pedoman wawancara (*interview schedule*), namun kita akan menggunakan istilah generiknya yaitu kuisisioner. Alasan penggunaan metode ini adalah responden dapat memperhatikan dan mempertimbangkan pernyataan dan jawaban dengan jelas, pewawancara dapat menggali informasi yang lebih

rinci dan juga dapat mengontrol pertanyaan yang diberikan. Jawaban kuisisioner yang diberikan adalah dengan memberikan tanda (\surd) pada skala sikap 1-5 yang dirasakan paling benar oleh responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala pengukuran ordinal, digunakan untuk mengukur sikap responden terhadap suatu jawaban. Skala pengukuran terbagi dalam beberapa skala yang masing-masing skala mempunyai skor penilaian antara 1-5, dimana skor 1 untuk jawaban responden yang sangat rendah sampai dengan skor 5 untuk jawaban responden yang sangat tinggi. Penggunaan skala 1-5 mengingat skala tersebut lazim digunakan dalam jurnal-jurnal penelitian pemasaran dan untuk menghindari adanya jawaban ragu-ragu (*central tendency effect*). Skala penilaian tersebut adalah skala tidak setuju hingga setuju seperti contoh sebagai berikut:

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju

4.4. Sumber Data

Sumber data yang didapat ialah data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui sumber perantara) dan data dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sesuai dengan keinginan peneliti (Indriatoro dan Supomo, 1999, p.146-147). Data primer ini khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang berjalan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui pembagian atau penyebaran daftar pertanyaan (kuisisioner) yang diberikan kepada donatur Lembaga Amil Zakan (LAZ) yang berkantor pusat di Surabaya.

4.5. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variabel merupakan suatu istilah yang berasal dari kata *vary* dan *able* yang berarti “berubah” dan “dapat”. Jadi kata *variable* berarti dapat berubah. Oleh sebab itu setiap variabel dapat diberi nilai, dan nilai itu berubah-ubah. (Mhila: 2012). Menurut Soegeng dalam Tahir (2011:31) *variable* adalah suatu rancangan yang memiliki variasi nilai, kategori, atau atribut

Secara teoritis *variable* dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek lain. Misalnya tinggi, berat badan, sikap, motivasi, kepemimpinan, disiplin kerja, merupakan atribut-atribut dari setiap orang. Berat, ukuran, bentuk, dan warna merupakan atribut-atribut dari obyek. Menurut Kerlinger bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Misalnya, tingkat aspirasi, penghasilan, pendidikan, status sosial, jenis kelamin, golongan gaji, produktivitas kerja, dan lain-lain. Di bagian lain Kerlinger menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda (*different values*). Dengan demikian variabel itu merupakan suatu yang bervariasi. (mhila: 2012)

Variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai (Moh. Nazir). Dengan demikian, variabel adalah merupakan objek yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh informasi agar bisa ditarik suatu kesimpulan. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat dirumuskan di sini bahwa variabel

penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

4.5.1. Klasifikasi Variabel

Variabel-variabel yang telah diidentifikasi perlu diklasifikasikan, sesuai dengan jenis dan peranannya dalam penelitian. Klasifikasi ini sangat perlu untuk penentuan alat pengambilan data apa yang akan digunakan dan metode analisis mana yang sesuai untuk diterapkan. Berkaitan dengan proses kuantifikasi data biasa digolongkan menjadi 4 jenis yaitu (a). Data Nominal, (b). Data Ordinal, (c). Data Interval dan, (d). Data *ratio*. Demikianlah pula variabel, kalau dilihat dari segi ini biasa dibedakan dengan cara yang sama.

Variabel Nominal, yaitu variabel yang ditetapkan berdasar atas proses penggolongan; variabel ini bersifat diskret dan saling pilah (*mutually exclusive*) antara kategori yang satu dan kategori yang lain; contoh: jenis kelamin, status perkawinan, jenis pekerjaan. Variabel Ordinal, yaitu variabel yang disusun berdasarkan atas jenjang dalam atribut tertentu. Jenjang tertinggi biasa diberi angka 1, jenjang di bawahnya diberi angka 2, lalu di bawahnya di beri angka 3 dan seterusnya. Variabel Interval, yaitu variabel yang dihasilkan dari pengukuran, yang di dalam pengukuran itu diasumsikan terdapat satuan (unit) pengukuran yang sama. Contoh: variabel interval misalnya prestasi belajar, sikap terhadap sesuatu program pemberdayaan dinyatakan dalam skor, penghasilan dan sebagainya. Variabel *ratio*, adalah variabel yang dalam kuantifikasinya mempunyai nol mutlak. (Drs. Sumadi Suryabrata .Metologi Penelitian. hal. 26-27.)

Menurut Fungsinya variabel dapat dibedakan. Variabel Tergantung (*Dependent Variabel*), yaitu kondisi atau karakteristik yang berubah atau muncul ketika penelitian mengintroduksi, pengubah atau mengganti variabel bebas. Menurut fungsinya variabel ini dipengaruhi oleh variabel lain, karenanya juga sering disebut variabel yang dipengaruhi atau variabel terpengaruhi. Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Atau dalam bahasa Indonesia sering disebut Variabel terikat. Dalam SEM (*Structural Equation Modeling*) variabel dependen disebut variabel endogen. Variabel Bebas (*Independent Variabel*), Adalah kondisi-kondisi atau karakteristik-karakteristik yang oleh peneliti dimanipulasi dalam rangka untuk menerangkan hubungannya dengan fenomena yang diobservasi. Karena fungsi ini sering disebut variabel pengaruh, sebab berfungsi mempengaruhi variabel lain, jadi secara bebas berpengaruh terhadap variabel lain. Variabel ini juga sering disebut sebagai variabel *Stimulus, Prediktor, antecedent*. Dalam SEM(*Structural Equation Modeling*) variabel independen disebut variabel eksogen.

Variabel Intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan Variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel Intervening juga merupakan variabel yang berfungsi menghubungkan variabel satu dengan variabel yang lain. Hubungan itu dapat menyangkut sebab akibat atau hubungan pengaruh dan terpengaruh. Variabel Moderator, dalam

mengidentifikasi variabel moderator dimaksud adalah variabel yang karena fungsinya ikut mempengaruhi variabel tergantung serta memperjelas hubungan bebas dengan variabel tergantung.

Variabel kendali yaitu yang membatasi (sebagai kendali) atau mewarnai variabel mederator. Variabel ini berfungsi sebagai kontrol terhadap variabel lain terutama berkaitan dengan variabel moderator, jadi seperti variabel moderator dan bebas ia juga ikut berpengaruh terhadap variabel tergantung. Variabel Rambang yaitu fungsinya sangat diperhatikan dalam penelitian. Variabel rambang yaitu variabel yang fungsinya dapat diabaikan atau pengaruhnya hampir tidak diperhatikan terhadap variabel bebas maupun tergantung. (Drs.Colid Narbuko,Drs.H Abu Achmadi.2004.Metode Penelitian. Jakarta:Bumi Aksara Hal.119-120).

Dalam penelitian ini secara garis besar, variabel dapat diklasifikasikan menjadi dua variabel, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen atau variabel independent dan variabel dependent. Secara lebih lengkap mengenai variabel eksogen dan variabel endogen atau variabel independent dan variabel dependent pada penelitian ini akan dijelaskan pada definisi Operasional Variabel.

4.5.2. Definisi Operasional Variabel

Penyusunan Definisi operasional variabel ini perlu, karena definisi operasional variabel itu akan menunjuk alat pengambil data mana yang cocok digunakan. Definisi Operasional variabel adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi). Konsep dapat diamati atau diobservasi ini penting, karena hal yang dapat diamati itu

membuka kemungkinan bagi orang lain selain peneliti untuk melakukan hal yang serupa, sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain.

Penentuan untuk variabel dependen dan independen dalam model penelitian ini, terbagi dalam beberapa tahap (terlihat pada Tabel 4.1). Selanjutnya akan ditunjukkan seperti berikut ini:

Tabel 4.1
Penentuan Variabel Dependen dan Utama

No.	Variabel Utama	Variabel Dependen
1	Program Pemberdayaan	Kepuasan Donatur
2	Kualitas Layanan	Kepuasan Donatur
3	Kepuasan Donatur	Loyalitas Donatur

Variabel independen dari program pemberdayaan dimana yang menjadi variabel dependen adalah kualitas layanan dan kepuasan donatur. Variabel independen dari kualitas layanan dimana yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan donatur. Variabel independen dari kepuasan donatur dimana yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas donatur.

Secara keseluruhan, penentuan atribut dan indikator serta definisi operasional variabel dapat dilihat dalam Tabel 4.2, pada tabel yang menjelaskan mengenai definisi secara operasional dari setiap variabel. Indikator adalah tentang ukuran dan bagaimana mengukurnya. Indikator penelitian untuk variabel Program pemberdayaan terdapat 3 indikator dalam mengukurnya, sedangkan untuk kualitas layanan terdapat 5 indikator dalam mengukurnya, sedangkan variabel kepuasan donatur terdapat 3 indikator dalam mengukurnya dan variabel loyalitas donatur terdapat 3 indikator dalam mengukurnya. Indikator-indikator ini digunakan

sebagai alat ukur, dan kemudian akan dilihat keterkaitan antar variabel seperti yang diuraikan sebelumnya.

Tabel 4.2
Definisi Operasional dan Variabel

Variabel	Definisi
Program Pemberdayaan	Program/kegiatan yang membuat seseorang menjadi berdaya atau mempunyai daya atau mempunyai kekuatan. dengan indikator : <ol style="list-style-type: none"> 1. Program Pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran. 2. Program Pemberdayaan yang terlaksana sudah sesuai dengan tujuan/target lembaga 3. Program Pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat
Kualitas Layanan	Kesesuaian tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan, dengan indikator : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kantor layanan dan personil lembaga telah memberikan layanan yang terbaik pada donatur. 2. Pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga. 3. Lembaga ini selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur 4. Lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik. 5. Lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur.
Kepuasan Donatur	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil, dengan indikator. <ol style="list-style-type: none"> 1. Secara keseluruhan saya senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini 2. Saya akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini. 3. Selama jadi Pembayar ZIS, tidak pernah ada komplain terhadap Lembaga ini.
Loyalitas Donatur	Komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang. <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya selaku donatur selalu membayar ZIS tepat Waktu 2. Saya akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga. 3. Saya <u>merekomendasikan</u> kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga ini. Saya selaku donatur selalu membayar ZIS tepat Waktu

4.6. Uji Validitas

Pengujian validitas dari daftar pertanyaan ini dimaksudkan agar daftar pertanyaan yang dipergunakan untuk mendapatkan data penelitian valid (sahih). Sedangkan uji validitas ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kesahihan dari angket atau kuisisioner. Kesahihan disini mempunyai arti kuisisioner atau angket yang dipergunakan mampu untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dengan menggunakan PLS sebagai alat ukurnya, ada beberapa faktor yang menjadi acuannya, yaitu;

1. Nilai *convergent validity* atau nilai *loading factor* per indikator $> 0,70$.

Namun pada riset tahap pengembangan skala, loading 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima. Jika nilainya di bawah nilai ini maka indikator harus dikeluarkan atau digantikan.

2. Nilai *average variance extracted* (AVE) $> 0,50$, maka konstruk valid.

3. *Discriminant validity* dengan melihat akar kuadrat AVE (\sqrt{AVE}) dibandingkan korelasi antar konstruk. Jika nilai akar kuadrat AVE (\sqrt{AVE}) $>$ korelasi antar konstruk maka diskriminan validitinya baik.

4.7. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dan validitas dari daftar pertanyaan ini dimaksudkan agar daftar pertanyaan yang dipergunakan untuk mendapatkan data penelitian *reliable*. Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Kehandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur, apabila dilihat dari stabilitas atau konsistensi internal dari jawaban/pertanyaan jika pengamatan dilakukan secara berulang. Apabila suatu

alat ukur ketika digunakan secara berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat ukur tersebut dianggap handal dan *reliable*. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item/pertanyaan yang dipergunakan pada penelitian ini akan menggunakan formula *cronbach alpha* (koefisien *alfa cronbach*), dianggap *reliable* jika nilai *alfa cronbachnya* $> 0,6$

4.8. Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghazali (2006), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM berbasis kovarian menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive* model. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* (Ghozali, 2006), karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Misalnya, data harus terdistribusi normal, sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan *indikator reflektif* dan *formatif*.

Menurut Ghazali (2006) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah *linear agregat* dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *inner model* (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer model* (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstraknya) dispesifikasi. Hasilnya adalah *residual variance* dari variabel dependen.

Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. Pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan indikatornya (loading). Ketiga, berkaitan dengan *means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan proses iterasi 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama, menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk *inner model* dan *outer model*, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi *means* dan lokasi (Ghozali, 2006).

4.8.1 Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model (*inner relation, structural model dan substantive theory*) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q-square test untuk predictive relevance dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi.

Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali, 2006). Di samping melihat nilai R-square, model PLS juga dievaluasi dengan melihat Q-square prediktif relevansi untuk model konstruktif. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

4.8.2 Model Pengukuran atau *Outer Model*

Convergent validity dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup (Chin, 1998 dalam Ghazali, 2006). *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan *reflektif indikator* dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya.

Metode lain untuk menilai *discriminant validity*, membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur *reabilitas component score* variabel laten dan hasilnya lebih *konservatif* dibandingkan dengan *composite reability*. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50 (Fornel dan Larcker, 1981 dalam Ghazali, 2006). *Composite reability* yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2006).

4.8.3 Metode Sobel

Di dalam penelitian ini terdapat variabel intervening yaitu komitmen profesi dan komitmen organisasi. Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2009) suatu variabel disebut *variabel intervening* jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara *variabel prediktor* (independen) dan *variabel kriteria* (dependen). Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel test*). Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui *variabel intervening* (M). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M dihitung dengan cara mengalikan jalur X→M (a) dengan jalur M→Y (b) atau ab. Jadi koefisien $ab = (c - c')$, dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol M. Standard error koefisien a dan b ditulis dengan Sa dan Sb, besarnya standard error pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) Sab dihitung dengan rumus dibawah ini :

$$Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2 + Sa^2 Sb^2}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu $\geq 1,96$. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2009).

BAB V

ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

5.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

5.1.1. Yatim Mandiri

Yatim Mandiri merupakan lembaga nonprofit yang berkhidmat dalam memberdayakan segala potensi anak yatim melalui pengelolaan dana sosial masyarakat ZISWAQ (Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Waqaf) yang halal, baik perseorangan, lembaga, institusi, maupun perusahaan.

Awalnya berasal dari gagasan beberapa orang aktivis Islam di Surabaya yang peduli terhadap anak-anak yatim dan sosial masyarakat, untuk menyatukan panti-panti asuhan yatim di Surabaya. Maka pada 31 Maret 1994 dibentuklah Yayasan Pembinaan dan Pengembangan Panti Asuhan Islam dan Anak Purna Asuh (YP3IS) sebagai lembaga penghimpun dana dari masyarakat untuk anak yatim.

Setelah mengalami perjalanan panjang selama 19 tahun sejak berdirinya, berbagai catatan perjalanan telah terhimpun. Baik yang berkaitan dengan legalitas maupun operasional kesehariannya. Di antaranya; sesuai dengan undang-undang nomor 16 tahun 2000 tentang yayasan batas toleransi penyesuaiannya adalah tahun 2005, sehingga demi kepentingan publik yayasan harus melakukan pendaftaran ke Depkumham Jakarta. Di sini ternyata menemui kendala. Nama YP3IS sudah digunakan pihak lain. Catatan yang lain, begitu banyak pihak yang menyarankan, baik tenaga pelaksana internal maupun masyarakat di eksternal, supaya nama lembaga dana ini disederhanakan. Alasannya, nama yang ada terlalu panjang, sehingga susah

dipahami dan sulit diingat. Maka untuk memberi kemudahan kepada semua pihak, pada awal 2008 diputuskan untuk berubah nama menjadi Yayasan Yatim Mandiri, dengan akronim YATIM MANDIRI. Dan, dengan nama ini, telah terdaftar di Depkumham dengan nomor : AHU-2413.AH.01.02.2008.

VISI

“Menjadi Lembaga Dana Nasional Yang Amanah Dan Profesional Untuk Kemandirian Yatim“

MISI

- Mengupayakan dana dan menyalurkannya untuk kemandirian yatim
- Mendidik anak yatim sampai mandiri

TUJUAN

- Mengajak masyarakat untuk bersama-sama membina anak yatim
- Meningkatkan kualitas dan daya saing anak yatim
- Membina anak yatim sampai mandiri

Program Pemberdayaan.

Program penyaluran di yatim mandiri di bagi menjadi beberapa kelompok program, antara lain

- Pendidikan
- Kesehatan
- Kemandirian Purna Asuh
- Pemberdayaan Ekonomi Bunda Yatim Sejahtera
- Kemanusiaan
- Program Ramadhan
- Super Gizi Qurban

Program pendidikan di Yatim Mandiri terdiri dari beberapa program, seperti program bestari, genius, duta guru dan ICMBS. Program BESTARI (Beasiswa Yatim Prestasi), program ini bertujuan memberikan bantuan biaya untuk mendukung pendidikan anak-anak yatim dhuafa tingkat SD, SMP dan SMA. Selain bantuan biaya pendidikan, bagi anak-anak yatim berprestasi (Akademik atau Non Akademik) akan mendapatkan beasiswa pendidikan. Melalui program ini, mereka juga akan mendapatkan materi pembinaan dan motivasi melalui kegiatan kreatif-edukatif untuk pengembangan life skill yang mendorong anak menjadi mandiri. Bantuan biaya pendidikan dan beasiswa prestasi diberikan setiap semester.

Program GENIUS (Guru Excellent Yatim Sukses), merupakan program pendampingan pembelajaran melalui kelompok sanggar belajar bagi anak-anak yatim dhuafa setingkat SD yang fokus pada pembelajaran nalar dan logika. Materi yang diajarkan adalah fun matematika. Anak-anak akan mendapatkan metode belajar matematika yang berbeda dari yang didapat di sekolah. Melalui program ini, anak-anak tidak hanya sekedar belajar matematika saja tetapi juga belajar tentang logika dan pemecahan masalah dengan metode matematika. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan hasil belajar anak di sekolah sehingga bisa menjadi pengantar kesuksesan ke jenjang pendidikan selanjutnya.

Program DUTA GURU, merupakan program pengiriman guru Al-Qur'an ke Panti Asuhan mitra guna memberikan pengajaran baca Al-Qur'an kepada anak-anak yatim asrama agar dapat membaca Al-Qur'an dengan benar dan lancar. Selain pembelajaran Al-Qur'an, anak-anak juga mendapatkan

materi pembinaan ke-Islaman sehingga anak tidak hanya menjadi mandiri tetapi juga menjadi anak yang sholeh/sholiha.

Program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School), merupakan program pendidikan SMP Insan Cendekia Mandiri diselenggarakan oleh, Yayasan Kemandirian Nusantara sejak tahun 2007 dengan mendirikan dan mengelola Mandiri Entrepreneur Center , Politeknik Mandiri Utama yang selanjutnya pada tahun 2012 ini mendirikan SMP Insan Cendekia Mandiri, dengan harapan menjadi “rumah kedua” bagi anak-anak yang sedang dalam masa potensi tumbuh kembang yang sangat optimal. SMP Insan Cendekia Mandiri menerapkan Konsep *integrated activity* dan *integrated curriculum*, yang intinya bahwa semua aktifitas serta kurikulum yang disusun diterapkan dan dikemas dalam satu sistem pendidikan yang bernafaskan Islam.

Program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School) memiliki VISI “Menjadi lembaga pembinaan bagi calon pemimpin bangsa yang bertaqwa, Cerdas dan tangguh.” (Al Baqarah 30/An Nuur 50).

Visi tersebut di terjemahkan melalui MISI sebagai berikut :

1. Membina siswa mencintai Al Qur'an dan mengamalkan akhlaq mulia
2. Membina siswa menjadi kader bangsa yang cinta tanah air dan berkemampuan menjadi pemimpin
3. Mempersiapkan siswa berkelayakan masuk ke jenjang pendidikan terbaik berikutnya.

Program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School) memiliki Tujuan :

1. Mampu membina anak yatim usia sekolah tumbuh kembang secara optimal bersama dengan anak lain yang seusianya.

2. Menjadi lembaga pembinaan yang mengintegrasikan pendidikan ke-Islaman, ke-ilmuan, kemandirian dan kepemimpinan

Program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School) juga memiliki Standard Mutu Lulusan SMP, yaitu:

1. Mampu menghafal Al Qur'an juz 1-5 dan Juz 30.
2. Mampu membaca dan memahami Kitab Riyadhusshalihin
3. Berkelayakan masuk pada SMA terbaik.
4. Mampu memelopori kegiatan bersama siswa-siswi di sekolah lain.
5. Mampu terlibat secara aktif dalam pengelolaan unit usaha sekolah.
6. Mampu menjadi Imam shalat rawatib dan khotib.
7. Mampu menyusun dan mempresentasikan karya ilmiah.
8. Memiliki sikap disiplin, tanggung jawab, mandiri dan semangat juang serta kepekaan sosial.

Kurikulum Program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School)

- Kurikulum Nasional yang berlaku
- Kurikulum Khas MBS
- Kurikulum Internasional

Bidang yang dikembangkan untuk program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School) meliputi:

1. Kepribadian Islam
2. Bakat minat
3. Kepemimpinan
4. Kewirausahaan

Program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School) memiliki target program sebagai berikut :

1. Kepribadian Islam: menumbuhkan (faham dan sadar) membiasakan amaliah ibadah dan akhlak karimah secara optimal
2. Pengembangan bakat dan minat :
 - a. Menjaga kesehatan/kebugaran dan melatih ketahanan/kekuatan fisik.
 - b. Aktualisasi dan prestasi bakat dan minat belajar siswa
3. Pengembangan kepemimpinan : pemahaman diri, komunikasi, pemecahan masalah, merencanakan, mengelola, kepemimpinan, bekerjasama dengan orang lain.
4. Pengembangan wirausaha : menumbuhkan motivasi dan memberi pengalaman hidup mandiri.

Program pengembangan keIslaman program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School) meliputi:

1. Hifdhil qur'an
2. Ta'limul dan Qiraatul Kutub
3. Ketaatan beribadah
4. Halaqah
5. Remaja Masjid
6. Social Work
7. Bimbingan Studi Lanjut
8. Kedisiplinan
9. Therapy Kesulitan Belajar

Program kepemimpinan program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School) meliputi :

1. Training kader
2. Khitobah
3. Kepanduan
4. Latihan baris-berbaris
5. Program bersama
6. Organisasi intra sekolah

Program pengembangan minat bakat program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School) meliputi :

1. Bela diri
2. Olah raga
3. Kesenian
4. Handy craft
5. Olimpiade sains

Program Kewirausahaan pada program pendidikan ICMBS (Insan Cendekia Mandiri Boarding School) meliputi :

1. Training wirausaha
2. Survival
3. Magang
4. Bisnis club

Program pemberdayaan dibidang kesehatan seperti YES (Yatim Energik dan Sehat), karena anak yatim bisa berprestasi harus sehat. Yatim Mandiri membantu dengan memberikan layanan kesehatan, perbaikan gizi dan penyuluhan kesehatan serta pengobatan gratis. Beberapa mobil sehat yatim juga disediakan sebagai klinik keliling yang akan menjangkau daerah-daerah terpencil dimana anak yatim berada. Dengan kerjasama semua pihak termasuk

donatur yang selama ini membantu program YES dan instansi yang berkaitan dengan Kesehatan, sehingga semua adik-adik yatim selain pendidikannya bisa baik juga kesehatannya juga harus baik, maka insya Allah terwujudlah yatim yang sehat dan berprestasi.

Program pendidikan purna asuh, masuk pada program MEC (Mandiri Enterpreuner Center), yaitu lembaga pendidikan setara D-1 yang bertujuan untuk mendidik anak-anak yatim tamatan SMU/SMK/ sederajat (Purna Asuh) menjadi tenaga ahli dibidangnya. Selain dibekali ilmu mereka juga dididik menjadi pribadi muslim yang jujur, amanah, disiplin dalam menjalankan tugasnya. Saat ini MEC telah tersebar di Surabaya, Semarang dan Bekasi, serta disupport oleh 27 cabang Yatim Mandiri diseluruh nusantara. Keunggulan dari program MEC (Mandiri Enterpreuner Center) yaitu :

1. Beasiswa penuh, selama proses pendidikan, mahasiswa mendapatkan beasiswa penuh dari Yayasan Yatim Mandiri dan diasramakan
2. Jangkauan nasional, mahasiswa MEC diseleksi melalui kantor Cabang Yatim Mandiri dari seluruh Indonesia
3. Sistem pendidikan terpadu, MEC memadukan sistem pendidikan berbasis skill, entrepreneur dan mengedepankan akhlaqul karimah
4. Jaminan kerja, seluruh alumni MEC telah bekerja diberbagai instansi pemerintah/swasta di Indonesia. MEC sampai saat ini sudah meluluskan dan telah bekerja sebanyak 570 alumni.

MEC (Mandiri Enterpreuner Center) memiliki fasilitas pendidikan :

1. Gedung milik sendiri
2. Asrama

3. DLP projector di setiap kelas
4. Laboratorium ber-AC
5. Perpustakaan dan e-library
6. Laboratorium komputer
7. Laboratorium desain grafis
8. Laboratorium teknisi komputer
9. Internet
10. Mushola
11. Aula

MEC (Mandiri Enterpreuner Center), memiliki beberapa program studi yang meliputi:

1. Akuntansi dan administrasi perkantoran. Peserta didik akan mampu membuat laporan keuangan baik manual maupun secara computer
2. Teknisi komputer dan jaringan. Peserta didik dapat menguasai peralatan service komputer, paham hardware maupun software, instalasi software, maintenance PC dan Notebook, membasmi virus, instalasi jaringan kabel maupun nirkabel.
3. Desain grafis. Peserta didik akan mampu mendesain logo, spanduk, cover buku/ majalah, pamflet, xbanner, brosur, packaging, layout majalah secara mahir
4. Diklat guru TK Islam. Peserta didik akan menjadi tenaga pengajar sekolah TK Islam
5. Otomotif. Peserta didik akan menjadi tenaga mekanik sepeda motor yang profesional dan mampu memperbaiki berbagai macam sepeda motor.

6. Manajemen Zakat. Peserta didik akan menjadi tenaga pengelola ZIS (Zakat, Infaq, Shodaqoh) yang profesional. Peserta program ini mengikuti program ikatan dinas.
7. Kuliner. Peserta didik akan menjadi tenaga pengelola bisnis catering yang profesional. Peserta program ini mengikuti program ikatan dinas.
8. Peternakan terpadu. Peserta didik akan dididik sebagai tenaga ahli peternakan. Berpotensi menjadi pebisnis ternak, dan berpeluang untuk bekerja dan berwirausaha

Yayasan yatim mandiri, selain memiliki program pemberdayaan melalui pendidikan dan kesehatan, yatim mandiri mempunyai program pemberdayaan ekonomi, dengan memberdayakan bunda yatim melalui program Pemberdayaan Ekonomi Bunda Yatim Sejahtera (BISA). Program BISA (Bunda Yatim Sejahtera), bertujuan untuk memberdayakan dan memperkuat ekonomi bunda yatim dengan membentuk kelompok usaha bersama atau usaha mandiri.

Kelompok Usaha Mandiri, pada Program pemberdayaan ekonomi bunda yatim, dilakukan dengan cara membentuk kelompok usaha bersama. Kelompok kecil terdiri dari 3 – 5 bunda yatim sedangkan kelompok besar terdiri dari 15 – 20 orang bunda yatim, dengan pendamping pengusaha profesional dibidangnya. Bantuan yang diberikan digunakan untuk set up usaha bersama, pengadaan infrastruktur usaha, modal usaha dan operasional usaha.

Usaha Mandiri adalah program pemberdayaan dan pendampingan usaha skala mikro. Melalui program ini para bunda yatim akan mendapatkan bantuan dalam bentuk pengadaan modal dan/atau infrastruktur penunjang

aktivitas usaha yang telah dimilikinya. Bantuan yang diberikan berdasarkan hasil survey kebutuhan usaha.

Layanan donatur yang dilakukan oleh yatim mandiri mencakup, pelatihan, konsultasi dan kemudahan berdonasi seperti :

1. Jemput donasi, merupakan kemudahan donatur dalam berdonasi, melayani donatur yatim mandiri. Tunaikan zakat, infaq, shadaqah dengan mudah. Dimana petugas ZIS Consultant siap membantu.
2. Transfer donasi Via ATM Manapun, adalah layanan dengan mudah menunaikan donasi, cepat, aman melalui kartu debit, di jutaan merchant di seluruh dunia, puluhan ribu merchant dan Ribuan ATM (jaringan ATM BCA, ALTO, dan ATM Bersama) serta 900 ribu ATM (Visa/Plus) di seluruh Indonesia.
3. e-Banking, merupakan layanan berdonasi lewat internet dengan cara mengunjungi website <http://yatimmandiri.org> dari gadget/handphone donatur, pilih link e-banking, lakukan transfer secara online melalui e-banking bank manapun dengan mudah cepat dan aman.
4. e-Banking Mobile, layanan berdonasi dengan jalan lakukan transfer secara online melalui Mobile Banking gadget/handphone anda dengan mudah cepat dan aman
5. Autodebet, layanan donasi dengan cara melakukan pemotongan langsung dari rekening bank donatur autodebet ke rekening bank Yatim Mandiri
6. Counter zakat Yatim Mandiri, layanan donasi dengan memudahkan donatur dalam berdonasi dengan cara mengunjung counter zakat yang ada di pusat keramaian.
7. Donasi via Paypal, berdonasi dengan menggunakan fasilitas paypal

5.1.2. LMI (Lembaga Manajemen Infaq)

LMI (Lembaga Manajemen Infaq) mempunyai kegiatan utama menghimpun, mengelola, dan menyalurkan zakat, infaq, shodaqoh (ZIS) serta berusaha menciptakan iklim dan sarana bagi berkembangnya kegiatan ekonomi dan sosial umat Islam. Pada awalnya pusat kegiatan LMI pertama kali berada di jalan Pucang Anom Timur Surabaya, kemudian sejak tahun 1997 pusat kegiatan LMI pindah ke Jalan Gubeng Jaya I/41A Surabaya Telp. (031) 503 8567 sampai dengan tahun 2005.

Setelah itu LMI mempunyai sekretariat di Jalan Nginden Intan Raya No 12 Telp. (031) 5998484 Fax (031) 5920299 sampai dengan sekarang. Kini, LMI telah berkembang dengan 18 cabang yang tersebar di seluruh Jawa Timur. Dengan sejumlah program yang unik dan kreatif, LMI semakin menunjukkan perannya dalam pemberdayaan masyarakat. Demikian juga dengan sisi Sumber Daya Manusia (SDM) yang terus bertambah.

Berawal dari hanya 1 (satu) orang SDM yang diberi amanah untuk fokus sebagai pengelola lembaga. Pada tahun 2000 struktur kepengurusan LMI dirubah dengan menambahkan Dewan Pengurus dan Dewan Direksi. LMI mengangkat Firnawan Hendrayanto sebagai Direktur Harian pertama kali bulan Juli tahun 2002 dengan masa kerja sampai bulan Desember 2002. Kemudian pada bulan April 2003 mengangkat Agus Fathony sebagai direktur LMI yang kedua. Beliau bertugas sebagai direktur LMI selama 1 (satu) bulan. Kemudian pada bulan Mei 2003 Dewan Pengurus mengangkat Nurkholik sebagai direktur LMI yang baru dengan masa kerja sampai dengan bulan Desember 2004.

Bulan Januari 2005 mengangkat Joko Erwanto sebagai direktur baru LMI. Beliau menjabat sebagai direktur LMI sampai bulan April 2006. Dalam

rentang waktu bulan Mei 2006 sampai dengan bulan Februari 2007 Dewan Pengurus mengangkat Agung Wijayanto sebagai Pjs Direktur LMI. Kemudian pada bulan Maret 2007 Dewan Pengurus mengangkat Sigit Prasetya sebagai direktur LMI sampai bulan September 2008. Dan di bulan Oktober 2008 Direktur LMI dipegang oleh Wahyu Novyan, S.Sos, sampai sekarang.

Kini, seiring dengan perjalanan waktu, SDM LMI menjadi 113 orang di seluruh Jawa Timur. Jumlah ini belum termasuk relawan dengan semua tingkatan. Kemudian, pada Rapat Kerja 2008 lalu, LMI memamantapkan diri dengan tampil sebagai lembaga dana sosial yang tidak hanya mengelola dana ZIS, namun juga termasuk wakaf, hibah dan dana sosial lainnya.

VISI

Menjadi lembaga dana sosial yang mengakar di Jawa Timur dan berperan di tingkat nasional serta menjadi pelopor dalam mengarusutamakan, menghimpun dan mendayagunakan zakat, infaq, shodaqoh, wakaf, hibah dan dana sosial lainnya untuk pemberdayaan umat.

MISI

1. Mengarusutamakan zakat, infaq, shodaqoh, wakaf, hibah dan dana sosial lainnya sebagai sumberdaya pemberdayaan umat, melalui sosialisasi dan pendidikan publik;
2. Menghimpun zakat, infaq, shodaqoh, wakaf, hibah dan dana sosial lainnya secara profesional, transparan, akuntabel;
3. Mendayagunakan zakat, infaq, shodaqoh, wakaf, hibah dan dana sosial lainnya secara tepat sasaran dan mengedepankan kemitraan profesional;

4. Melayani para pemangku kepentingan secara baik dan tepat melalui peningkatan terus menerus tata kelola kelembagaan, penguatan budaya kepedulian, *learning & growth* , kekokohan proses internal, dan *in-time-delivery service*.

Peningkatan kualitas layanan yang dilakukan oleh Lembaga Manajemen Infaq (LMI) dengan melakukan beberapa program, program-program layanan LMI masuk pada program dakwah & masjid yang terdiri dari:

1. Program layanan dakwah meliputi:
 - Penyediaan Penceramah dan Khatib (umum, tarawih, radio dan TV)
 - Kursus Terjemah Al-Qur'an
 - Konsultasi Agama Islam
 - Pelatihan Perawatan Jenazah
 - Pelatihan Keluarga SAMARA (Sakinah Mawaddah Warahmah)
 - dll.
2. Komunitas Semanggi Surabaya adalah program layanan terintegrasi yang meliputi pengajian, pendidikan, kesehatan, dan ekonomi pada masyarakat binaan LMI.
3. Beasiswa Penghafal Qur'an, merupakan bantuan biaya pendidikan untuk anak usia SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi, yang secara intensif sedang dalam proses menghafal Al-Quran .
4. Peduli Guru Qur'an, adalah bantuan insentif kepada Guru Qur'an di lembaga pendidikan Al-Quran atau Taman baca Al-Quran seperti TPQ dan TPA

5. Program Peduli Da'i adalah program pemberian bantuan intensif bagi da'i/ustadz/juru dakwah guna menunjang aktivitas dakwah di daerah binaan LMI.

Program penyaluran di Lembaga Manajemen Infaq (LMI) dibagi menjadi beberapa program besar yang terdiri dari beberapa program, seperti Program Pintar yang terdiri dari:

1. Beasiswa Pintar, Program yang bertujuan untuk mengurangi angka putus sekolah dengan memberi beasiswa kepada anak usia sekolah (SD, SMP dan SMA) yang berprestasi dari keluarga kurang mampu (dhuafa). Selain pemberian beasiswa, anak asuh juga mendapatkan pembinaan keIslaman secara berkala.
2. Sekolah Pintar, yaitu program pemberian bantuan secara gratis untuk biaya pendidikan tingkat pra sekolah dasar (tingkat PAUD dan TK) bagi anak-anak dari keluarga kurang mampu (dhuafa).
3. Guru Pintar, Program Guru Pintar merupakan program pemberian bantuan insentif untuk guru di lembaga pendidikan Islam yang memiliki kemampuan lebih atau berprestasi serta kurang mampu dari sisi ekonomi.

Program penyaluran di Lembaga Manajemen Infaq (LMI), selain pogram pintar, juga ada Program SEHATi yang terdiri dari beberapa program yaitu :

1. Rumah Sehati, merupakan Sarana layanan kesehatan terjangkau untuk memenuhi kebutuhan kesehatan khususnya untuk masyarakat kurang mampu. Adapun layanan yang diberikan di Rumah Sehati meliputi pemeriksaan dan pengobatan umum, check-up kesehatan, khitan, layanan

KB dan layanan untuk ibu hamil. Rumah Sehati yang terletak di jalan Barata Jaya XXII/20 ini, memberikan layanan jam buka mulai dari jam 9 pagi hingga jam 16 sore.

2. Bersalin Cuma-Cuma, program layanan yang diberikan kepada ibu-ibu hamil dari keluarga kurang mampu yang meliputi layanan periksa kandungan, USG, proses persalinan, control pasca persalinan hingga imunisasi.
3. Santunan Sehati, untuk membantu meringankan beban keluarga pasien yang kurang mampu maka LMI memberikan santunan langsung yang diberikan kepada pasien yang menderita penyakit berat.
4. Banana Sehati, yaitu pemberian bantuan langsung kepada korban bencana alam berupa makanan, minuman, obat-obatan, dan kebutuhan darurat yang lain.

Program penyaluran di Lembaga Manajemen Infaq (LMI), selain pogram pintar dan Program SEHATi, juga ada Program Emas, yang merupakan program pemberdayaan di bidang ekonomi, terdiri dari beberapa program yaitu :

1. Bantuan Emas, pemberdayaan ekonomi dengan pemberian modal usaha dan pembinaan kepada masyarakat kurang mampu yang sudah mempunyai usaha mikro. Dengan program ini, diharapkan mereka mampu meningkatkan skala usahanya sehingga kesejahteraan mereka bisa meningkat pula.
2. Forum Silaturahmi Emas, Forum pertemuan tiga bulanan yang diperuntukkan kepada para penerima modal usaha BOS Emas yang

menjadi momen silaturahmi dan pembinaan baik dalam bidang kewirausahaan maupun bidang pembinaan agama Islam.

3. Layanan Emas, yaitu pemberian bantuan tunai yang dilakukan langsung kepada para mustahik yang benar-benar tidak mampu terkait dengan kebutuhan hidup sehari-hari (makan), membayar hutang, biaya pulang ke daerah asal, dan kondisi-kondisi darurat lainnya.

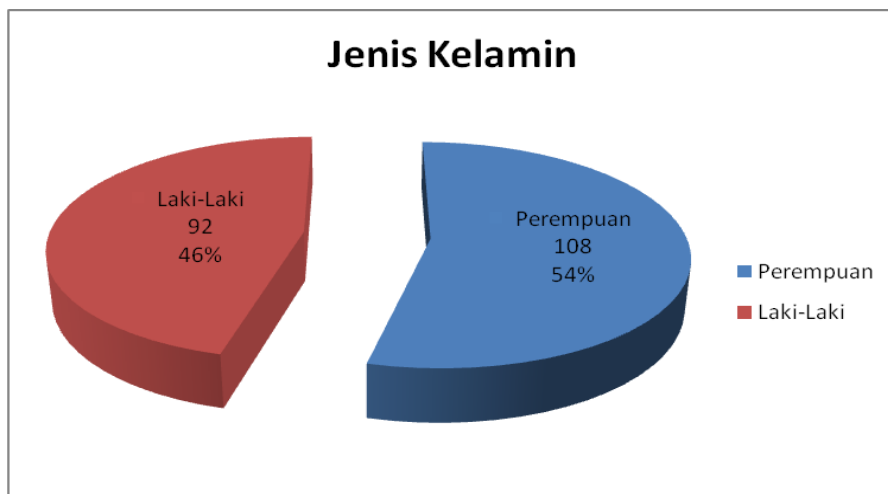
Program penyaluran di Lembaga Manajemen Infaq (LMI), selain program pintar, Program SEHATi, dan Program Emas, juga ada Program Yatim yang merupakan program pemberdayaan untuk anak yatim, terdiri dari beberapa program yaitu :

1. Peduli Yatim, adalah program penyaluran bantuan biaya sekolah dan biaya hidup yang disertai pula dengan pembinaan secara berkala kepada anak yatim usia sekolah (SD, SMP, SMA) dari keluarga kurang mampu. Dalam program ini, para donatur mendapatkan informasi perkembangan kondisi dan profil anak asuh secara berkala.
2. Pesantren Mahasiswi Mutiara, adalah program pembinaan mahasiswi perguruan tinggi negeri yang mempunyai latar belakang yatim dan kurang mampu namun berprestasi dan aktif dalam kegiatan organisasi. Bantuan berupa pemberian fasilitas tempat tinggal bersama dan kurikulum pembinaan yang ada, dengan harapan mereka bisa menjadi muslimah yang unggul, mandiri, dan berakhlakul karimah.

5.2. Deskripsi Variabel Penelitian.

Penelitian ini mencoba menunjukkan adanya hubungan antara program pemberdayaan yang ada di lembaga amil zakat (LAZ) dan kualitas layanan

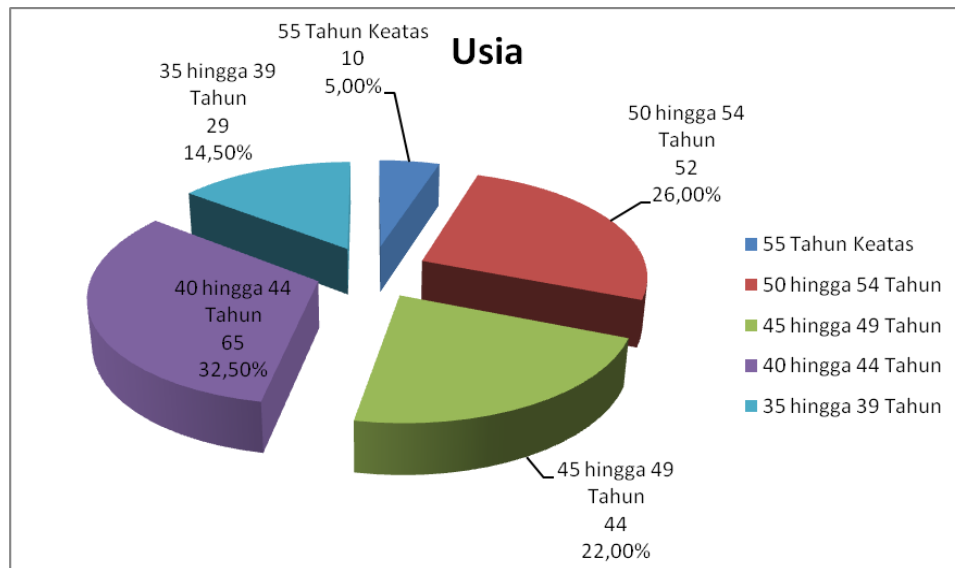
lembaga amil zakat (LAZ) dengan kepuasan donatur dan loyalitas donatur untuk membayar zakat infak dan shadaqah di lembaga amil zakat (LAZ). Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 200 orang, dari jumlah responden tersebut, dilihat dari gender/ jenis kelamin seperti yang tersaji pada Gambar 5.1, yang perempuan sebanyak 108 orang atau sebesar 54% sedangkan Responden laki-laki sebanyak 92 orang atau 46% dari jumlah Responden. Pada penelitian ini lebih didominasi oleh donatur perempuan dibandingkan dengan responden pria/ laki-laki, walaupun perbedaan jumlah antara responden laki-laki dan perempuan tidak banyak



Sumber : diolah dari data

Gambar 5.1
Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

Usia responden pada penelitian ini yang termuda berusia 35 tahun sedangkan usia tertua 55 tahun, jika dilakukan pengelompokan responden berdasarkan kelompok usia, maka jumlah responden pada kelompok usia tertentu, seperti yang terlihat pada Gambar 5.2.



Sumber : diolah dari data

Gambar 5.2
Informan Berdasarkan Usia

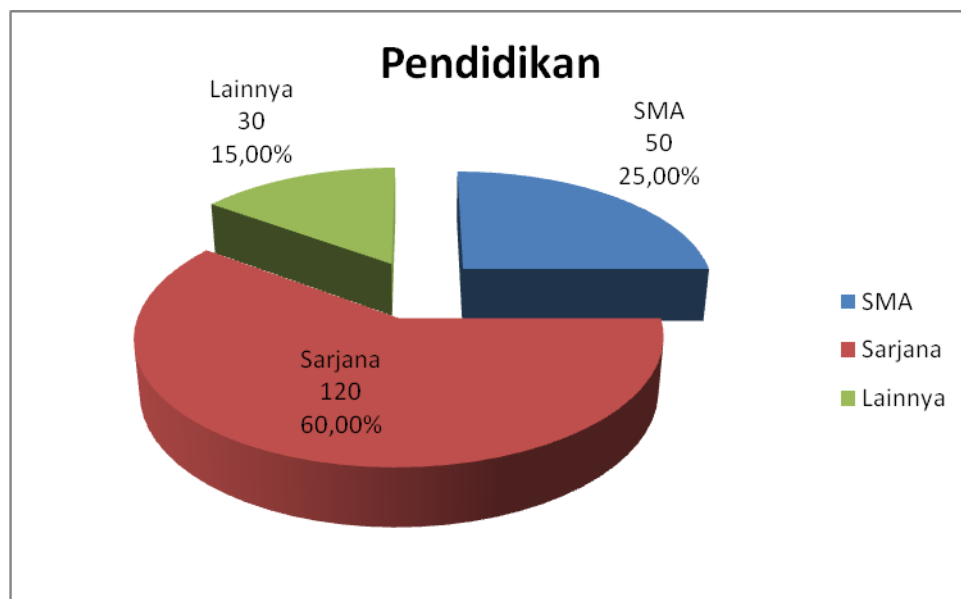
Responden yang berusia 55 tahun keatas sebanyak 10 responden atau 5% dari total responden. Responden yang berusia 50 tahun hingga 54 Tahun sebanyak 52 responden atau 26% dari total responden. Responden yang berusia 45 tahun hingga 49 Tahun sebanyak 44 responden atau 22% dari total responden. Responden yang berusia 40 tahun hingga 44 Tahun sebanyak 65 responden atau 32,5% dari total responden. Responden yang berusia 35 tahun hingga 39 Tahun sebanyak 29 responden atau 14,5% dari total responden.

Tabel 5.1
Jumlah Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin

	Perempuan	Laki-Laki
55 Tahun Keatas	6	4
50 hingga 54 Tahun	23	29
45 hingga 49 Tahun	15	29
40 hingga 44 Tahun	47	18
35 hingga 39 Tahun	17	12

Sumber : diolah dari data

Responden dengan usia tertentu berdasarkan jenis kelaminnya dapat dilihat pada Tabel 5.1. Responden yang berusia 55 tahun keatas sebanyak 6 responden perempuan dan 4 Responden Laki-Laki. Responden yang berusia 50 tahun hingga 54 Tahun sebanyak 52 responden terdiri dari 23 responden perempuan dan 29 Responden Laki-Laki. Responden yang berusia 45 tahun hingga 49 Tahun sebanyak 44 responden terdiri dari 15 responden perempuan dan 29 Responden Laki-Laki. Responden yang berusia 40 tahun hingga 44 Tahun sebanyak 65 responden terdiri dari 47 responden perempuan dan 29 Responden Laki-Laki. Responden yang berusia 35 tahun hingga 39 Tahun sebanyak 29 responden terdiri dari 17 responden perempuan dan 12 Responden Laki-Laki.



Sumber : diolah dari data

Gambar 5.3
Informan Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Responden, seperti terlihat pada Gambar 5.3 adalah SMA, Sarjana dan lainnya, yang masuk kategori lainnya meliputi pendidikan Diploma dan Pasca Sarjana. Responden dengan tingkat pendidikan SMA

sebanyak 50 Orang atau sekitar 25% dari jumlah responden yang ada. Responden dengan tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 120 Orang atau sekitar 60% dari jumlah responden yang ada. Responden dengan tingkat pendidikan lainnya sebanyak 30 Orang atau sekitar 15% dari jumlah responden yang ada.

Tabel 5.2
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan dan Jenis Kelamin

	Perempuan	Laki-Laki
SMA	34	16
Sarjana	56	64
Lainnya	18	12

Sumber : diolah dari data

Pendidikan Responden berdasarkan jenis kelaminnya dapat terlihat pada Tabel 5.2. Responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 50 Orang sekitar 34 responden adalah perempuan dan 16 responden laki-laki. Responden dengan tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 120 Orang sekitar 56 responden adalah perempuan dan 64 responden laki-laki. Responden dengan tingkat pendidikan lainnya sebanyak 30 Orang sekitar 18 responden adalah perempuan dan 12 responden laki-laki.

Pendidikan responden, jika dijabarkan lagi menurut kelompok usia dan jenis kelamin, datanya seperti yang terlihat pada Tabel 5.3. Responden yang berusia 55 tahun keatas, dari 6 orang responden perempuan, enam-enamnya berpendidikan SMA, sedangkan responden laki-laki, dari 4 orang responden, empat-empatnya berpendidikan SMA. Responden yang berusia antar 50 tahun hingga 54 tahun, tingkat pendidikannya lebih beragam, dari 23 orang responden perempuan, 14 orang berpendidikan SMA, 8 orang berpendidikan Sarjana dan 1 orang lainnya, sedangkan dari 29 responden laki-laki, 6 orang berpendidikan SMA dan 23 responden berpendidikan Sarjana.

Tabel 5.3
Jumlah Responden Berdasarkan
Kelompok Usia, Pendidikan dan Jenis Kelamin

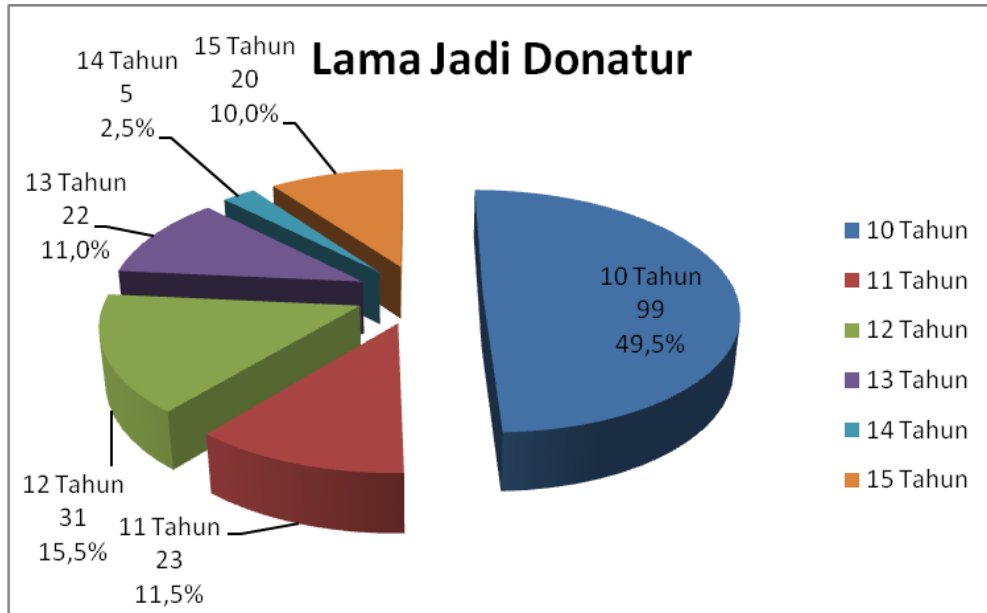
	Perempuan			Laki-laki		
	SMA	Sarjana	Lainnya	SMA	Sarjana	Lainnya
55 Tahun Keatas	6	0	0	4	0	0
50 hingga 54 Tahun	14	8	1	6	23	0
45 hingga 49 Tahun	7	3	5	3	22	4
40 hingga 44 Tahun	7	30	10	3	12	3
35 hingga 39 Tahun	0	15	2	0	7	5
Total	34	56	18	16	64	12

Sumber : diolah dari data

Responden yang berusia antar 45 tahun hingga 49 tahun, tingkat pendidikannya beragam, dari 15 orang responden perempuan, 7 orang berpendidikan SMA, 3 orang berpendidikan Sarjana dan 5 orang berpendidikan diploma/pasca sarjana, sedangkan dari 29 responden laki-laki, 3 orang berpendidikan SMA, 22 responden berpendidikan Sarjana dan 4 orang berpendidikan diploma/pasca sarjana. Responden yang berusia antar 40 tahun hingga 44 tahun, tingkat pendidikan dari 47 orang responden perempuan, yang berpendidikan SMA 7 orang, 30 orang berpendidikan Sarjana dan 10 orang berpendidikan diploma/pasca sarjana, sedangkan dari 18 responden laki-laki, yang 3 orang responden berpendidikan SMA, 12 responden berpendidikan Sarjana dan 3 orang responden berpendidikan diploma/pasca sarjana.

Responden yang berusia antar 35 tahun hingga 39 tahun, tingkat pendidikan responden perempuan, dari 17 orang responden perempuan, 15 orang berpendidikan Sarjana dan 2 orang berpendidikan diploma/pasca sarjana.

Responden laki-laki dari 12 orang, yang 7 orang berpendidikan sarjana dan 5 responden berpendidikan diploma/pasca sarjana.



Sumber : diolah dari data

Gambar 5.4
Informan Berdasarkan Lama Jadi Donatur

Responden menjadi donatur pada lembaga amal zakat (LAZ) minimal 10 Tahun, jumlah responden diklasifikasikan berdasarkan lamanya menjadi donatur seperti pada Gambar 5.4. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amal zakat (LAZ) selama 10 Tahun sebanyak 99 orang atau 49,5% dari jumlah responden. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amal zakat (LAZ) selama 11 Tahun sebanyak 23 orang atau 11,5% dari jumlah responden. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amal zakat (LAZ) selama 12 Tahun sebanyak 31 orang atau 15,5% dari jumlah responden. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amal zakat (LAZ) selama 13 Tahun sebanyak 22 orang atau 11% dari jumlah responden. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amal zakat (LAZ) selama 14 Tahun sebanyak 5 orang atau 2,5% dari jumlah responden. Responden yang menjadi donatur pada

lembaga amil zakat (LAZ) selama 15 Tahun sebanyak 20 orang atau 10% dari jumlah responden.

Tabel 5.4
Jumlah Responden Berdasarkan Lama Jadi Donatur dan Jenis Kelamin

	Perempuan	Laki-Laki
10 Tahun	46	53
11 Tahun	19	4
12 Tahun	18	13
13 Tahun	14	8
14 Tahun	3	2
15 Tahun	8	12

Sumber : diolah dari data

Responden berdasarkan Lama menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) dan jenis kelamin dapat terlihat pada Tabel 5.4. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 10 Tahun sebanyak 99 orang terdiri dari 46 orang perempuan dan 53 laki-laki. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 11 Tahun sebanyak 23 orang terdiri dari 19 orang perempuan dan 4 laki-laki. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 12 Tahun sebanyak 31 orang terdiri dari 18 orang perempuan dan 13 laki-laki. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 13 Tahun sebanyak 22 orang terdiri dari 14 orang perempuan dan 8 laki-laki. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 14 Tahun sebanyak 5 orang terdiri dari 3 orang perempuan dan 2 laki-laki. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 15 Tahun sebanyak 20 orang terdiri dari 8 orang perempuan dan 12 laki-laki

Tabel 5.5
Jumlah Responden Berdasarkan
Kelompok Usia, Lama Jadi Donatur dan Jenis Kelamin

	PEREMPUAN						LAKI-LAKI						Total
	10 Tahun	11 Tahun	12 Tahun	13 Tahun	14 Tahun	15 Tahun	10 Tahun	11 Tahun	12 Tahun	13 Tahun	14 Tahun	15 Tahun	
55 Tahun Keatas	1	2	2	1	0	0	0	0	4	0	0	0	10
50 hingga 54 Tahun	7	0	1	7	0	8	14	0	0	3	0	12	52
45 hingga 49 Tahun	7	6	1	1	0	0	25	0	2	2	0	0	44
40 hingga 44 Tahun	21	9	11	5	1	0	8	2	4	3	1	0	65
35 hingga 39 Tahun	10	2	3	0	2	0	6	2	3	0	1	0	29
Total	46	19	18	14	3	8	53	4	13	8	2	12	200

Sumber : diolah dari data

Responden berdasarkan lama menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) dan jenis kelamin dapat dijabarkan atau dirinci lagi berdasarkan kelompok umur, seperti yang terlihat pada Tabel 5.5. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 10 Tahun sebanyak 99 orang terdiri dari 46 orang perempuan, 1 orang berusia 55 tahun ke atas, 7 orang berusia antara 50 tahun hingga 54 tahun, 7 orang berusia antara 45 tahun hingga 49 tahun, 21 orang berusia antara 40 tahun hingga 44 tahun dan berusia antara 35 tahun hingga 39 tahun 10 orang responden sedangkan dari 53 responden laki-laki yang 14 orang berusia antara 50 tahun hingga 54 tahun, 25 orang berusia antara 45 tahun hingga 49 tahun, 8 orang berusia antara 40 tahun hingga 44 tahun dan berusia antara 35 tahun hingga 39 tahun 6 orang responden.

Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 11 Tahun sebanyak 23 orang terdiri dari 19 orang perempuan 2 orang berusia 55 tahun ke atas, 6 orang berusia antara 45 tahun hingga 49 tahun, 9 orang berusia antara 40 tahun hingga 44 tahun dan berusia antara 35 tahun hingga 39 tahun 2 orang responden sedangkan 4 responden laki-laki, yang 2 orang berusia antara 40 tahun hingga 44 tahun dan berusia antara 35 tahun hingga 39 tahun 2 orang responden.

Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 12 Tahun sebanyak 31 orang terdiri dari 18 orang perempuan, jika dikelompokkan dalam kelompok usia maka, 2 orang berusia 55 tahun ke atas, 1 orang berusia antara 50 tahun hingga 54 tahun, 1 orang berusia antara 45 tahun hingga 49 tahun, 11 orang berusia antara 40 tahun hingga 44 tahun dan berusia antara 35 tahun hingga 39 tahun 3 orang responden, sedangkan 13 responden laki-laki, jika dikelompokkan dalam kelompok usia maka, 4 orang berusia 55 tahun ke atas, 2 orang berusia antara 45 tahun hingga 49 tahun, 4 orang berusia antara 40 tahun hingga 44 tahun dan berusia antara 35 tahun hingga 39 tahun 3 orang responden.

Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 13 Tahun sebanyak 22 orang yang terdiri dari 14 orang responden perempuan dan jika dikelompokkan berdasarkan kelompok umur, maka 1 orang responden berusia 55 tahun ke atas, yang 7 orang responden berusia antara 50 tahun hingga 54 tahun, 1 orang responden berusia antara 45 tahun hingga 49 tahun dan 5 orang responden berusia antara 40 tahun hingga 44 tahun sedangkan, dari jumlah 8 orang responden laki-laki, 3 orang berusia

antara 50 tahun hingga 54 tahun sedangkan 2 orang berusia antara 45 tahun hingga 49 tahun dan 3 orang berusia antara 40 tahun hingga 44 tahun.

Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 14 Tahun sebanyak 5 orang yang terdiri dari 3 orang responden perempuan, dari ketiga responden tersebut yang 1 orang responden berusia antara 40 tahun hingga 44 tahun sedangkan yang berusia antara 35 tahun hingga 39 tahun sebanyak 2 orang responden, sedangkan dari 2 orang responden laki-laki, yang 1 orang responden berusia antara 40 tahun hingga 44 tahun sedangkan yang berusia antara 35 tahun hingga 39 tahun 1 orang responden. Responden yang menjadi donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) selama 15 Tahun sebanyak 20 orang terdiri dari 8 orang responden perempuan semuanya berusia antara 50 tahun hingga 54 tahun, sedangkan dari 12 orang responden laki-laki, semuanya berusia antara 50 tahun hingga 54 tahun.

5.2.1. Program Pemberdayaan.

Program pemberdayaan merupakan variabel dalam penelitian ini yang mempengaruhi variabel lainnya, untuk mengukur variabel program pemberdayaan digunakan 3 (tiga) indikator yaitu, program pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran (X1.1), program pemberdayaan yang terlaksana sudah sesuai dengan tujuan/target lembaga (X1.2), program pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat (X1.3). kriteria yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator tersebut adalah sangat tidak setuju dengan skor 1, tidak setuju dengan skor 2, netral dengan skor 3, setuju dengan skor 4, sangat setuju dengan skor 5.

Hasil pengumpulan kuisioner variabel program pemberdayaan dapat dilihat pada Tabel 5.6 berikut ini.

Tabel 5.6
Deskripsi Variabel Program Pemberdayaan

Skor	MAKNA	INDIKATOR		
		X1.1	X1.2	X1.3
1	Sangat Tidak Setuju	0,0%	0,0%	0,0%
2	Tidak Setuju	0,0%	0,0%	0,0%
3	Netral	35,0%	40,0%	45,0%
4	Setuju	55,0%	40,0%	40,0%
5	Sangat Setuju	10,0%	20,0%	15,0%

Sumber : diolah dari data

Berdasarkan tabel 5.6, dapat di deskripsikan bahwa variabel program pemberdayaan yang diukur dengan tiga indikator yaitu, program pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran (X1.1), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 35% responden, yang menjawab setuju sebanyak 55% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 10% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan program pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran. Donatur menilai bahwa program pemberdayaan yang dilakukan oleh lembaga amal zakat (LAZ) sudah sesuai dengan yang direncanakan dan tepat sasaran sesuai dengan yang menjadi acuan bagi lembaga amal zakat (LAZ).

Program pemberdayaan yang terlaksana sudah sesuai dengan tujuan/target lembaga (X1.2), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak

setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 40% responden, yang menjawab setuju sebanyak 40% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 20% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan program pemberdayaan yang terlaksana sudah sesuai dengan tujuan/target lembaga yang menjadi acuan bagi lembaga amil zakat (LAZ).

Program pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat (X1.3), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 45% responden, yang menjawab setuju sebanyak 40% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 15% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan Program pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat. Donatur menilai bahwa program pemberdayaan yang dilakukan oleh lembaga amil zakat (LAZ) telah memberikan manfaat dan peningkatan secara ekonomi kepada mustahik.

5.2.2. Kualitas Layanan.

Kualitas layanan merupakan variabel dalam penelitian ini yang mempengaruhi variabel lainnya, untuk mengukur variabel kualitas layanan digunakan lima indikator yaitu, kantor layanan dan personil lembaga telah memberikan layanan yang terbaik pada donatur(X2.1), pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga (X2.2), lembaga ini selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur (X2.3), lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik (X2.4), lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur

(X2.5), kriteria yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator tersebut adalah sangat tidak setuju dengan skor 1, tidak setuju dengan skor 2, netral dengan skor 3, setuju dengan skor 4, sangat setuju dengan skor 5. Hasil dari pengumpulan kuisisioner untuk variabel program pemberdayaan dapat dilihat pada Tabel 5.6 berikut ini.

Tabel 5.6
Deskripsi Variabel Kualitas Layanan

Skor	MAKNA	INDIKATOR				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
1	Sangat Tidak Setuju	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2	Tidak Setuju	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3	Netral	45,0%	55,0%	35,0%	35,0%	45,0%
4	Setuju	35,0%	30,0%	50,0%	45,0%	35,0%
5	Sangat Setuju	20,0%	15,0%	15,0%	20,0%	20,0%

Sumber : diolah dari data

Berdasarkan tabel 5.6, dapat di deskripsikan bahwa variabel Kualitas Layanan yang diukur dengan lima indikator yaitu, kantor layanan dan personil lembaga telah memberikan layanan yang terbaik pada donatur (X2.1), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 45% responden, yang menjawab setuju sebanyak 35% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 20% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan kantor layanan dan personil lembaga telah memberikan layanan yang terbaik pada donatur.

Pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga (X2.2), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 55% responden, yang

menjawab setuju sebanyak 30% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 15% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga. Donatur merasakan bahwa secara keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh lembaga amil zakat (LAZ) telah sesuai dengan yang di janjikan.

Lembaga ini selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur (X2.3), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 35% responden, yang menjawab setuju sebanyak 50% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 15% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan bahwa lembaga amil zakat (LAZ) selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur.

Lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik (X2.4), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 35% responden, yang menjawab setuju sebanyak 45% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 20% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan bahwa lembaga amil zakat (LAZ) mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik.

Lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur (X2.5), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 35% responden, yang menjawab setuju sebanyak 45% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 20% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan bahwa lembaga amil zakat (LAZ) telah memberikan perhatian secara personal terhadap donatur.

5.2.3. Kepuasan Donatur.

Kepuasan donatur merupakan variabel dalam penelitian ini yang dipengaruhi dan mempengaruhi variabel lainnya, untuk mengukur variabel kepuasan donatur digunakan Tiga indikator yaitu, secara keseluruhan saya senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini (Y1.1), saya akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini (Y1.2) dan Selama jadi Pembayar ZIS, tidak pernah ada komplain terhadap Lembaga ini (Y1.3), kriteria yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator tersebut adalah sangat tidak setuju dengan skor 1, tidak setuju dengan skor 2, netral dengan skor 3, setuju dengan skor 4, sangat setuju dengan skor 5. Hasil dari pengumpulan kuisisioner untuk variabel program pemberdayaan dapat dilihat pada Tabel 5.7 berikut ini.

Tabel 5.7
Deskripsi Variabel Kepuasan Donatur

Skor	MAKNA	INDIKATOR		
		Y1.1	Y1.2	Y1.3
1	Sangat Tidak Setuju	0,0%	0,0%	0,0%
2	Tidak Setuju	0,0%	0,0%	0,0%
3	Netral	50,0%	40,0%	35,0%
4	Setuju	30,0%	40,0%	50,0%
5	Sangat Setuju	20,0%	20,0%	15,0%

Sumber : diolah dari data

Berdasarkan tabel 5.7, dapat di deskripsikan bahwa variabel kepuasan donatur yang diukur dengan tiga indikator yaitu, secara keseluruhan donatur senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini (Y1.1), tidak ada responden

yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 50% responden, yang menjawab setuju sebanyak 30% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 20% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan secara keseluruhan donatur senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini.

Indikator donatur akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini (Y1.2), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 40% responden, yang menjawab setuju sebanyak 40% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 20% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan secara keseluruhan donatur akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini.

Selama jadi Pembayar ZIS, tidak pernah ada komplain terhadap Lembaga ini (Y1.3), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 35% responden, yang menjawab setuju sebanyak 50% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 15% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan Selama jadi Pembayar ZIS, tidak pernah ada komplain terhadap Lembaga ini.

5.2.4. Loyalitas Donatur.

Loyalitas donatur merupakan variabel dalam penelitian ini yang dipengaruhi variabel lainnya, untuk mengukur variabel loyalitas donatur digunakan Tiga indikator yaitu, donatur selalu membayar ZIS tepat Waktu (Y2.1), donatur akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga (Y2.2) dan Donatur merekomendasikan kepada

teman untuk membayar ZIS di lembaga ini (Y2.3), kriteria yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator tersebut adalah sangat tidak setuju dengan skor 1, tidak setuju dengan skor 2, netral dengan skor 3, setuju dengan skor 4, sangat setuju dengan skor 5. Hasil dari pengumpulan kuisioner untuk variabel program pemberdayaan dapat dilihat pada Tabel 5.8 berikut ini.

Tabel 5.8
Deskripsi Variabel Loyalitas Donatur

Skor	MAKNA	INDIKATOR		
		Y2.1	Y2.2	Y2.3
1	Sangat Tidak Setuju	0,0%	0,0%	0,0%
2	Tidak Setuju	0,0%	0,0%	0,0%
3	Netral	30,0%	30,0%	40,0%
4	Setuju	45,0%	50,0%	35,0%
5	Sangat Setuju	25,0%	20,0%	25,0%

Sumber : diolah dari data

Berdasarkan tabel 5.8, dapat di deskripsikan bahwa variabel loyalitas donatur yang diukur dengan tiga indikator yaitu, secara keseluruhan donatur selalu membayar ZIS tepat Waktu (Y2.1), tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 30% responden, yang menjawab setuju sebanyak 45% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 25% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan secara keseluruhan donatur selalu membayar ZIS tepat Waktu.

Donatur akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga (Y2.2) dan jawaban donatur untuk pilihan sangat tidak setuju atau tidak setuju, tidak ada responden yang menjawab hal tersebut. Responden yang menjawab netral sebanyak 30% responden, yang menjawab setuju sebanyak 50% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak

20% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan secara keseluruhan donatur selalu membayar ZIS tepat Waktu.

Indikator donatur merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga ini, dan jawaban donatur untuk pilihan sangat tidak setuju atau tidak setuju, tidak ada responden yang menjawab hal tersebut. Responden yang menjawab netral sebanyak 40% responden, yang menjawab setuju sebanyak 35% responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 25% responden. Mayoritas dari donatur menyatakan secara keseluruhan donatur merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga ini.

5.3. Analisis Penelitian

5.3.1. Uji Validitas Indikator Variabel

Hasil pengolahan data dari responden diolah dengan menggunakan PLS untuk menguji tingkat validitas dan reabilitasnya. Valid tidaknya suatu indikator dari konstruk tersebut dapat diukur atau dipertimbangkan dari beberapa alat uji validitas.

Uji validitas indikator variabel dilakukan dengan cara menguji validitas indikator menggunakan *covergent validity* untuk setiap indikator pada variabelnya. Indikator variabel akan dikatakan valid apabila nilai dari *covergent validity* untuk variabel tersebut lebih besar dari 0,5. Nilai *loading faktor* dari setiap indikator, apabila memiliki nilai lebih dari 0,5 maka indikator tersebut bisa dikatakan valid dan bisa digunakan sebagai indikator dari variabel, jika nilai *covergent validity* dari indikator tersebut lebih kecil dari 0,5 maka indikatornya tidak valid dan tidak bisa digunakan sebagai indikator dari variabel tersebut. Pengujian validitas untuk indikator reflektif menggunakan

korelasi antara skor item dengan skor konstraknya. Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan adanya perubahan pada suatu indikator dalam suatu konstruk jika indikator lain pada konstruk yang sama berubah (atau dikeluarkan dari model).

Tabel 5.9
Skor Outer Loadings

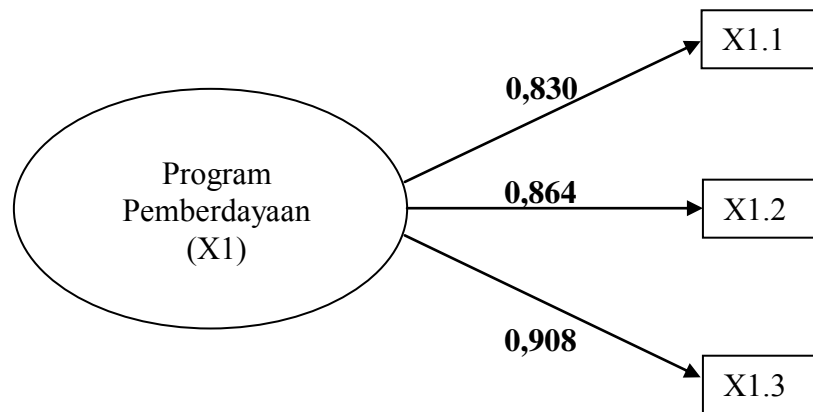
	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
X1.1				0,829977
X1.2				0,863677
X1.3				0,907894
X2.1		0,902787		
X2.2		0,943500		
X2.3		0,887413		
X2.4		0,738022		
X2.5		0,889431		
Y1.1	0,936488			
Y1.2	0,791416			
Y1.3	0,878472			
Y2.1			0,827723	
Y2.2			0,936245	
Y2.3			0,714322	

Sumber : diolah dari data

Indikator reflektif cocok digunakan untuk mengukur persepsi sehingga penelitian ini menggunakan indikator reflektif. Tabel 5.9 menunjukkan bahwa *loading factor* memberikan nilai di atas nilai yang disarankan yaitu sebesar 0,5. Berarti indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah valid atau telah memenuhi *convergent validity*. *Outer loading*, digunakan untuk mengukur tingkat validitas dari konstruk indikator, adapun untuk *outer loading* pada penelitian ini, hasilnya dapat dilihat pada tabel 5.9.

5.3.1.1. Uji Validitas Kovergen Variabel Program Pemberdayaan

Variabel program pemberdayaan diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu, program pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran (X1.1), program pemberdayaan yang terlaksana sudah sesuai dengan tujuan/target lembaga (X1.2), program pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat (X1.3). Indikator-indikator tersebut apakah layak dan meyakinkan untuk mengukur variabel laten, maka dilakukan dengan cara analisis faktor konfirmatori dapat dilihat pada Gambar 5.5



Gambar 5.5
Uji Validitas Konvergen
Variabel Program Pemberdayaan

Berdasarkan Gambar 5.5 tersebut, maka dapat didiskripsikan dari hasil sebagai berikut :

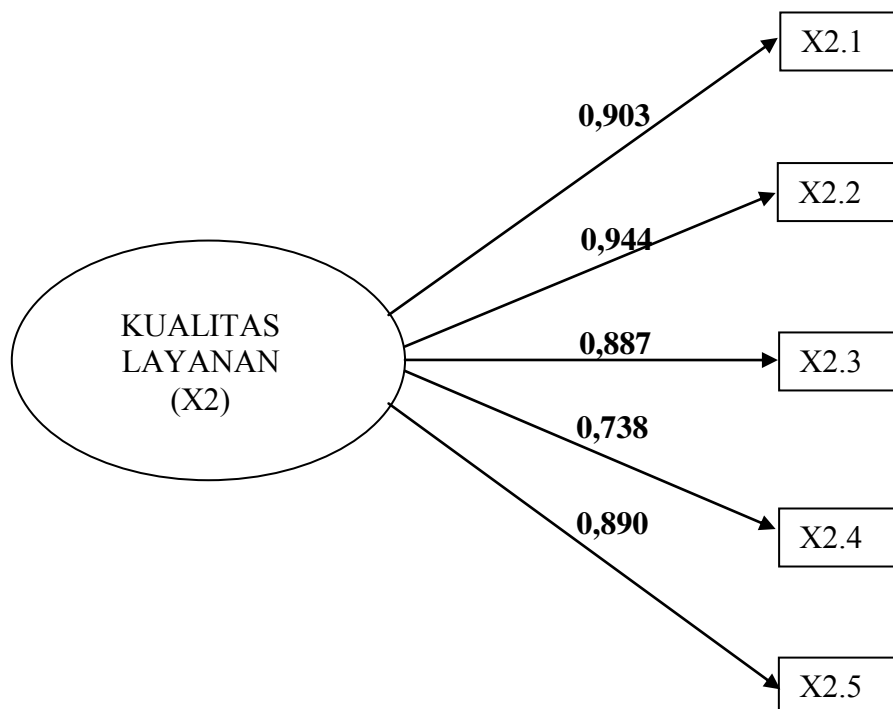
- a. Nilai loading indikator program pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran (X1.1) sebesar 0,830 lebih besar dari 0,5 sehingga Indikator program pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran (X1.1) valid sebagai pengukur variabel program pemberdayaan.

- b. Nilai loading indikator program pemberdayaan yang terlaksana sudah sesuai dengan tujuan/target lembaga (X1.2) sebesar 0,864 lebih besar dari 0,5 sehingga indikator Program pemberdayaan yang terlaksana sudah sesuai dengan tujuan/target lembaga (X1.2) valid sebagai pengukur variabel program pemberdayaan.
- c. Nilai loading indikator program pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat (X1.3) sebesar 0,908 lebih besar dari 0,5 sehingga indikator program pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat (X1.3) valid sebagai pengukur variabel program pemberdayaan.

Hasil perhitungan *outer loading* semuanya memiliki nilai diatas 0,5 dengan hasil nilai itu, maka dapat disimpulkan bahwa ke tiga indikator dari variabel program pemberdayaan tersebut merupakan indikator yang valid dalam mengukur variabel program pemberdayaan. Hasil pengukuran yang dilihatkan pada Gambar 5.5 menunjukkan bahwa dari ketiga indikator variabel, yang dominan adalah indikator program pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat (X1.3) dengan nilai 0,908 sedangkan indikator program pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran (X1.1) memiliki nilai loading faktor sebesar 0,830 nilainya paling kecil. Hasil ini memberikan makna bahwa pada program pemberdayaan dalam mempengaruhi variabel lain, sangat dipengaruhi oleh indikator program pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat (X1.3).

5.3.1.2. Uji Validitas Kovergen Variabel Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan diukur dengan menggunakan lima indikator yaitu, kantor layanan dan personil lembaga telah memberikan layanan yang terbaik pada donatur(X2.1), pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga (X2.2), lembaga ini selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur (X2.3), lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik (X2.4), lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur (X2.5). Indikator-indikator tersebut apakah layak dan meyakinkan untuk mengukur variabel laten, maka dilakukan dengan cara analisis faktor konfirmatori dapat dilihat pada Gambar 5.6



Gambar 5.6
Uji Validitas Konvergen
Variabel Kualitas Layanan

Berdasarkan Gambar 5.6 tersebut, maka dapat didiskripsikan dari hasil sebagai berikut :

- a. Nilai loading indikator kantor layanan dan personil lembaga telah memberikan layanan yang terbaik pada donatur (X2.1) sebesar 0,903 lebih besar dari 0,5 sehingga Indikator kantor layanan dan personil lembaga telah memberikan layanan yang terbaik pada donatur(X2.1) valid sebagai pengukur variabel kualitas layanan.
- b. Nilai loading indikator pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga (X2.2) sebesar 0,944 lebih besar dari 0,5 sehingga Indikator pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga (X2.2) valid sebagai pengukur variabel kualitas layanan.
- c. Nilai loading indikator lembaga ini selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur (X2.3) sebesar 0,887 lebih besar dari 0,5 sehingga Indikator lembaga ini selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur (X2.3) valid sebagai pengukur variabel kualitas layanan.
- d. Nilai loading indikator lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik (X2.4) sebesar 0,738 lebih besar dari 0,5 sehingga Indikator lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik (X2.4) valid sebagai pengukur variabel kualitas layanan.
- e. Nilai loading indikator lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur (X2.5) sebesar 0,890 lebih besar dari 0,5 sehingga Indikator lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur (X2.5) valid sebagai pengukur variabel kualitas layanan.

Hasil perhitungan dari *outer loading* menunjukkan bahwa semuanya memiliki nilai diatas 0,5 dengan hasil nilai itu, maka dapat disimpulkan dari ke lima indikator pada variabel kualitas layanan tersebut merupakan indikator

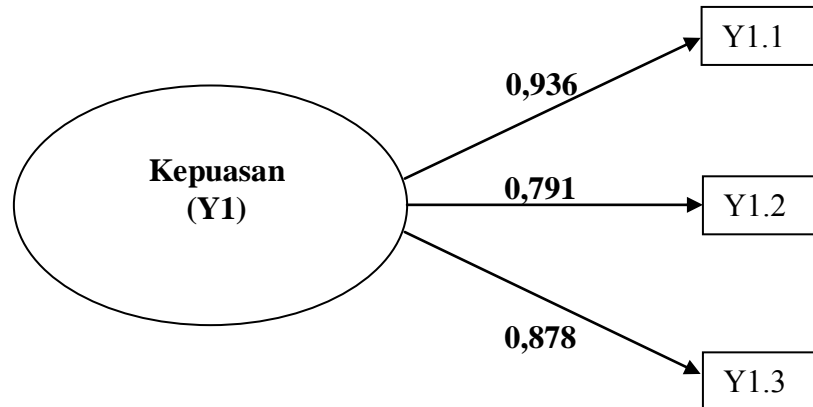
yang valid dalam mengukur variabel program pemberdayaan. Hasil pengukuran yang dilihat pada Gambar 5.6, menunjukkan bahwa dari kelima indikator variabel kualitas layanan, yang dominan adalah indikator pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga (X2.2) dengan nilai sebesar 0,944 sedangkan indikator lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik (X2.4) memiliki nilai loading faktor sebesar 0,738 nilainya paling kecil diantara nilai *loading faktor* dari indikator yang lainnya. Indikator lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur (X2.5) memiliki nilai loading sebesar 0,890 nilainya tengah-tengah diantara nilai *loading faktor* dari indikator yang ada pada variabel kualitas layanan lainnya.

Hasil ini memberikan makna bahwa pada kualitas layanan dalam mempengaruhi variabel lain, sangat dipengaruhi oleh indikator indikator pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga (X2.2), sedangkan yang memiliki pengaruh terkecil pada indikator lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik (X2.4).

5.3.1.3. Uji Validitas Kovergen Variabel Kepuasan Donatur

Variabel kepuasan donatur diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu, indikator pertama adalah donatur senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini (Y1.1), indikator kedua adalah donatur akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini (Y1.2) dan indikator ketiga adalah selama jadi donatur/ pembayar ZIS, tidak pernah ada komplain terhadap Lembaga ini (Y1.3). Indikator-indikator pada variabel kepuasan tersebut apakah layak dan meyakinkan untuk mengukur variabel laten, maka

dilakukan uji dengan cara analisis faktor konfirmatori yang dapat dilihat pada Gambar 5.7.



Gambar 5.7
Uji Validitas Konvergen
Variabel Kepuasan Donatur

Berdasarkan Gambar 5.7 tersebut, maka dapat didiskripsikan dari hasil sebagai berikut :

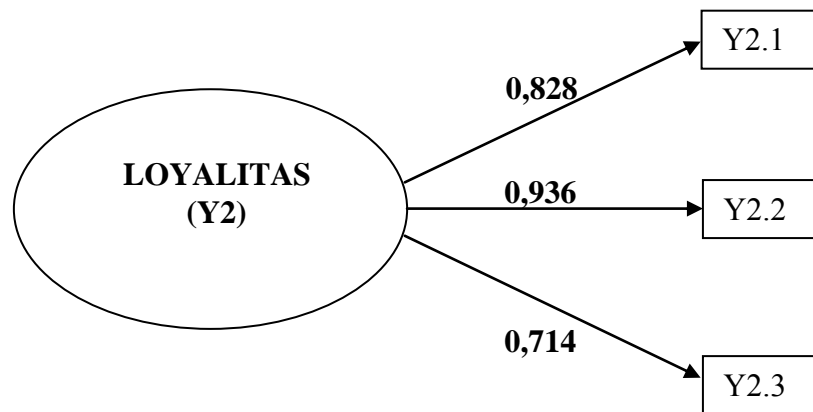
- Nilai loading indikator donatur senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini (Y1.1), sebesar 0,936 lebih besar dari 0,5 sehingga indikator donatur senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini (Y1.1) valid sebagai pengukur variabel Kepuasan donatur/ pembayar ZIS.
- Nilai loading indikator donatur akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini (Y1.2) sebesar 0,791 lebih besar dari 0,5 sehingga indikator donatur akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini (Y1.2) valid sebagai pengukur variabel Kepuasan donatur/ pembayar ZIS.
- Nilai loading indikator selama jadi donatur/ pembayar ZIS, tidak pernah ada komplain terhadap Lembaga ini (Y1.3), sebesar 0,878 lebih besar dari

0,5 sehingga indikator selama jadi donatur/ pembayar ZIS valid sebagai pengukur variabel Kepuasan donatur/ pembayar ZIS.

Hasil perhitungan *outer loading* semuanya memiliki nilai diatas 0,5 dengan hasil nilai itu, maka dapat disimpulkan bahwa ke tiga indikator dari variabel kepuasan donatur tersebut merupakan indikator yang valid dalam mengukur variabel kepuasan donatur. Hasil pengukuran yang dilihat pada Gambar 5.7 menunjukkan bahwa dari ketiga indikator variabel, yang dominan adalah indikator donatur senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini (Y1.1) dengan nilai 0,936 sedangkan indikator donatur akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini (Y1.2) nilainya sebesar 0,791 nilainya paling kecil. Hasil ini memberikan makna bahwa pada kepuasan donatur dalam mempengaruhi variabel lain, sangat dipengaruhi oleh indikator donatur senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini (Y1.1) dengan nilai 0,936.

5.3.1.4. Uji Validitas Kovergen Variabel Loyalitas Donatur

Variabel loyalitas donatur diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu, indikator pertama adalah donatur selalu membayar ZIS tepat waktu (Y2.1), indikator kedua adalah donatur akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga (Y2.2) dan indikator ketiga adalah Donatur merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga ini (Y2.3). Indikator-indikator pada variabel loyalitas donatur tersebut apakah layak dan meyakinkan untuk mengukur variabel laten, maka dilakukan uji dengan cara analisis faktor konfirmatori yang dapat dilihat pada Gambar 5.8.



Gambar 5.8
Uji Validitas Konvergen
Variabel Loyalitas Donatur

Berdasarkan Gambar 5.8 tersebut, maka dapat didiskripsikan dari hasil sebagai berikut :

- Nilai loading indikator donatur selalu membayar ZIS tepat waktu (Y2.1), sebesar 0,828 lebih besar dari 0,5 sehingga indikator donatur selalu membayar ZIS tepat waktu (Y2.1), valid sebagai pengukur variabel loyalitas donatur/ pembayar ZIS
- Nilai loading indikator donatur akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga (Y2.2), sebesar 0,936 lebih besar dari 0,5 sehingga indikator donatur akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga (Y2.2), valid sebagai pengukur variabel loyalitas donatur/ pembayar ZIS
- Nilai loading indikator donatur merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga ini (Y2.3), sebesar 0,714 lebih besar dari 0,5 sehingga indikator donatur merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga ini (Y2.3), valid sebagai pengukur variabel loyalitas donatur/ pembayar ZIS

Hasil perhitungan *outer loading* semuanya memiliki nilai diatas 0,5 dengan hasil nilai itu, maka dapat disimpulkan bahwa ke tiga indikator dari variabel loyalitas donatur tersebut merupakan indikator yang valid dalam mengukur variabel loyalitas donatur. Hasil pengukuran yang dilihat pada Gambar 5.8 menunjukkan bahwa dari ketiga indikator donatur selalu membayar ZIS tepat waktu (Y2.1), akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga (Y2.2) dan indikator donatur merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga ini (Y2.3), yang dominan adalah indikator donatur akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga (Y2.2), nilainya sebesar 0,936 sedangkan indikator donatur merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga ini (Y2.3), sebesar 0,714 nilainya paling kecil diantara indikator lainnya. Hasil ini memberikan makna bahwa pada loyalitas donatur dalam mempengaruhi variabel lain, sangat dipengaruhi oleh indikator donatur akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga (Y2.2) dengan nilai 0,936.

5.3.1.5. Uji Validitas Variabel

Pengujian validitas variabel, dilakukan dengan melihat nilai dari *AVE* dan *Communality*, dengan syarat skor *Average Variance Extracted* (AVE) apabila nilainya lebih dari 0,5, demikian juga halnya dengan *communality*, dimana skornya lebih dari 0,6. Hasil pengolahan data dari responden diolah dengan menggunakan PLS untuk menguji tingkat validitas dan reabilitasnya. Valid tidaknya suatu indikator dari konstruk tersebut dapat diukur atau dipertimbangkan dari beberapa alat uji validitas. Adapun hasil uji validitas

konvergen berdasarkan hasil Skor *AVE* dan *Communality* tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.10 berikut:

Tabel 5.10
Skor AVE dan Communality

	AVE	Communality
Program Pemberdayaan (X1)	0,753024	0,753024
Kualitas Layanan (X2)	0,765696	0,765697
Kepuasan (Y1)	0,758353	0,758353
Loyalitas (Y2)	0,690645	0,690645

Sumber : diolah dari data

Validitas dengan melihat skor *Average Variance Extracted* (AVE) apabila nilainya lebih dari 0,5, konstruk dapat dikatakan valid karena nilainya melebihi nilai yang disyaratkan. Demikian juga halnya dengan *communality*, dimana skornya lebih dari 0,6 dapat dinyatakan valid. Dari hasil data yang diolah tersebut, yang ditunjukkan pada Tabel 5.10 dapat dideskripsikan sebagai berikut :

- a. Variabel program pemberdayaan (X1) nilai dari skor *Average Variance Extracted* (AVE) nilainya sebesar 0,753024 lebih dari 0,5 dan skor *communality* nilainya sebesar 0,753024 lebih dari 0,6 sehingga variabel program pemberdayaan dapat dinyatakan valid.
- b. Variabel kualitas layanan (X2), nilai dari skor *Average Variance Extracted* (AVE) nilainya sebesar 0,765696 lebih dari 0,5 dan skor *communality* nilainya sebesar 0,765697 lebih dari 0,6 sehingga variabel kualitas layanan dapat dinyatakan valid.

- c. Variabel kepuasan Donatur (Y1), nilai dari skor *Average Variance Extracted* (AVE) nilainya sebesar 0,758353 lebih dari 0,5 dan skor *communality* nilainya sebesar 0,758353 lebih dari 0,6 sehingga variabel kepuasan donatur dapat dinyatakan valid.
- d. Variabel loyalitas donatur (Y2), nilai dari skor *Average Variance Extracted* (AVE) nilainya sebesar 0,690645 lebih dari 0,5 dan skor *communality* nilainya sebesar 0,690645 lebih dari 0,6 sehingga variabel loyalitas donatur dapat dinyatakan valid.

Hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel 5.10 untuk setiap variabel, program pemberdayaan, kualitas layanan, kepuasan donatur dan loyalitas donatur, nilai dari skor *Average Variance Extracted* (AVE) semuanya memiliki nilai diatas 0,5 sedangkan skor *communality* semuanya memiliki nilai diatas 0,6 sehingga dengan hasil nilai itu, maka dapat disimpulkan bahwa ke empat variabel adalah valid memiliki pengaruh yang sama kuat dan dapat digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini.

5.3.2. Uji Realibilitas

Reabilitas merupakan kehandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur dilihat dari stabilitas atau konsistensi internal dari informasi, jawaban atau pertanyaan jika pengukuran atau pengamatannya dilakukan berulang. Pengujian pada penelitian ini untuk mengetahui reliabel atau tidaknya alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Pengolahan data yang dilakukan akan dilihat apakah hasilnya memenuhi syarat dan dapat dinyatakan bahwa indikator yang dipakai dalam penelitian ini adalah reliabel. Realibilitas dapat diukur dengan menggunakan hasil *algorithm* uji reliabilitas

memakai skor *cronbachs alpha* dan *composite reliability*. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Hasil *composite reliability* akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika di atas 0,7. Uji reliabilitas juga bisa diperkuat dengan *Cronbach's Alpha* di mana nilai yang disarankan adalah di atas 0,6.

Tabel 5.11
Skor Cronbachs Alpha dan Composite Reliability

	Cronbachs Alpha	Composite Reliability
Program Pemberdayaan (X1)	0,835312	0,901328
Kualitas Layanan (X2)	0,922162	0,941979
Kepuasan (Y1)	0,841294	0,903574
Loyalitas (Y2)	0,775016	0,868732

Sumber : diolah dari data

Hasil Uji reliabilitas ditunjukkan pada Tabel 5.11 dimana skor untuk *cronbach's alpha* dan *composite reliability* untuk setiap variabelnya ditampilkan, dari hasil tersebut dapat dideskripsikan sebagai berikut :

- a. Variabel program pemberdayaan (X1) nilai dari skor *cronbach's alpha* nilainya sebesar 0,835312 lebih dari 0,6 dan skor *composite reliability* nilainya sebesar 0,901328 lebih dari 0,7 sehingga variabel program pemberdayaan dapat dinyatakan *realibel*.
- b. Variabel kualitas layanan (X2) nilai dari skor *cronbach's alpha* nilainya sebesar 0,922162 lebih dari 0,6 dan skor *composite reliability* nilainya sebesar 0,941979 lebih dari 0,7 sehingga variabel kualitas layanan dapat dinyatakan *realibel*.

- c. Variabel kepuasan donatur (Y1) nilai dari skor *cronbach's alpha* nilainya sebesar 0,841294 lebih dari 0,6 dan skor *composite reliability* nilainya sebesar 0,903574 lebih dari 0,7 sehingga variabel kepuasan donatur dapat dinyatakan *realibel*.
- d. Variabel loyalitas donatur (Y2) nilai dari skor *cronbach's alpha* nilainya sebesar 0,775016 lebih dari 0,6 dan skor *composite reliability* nilainya sebesar 0,868732 lebih dari 0,7 sehingga variabel loyalitas dapat dinyatakan *realibel*.

Hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel 5.11 untuk setiap variabel, program pemberdayaan (X1), kualitas layanan (X2), kepuasan donatur (Y1) dan loyalitas donatur (Y2), nilai dari skor *cronbach's alpha* semuanya memiliki nilai diatas 0,6 sedangkan skor *composite reliability* semuanya memiliki nilai diatas 0,7 sehingga dengan hasil nilai itu, maka dapat disimpulkan bahwa ke empat variabel adalah *relibel* sebagai variabel dalam penelitian ini. Hasil ini memberikan arti bahwa indikator-indikator yang digunakan adalah mampu dan layak untuk mengukur variabelnya.

5.3.3. Hasil Pengujian Asumsi Linieritas

Penelitian ini menggunakan PLS sebagai alat ukurnya, sehingga asumsi yang penting didalam pengujian dengan menggunakan PLS adalah melihat linieritas hubungan antar variabel yang di teliti. Uji linieritas studi ini menggunakan korelasi antar variabel, apabila korelasi antar variabel memiliki nilai diatas 0,3 maka dikategorikan memiliki hubungan yang linier. Hasil perhitungan korelasi antar variabel dalam studi ini dapat dilihat pada Tabel 5.12 berikut ini

Tabel 5.12
Hasil Pengujian Asumsi Linieritas

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
Kepuasan (Y1)	1,000000			
Kualitas Layanan (X2)	0,883421	1,000000		
Loyalitas (Y2)	0,748741	0,784622	1,000000	
Program Pemberdayaan (X1)	0,851461	0,907487	0,750782	1,000000

Sumber : diolah dari data

Hasil dari uji linieritas yang ditunjukkan pada Tabel 5.12 menunjukkan bahwa seluruh hubungan antar variabel yang diteliti yaitu program pemberdayaan (X1), kualitas layanan (X2), kepuasan donatur (Y1) dan loyalitas donatur (Y2), memiliki hubungan yang linier, karena nilai korelasinya lebih besar dari 0,3

5.3.4. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model, dengan menggunakan analisis *Goodness of Fit Model* digunakan untuk mengetahui apakah model cukup baik untuk menjelaskan fenomena yang diteliti. *Goodness of Fit Model* diukur menggunakan R-square variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi; *Q-Square predictive relevance* untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai *observasi* dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai Q-square > 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*; sebaliknya jika nilai Q-Square ≤ 0 menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*. Nilai dari R Square pada penelitian ini didapat dari pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS versi 2.0, nilai dari R Square bisa dilihat dari Tabel 5.13.

Tabel 5.13
Nilai R Square

	R Square
Kepuasan (Y1)	0,794468
Kualitas Layanan (X2)	
Loyalitas (Y2)	0,560613
Program Pemberdayaan (X1)	

Sumber : diolah dari data

Hasil analisis *Goodness of Fit Model* dengan menggunakan program SmartPLS versi 2.0, pada analisis diperoleh nilai *outer weight* positif semuanya. *Goodness of Fit Model* yang berupa *Q-Square predictive relevance* diperoleh perhitungan Q-Square dilakukan dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Q^2 &= 1 - ((1 - R_1^2)(1 - R_2^2)(1 - R_3^2)(1 - R_4^2)) \\
 &= 1 - ((1 - 0,794468)(1 - 0,560613)) \\
 &= 0,909692
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan *Q-Square* adalah 0,909692, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Hasil perhitungan mengindikasikan bahwa model pengujian adalah baik, karena variabel program pemberdayaan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan donatur dan loyalitas donatur adalah 90,97%. Sedangkan sisanya yang sebesar 9,03% dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model studi ini. Nilai *Q-Square* yang dihasilkan dalam penelitian bisa menjelaskan bahwa model analisis ini layak digunakan untuk membuktikan hipotesis studi ini.

5.4. Pengujian Hipotesis

Untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten, dalam penelitian ini dilakukan dengan melalui proses *bootstrapping*, dengan parameter uji *T-statistic*. Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2

untuk konstruk dependen, nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini meliputi analisis sebagai berikut:

- a. Analisis pengaruh Program pemberdayaan yang ada di Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap Kepuasan Donatur (Hipotesis H₁).
- b. Analisis pengaruh Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap kepuasan Donatur(Hipotesis H₂).
- c. Analisis pengaruh kepuasan donatur terhadap Loyalitas dalam membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah di Lembaga Amil Zakat (LAZ) (Hipotesis H₃).

Tabel 5.14
Koefisien Jalur dan Hasil Pengujian Hipotesis

	Koefisien Jalur	T Statistics	Keputusan Uji Hipotesis (t Tabel: 1,96)
Kepuasan (Y1) -> Loyalitas (Y2)	0,748741	26,120233	Signifikan
Kualitas Layanan (X2) -> Kepuasan (Y1)	0,627489	6,999318	Signifikan
Program Pemberdayaan (X1) -> Kepuasan (Y1)	0,282022	3,033211	Signifikan

Sumber : diolah dari data

Berdasarkan data yang digunakan dan pengujian yang telah dilakukan sebagaimana ditunjukkan pada tabel 5.14, maka dapat dijelaskan secara lengkap sebagai berikut :

1. Program pemberdayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan donatur, hal tersebut terlihat dari nilai koefisien jalur sebesar 0,282022 dengan nilai t hitung (3,033211) yang lebih besar daripada t tabel (1,96) sehingga dikatakan signifikan. Koefisien jalur yang nilainya sebesar 0,282022 memiliki makna bahwa apabila program pemberdayaan

mengalami peningkatan maka kepuasan donatur juga mengalami kenaikan/ peningkatan. Makin baik program pemberdayaan yang dilakukan oleh lembaga amil zakat (LAZ) maka kepuasan donatur kepada lembaga amil zakat (LAZ) akan bertambah pula. Hipotesis untuk analisis bahwa program pemberdayaan yang ada di Lembaga Amil Zakat (LAZ) berpengaruh terhadap kepuasan donatur diterima.

2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan donatur, hal tersebut terlihat dari nilai koefisien jalur sebesar 0,627489 dengan nilai t hitung (6,999318) yang lebih besar daripada t tabel (1,96) sehingga dikatakan signifikan. Koefisien jalur yang nilainya sebesar 0,627489 memiliki makna bahwa apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka kepuasan donatur juga mengalami kenaikan/ peningkatan. Makin baik kualitas layanan yang dilakukan oleh lembaga amil zakat (LAZ) maka kepuasan donatur kepada lembaga amil zakat (LAZ) akan bertambah pula. Hipotesis untuk analisis bahwa kualitas layanan yang ada di Lembaga Amil Zakat (LAZ) berpengaruh terhadap kepuasan donatur diterima.
3. Program pemberdayaan dan kualitas layanan sama-sama signifikan karena nilai dari t hitungnya diatas nilai t tabel. Sedangkan koefisien jalur program pemberdayaan dan kualitas layanan, lebih besar nilai koefisien kualitas layanan. Kualitas layanan berpengaruh lebih besar dari pada Program pemberdayaan terhadap kepuasan donatur.
4. Kepuasan donatur berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas donatur, hal tersebut terlihat dari nilai koefisien jalur sebesar 0,748741 dengan nilai t hitung (26,120233) yang lebih besar daripada t tabel (1,96)

sehingga dikatakan signifikan. Koefisien jalur yang nilainya sebesar 0,748741 memiliki makna bahwa apabila kepuasan donatur mengalami peningkatan maka loyalitas donatur juga mengalami kenaikan/peningkatan. Makin meningkat kepuasan donatur yang dilakukan oleh lembaga amil zakat (LAZ) maka loyalitas donatur kepada lembaga amil zakat (LAZ) akan bertambah pula. Hipotesis untuk analisis bahwa kepuasan donatur berpengaruh terhadap loyalitas donatur terhadap Lembaga Amil Zakat (LAZ).

BAB VI

PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian tesis ini secara garis besar akan membahas rumusan masalah, hipotesis dan hasil dari pengelolaan data yang menggunakan PLS. Hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab 5 selanjutnya akan dibahas relevansinya dengan teori-teori yang ada, penelitian sebelumnya, dan fakta-fakta empiris. Hasil penelitian ini diharapkan dapat diungkapkan temuan-temun teoritis dan fakta-fakta empiris sehingga diperoleh suatu konstruk pengembangan teori yang ada. Pembahasan diakhiri dengan uraian keterbatasan dan kelemahan studi yang diharapkan akan menjadi dasar pada penelitian selanjutnya yang sejenis.

6.1. Pengaruh Program Pemberdayaan Terhadap Kepuasan Donatur.

Hasil uji hipotesis yang disajikan pada bab 5 menunjukkan bahwa program pemberdayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur atau pembayar ZIS. Nilai dari *original sample* juga positif, yang berarti arah dari pengaruhnya sudah benar, bahwa program pemberdayaan berpengaruh terhadap kepuasan donatur bukan sebaliknya. Uji dari signifikansi tersebut sesuai dengan pendapat Lupyoadi dan Irwan bahwa faktor-faktor yang mendukung kepuasan pelanggan salah satunya adalah kualitas produk dimana pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Pelanggan dalam konteks lembaga amil zakat (LAZ) adalah donatur atau pembayar zakat, infak dan shadaqah. Produk dalam konteks lembaga amil zakat (LAZ) adalah program pemberdayaan.

Program pemberdayaan merupakan upaya lembaga amil zakat dalam melakukan pemberdayaan masyarakat dengan pengumpulan dana zakat, infaq dan shadaqah, bertujuan untuk melakukan pemberdayaan pada masyarakat atau mustahik, melalui program-program pemberdayaan yang telah dirancang dan tujuannya adalah jangka panjang. Program-program pemberdayaan pada lembaga amil zakat yang membedakan pentingnya penyaluran dana zakat, infaq dan shadaqah secara individu atau melalui lembaga amil zakat sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi donatur untuk menyalurkan dananya melalui lembaga amil zakat (LAZ).

Pemberdayaan diperlukan untuk perbaikan ekonomi masyarakat miskin atau mustahik. Prof. Mubyarto, seorang pakar ekonomi kerakyatan menjelaskan bahwa arti ekonomi kerakyatan adalah sebuah sistem ekonomi yang mempunyai keberpihakan kepada rakyat banyak. Sebuah sistem ekonomi yang dapat dikembangkan dan dapat dilaksanakan namun bukan untuk diberdayakan. Karena yang diberdayakan adalah para pelakunya yaitu pengusaha kecil. Sedangkan ekonomi rakyat menurut beliau adalah ekonominya rakyat kecil, *wong cilik*, yang telah tergeser, terjepit dan tersingkir oleh sistem ekonomi yang sedang berkuasa. Sehingga yang harus diberdayakan itu adalah ekonomi rakyat bukan ekonomi kerakyatan.

Dalam terminologi Islam, rakyat kecil yang telah tergeser, terjepit dan tersingkir inilah yang disebut dengan kaum mustadh'afin. Jadi ekonomi rakyat adalah ekonominya kaum mustadh'afin. Yaitu orang miskin karena adanya ketimpangan struktur akibat sistem ekonomi yang tidak berpihak kepada rakyat kecil. Merekalah prioritas pertama yang berhak menerima dana zakat. Senafas dengan ekonomi kerakyatan, Islam telah lebih dulu melahirkan ajaran tentang

zakat. Kalau ekonomi kerakyatan dengan keberpihakannya kepada rakyat kecil, Al Qur'an surat Al Hasyr ayat 7.

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ
مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا
اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Apa yang Allah kurniakan kepada RasulNya (Muhammad) dari harta penduduk negeri, bandar atau desa dengan tidak berperang, maka adalah ia tertentu bagi Allah, dan bagi Rasulullah, dan bagi kaum kerabat (Rasulullah), dan anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta orang-orang musafir (yang keputusan). (Ketetapan yang demikian) supaya harta itu tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya dari kalangan kamu. Dan apa jua perintah yang dibawa oleh Rasulullah (s.a.w) kepada kamu maka terimalah serta amalkan, dan apa jua yang dilarangnya kamu melakukannya maka patuhilah larangannya. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah; sesungguhnya Allah amatlah berat azab seksanya (bagi orang-orang yang melanggar perintahNya). ” (QS. Al Hasyr: 7).

QS Al Hasyr ayat 7, mengajarkan bahwa adanya distribusi kekayaan bertujuan agar harta benda itu berputar dari satu tangan ke tangan yang lain. Tidak beredar di kalangan orang-orang kaya semata. Salah satu tujuan dari sistem ekonomi kerakyatan adalah pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya yang terkandung dalam konsep *trickle down effect* (efek menetes ke bawah) yaitu bahwa kesejahteraan itu dapat menetes ke bawah dan dirasakan oleh masyarakat kecil. Menurut Saffi' Antonio, ekonomi kerakyatan yaitu strategi pembangunan ekonomi yang melibatkan rakyat, dalam menciptakan tetesan tersebut adalah zakat maal. Menurutnya, zakat harta (maal) merupakan salah satu bentuk kongkrit konsep *trickle down effect* yang bersifat langsung.

Lima tahun belakangan ini *fundraising* dana zakat mengalami peningkatan. Hal ini seiring dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat yang semakin meningkat. Hasil penelitian PIRAC kepercayaan masyarakat terhadap Badan Amil Zakat (BAZ) yang merupakan lembaga amil zakat milik pemerintah meningkat sebesar 3-5 %. Ada dua hal yang menyebabkan meningkatnya *fundraising* dana zakat. Pertama, semakin meningkatnya kesadaran berzakat umat Islam. Dan kedua, meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap nasib sesamanya. Tingkat kepedulian ini diwujudkan melalui program-program pendayagunaan zakat.

Upaya meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat dalam berzakat semakin tumbuh subur dapat diwujudkan melalui kinerja Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan Badan Amil Zakat yang akuntabel, transparan dan profesional. Di sisi lain dalam skala makro pemerintah dapat membuat kebijakan yang dapat menciptakan iklim yang kondusif bagi peningkatan optimalisasi dana zakat.

Tantangan terbesar dari optimalisasi zakat adalah bagaimana mendayagunakan dana zakat menjadi tepat guna dan tepat sasaran. Tepat guna berkaitan dengan program pendayagunaan yang mampu menjadi solusi terhadap problem kemiskinan. Sedangkan tepat sasaran berkaitan dengan mustahik penerima dana zakat. Dalam konteks Indonesia dengan jumlah penduduk miskin yang besar sekitar 40 juta jiwa, maka fakir miskin menempati prioritas pertama sebagai penerima zakat. Program pengentasan kemiskinan yang ada kebanyakan masih bersifat karitatif (bagi-bagi habis) dan konsumtif. Program belum mengarah kepada program yang lebih produktif dan memberdayakan. Persoalan pengentasan kemiskinan adalah bagaimana

program ditujukan untuk menangani sampai akar permasalahan bukan gejalanya saja.

Menurut Prof. Mubyarto, solusi yang harus dilakukan adalah menciptakan sistem ekonomi yang lebih berpihak kepada rakyat kecil (usaha kecil). Apabila ekonomi rakyat kuat maka ekonomi nasional juga menjadi kuat. Krisis moneter yang terjadi adalah akibat dari sistem ekonomi yang hanya dikuasai oleh sekelompok perusahaan-perusahaan besar. Pada umumnya permasalahan mendasar yang dialami oleh usaha kecil adalah masalah permodalan, manajemen usaha, akses pasar dan keterampilan dan wawasan yang terbatas. Maka program pemberdayaan zakat harus ditujukan kepada usaha untuk mengatasi persolannya-persoalan usaha kecil tersebut.

Sebagai analogi adalah sebuah hadis Rasulullah sebagai berikut, diriwayatkan dari Anas bin Malik, sesungguhnya seorang laki-laki dari kaum Anshar mendatangi Rasulullah dan meminta sesuatu kepadanya. Rasulullah bertanya kepadanya:

"Apakah kamu tidak memiliki sesuatu pun di rumahmu?" Ia menjawab: "Tentu, kain yang kami pakai sebagian, dan sebagian lainnya kami jadikan alas, dan juga gelas besar tempat kami minum air darinya." Rasulullah berkata, "Bawalah keduanya padaku."

Lalu kedua barang tersebut diberikan kepada Rasulullah saw dan beliau pun melelangnya sehingga laku sampai dua dirham. Kemudian Rasulullah berkata,

"Belilah dengan dirham yang pertama ini makanan untuk kau berikan keluargamu, dan dirham lainnya belilah kapak dan kau bawa kepadaku."

Rasulullah lalu menguatkan ikatan ranting dengan tangannya. Lalu ia berkata kepada laki-laki tersebut,

"Pergilah dan carilah kayu bakar, lalu juallah. Aku tidak ingin melihatmu lagi hingga lima belas hari ke depan."

Lalu laki-laki tersebut mencari kayu bakar dan menjualnya. Hingga tiba saatnya, ia pun mendatangi Rasulullah dengan membawa sepuluh dirham di tangannya, yang kemudian sebagian darinya ia belikan makanan.

Dari hadis di atas dapat disimpulkan bahwa proses pengentasan kemiskinan adalah sebuah proses pemberdayaan yang sedikitnya meliputi penyadaran akan potensi, adanya pendampingan, akses terhadap pasar, proses panjang dan terlebih dahulu memprioritaskan pemenuhan akan kebutuhan dasar mustahik.

Upaya untuk mengentaskan kemiskinan dilakukan oleh semua pihak, baik dari pemerintah, lembaga hingga pihak swasta. Salah satunya dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ). Salah satu program yang akan dikembangkan ke depan melalui pemberdayaan masyarakat berbasis zakat. Zakat bukan sekedar bantuan sewaktu-waktu kepada orang miskin untuk meringankan penderitaannya, tapi lebih bertujuan untuk menanggulangi kemiskinan, agar orang miskin menjadi berkecukupan selama-lamanya, mencari pangkal penyebab kemiskinan itu dan mengusahakan agar orang miskin itu mampu memperbaiki sendiri kehidupan mereka.

Dalam kajian ilmu sosiologi, fakta sosial tersebut dapat disebabkan oleh dua kemungkinan yaitu mereka dimiskinkan oleh struktur sosial dari sebuah kebijakan yang tidak berpihak kepada kalangan lemah. Seperti kurang tersedianya lapangan pekerjaan, rendahnya skill mendapatkan pekerjaan yang layak dan terhalang menuju akses ekonomi. Pada kajian ini maka pemerintah berkewajiban membuat kebijakan yang berpihak kepada masyarakat di kelas miskin agar mereka sama –sama memiliki kesempatan yang sama dengan orang lainnya sebagai warga negara.

Sebab berikutnya diakibatkan oleh budaya kemiskinan. Persoalan utamanya terdapat pada individu yang memang “menikmati” kemiskinannya. Meskipun telah diberikan kesempatan dan akses menuju perbaikan ekonomi tetapi mereka tidak memanfaatkannya. Diberikan bantuan dan modal usaha, tidak memberikan dampak berarti karena mereka kembali ke kebiasaan-kebiasaan lama yang mendekatkan pada kemiskinan tersebut. Di antara mereka, ada yang sudah mendapatkan pembinaan dan sentuhan bantuan modal usaha, baik oleh pemerintah maupun lembaga sosial dan zakat, tetapi akhirnya mereka kembali ke pekerjaan lamanya di jalanan. Dengan mengemis mudah mendapatkan uang, tanpa harus bersusah payah membangun sebuah usaha.

Sebenarnya persoalan pengentasan kemiskinan di tanah air tercinta ini dapat dijalankan jika paradigma bantuan dan penyaluran zakat, infak dan sedekah itu dirubah 180 derajat. Selama ini harus kita akui bahwa bantuan pemerintah maupun penyaluran zakat, infak dan sedekah oleh lembaga amil zakat banyak diberikan dalam wujud charity atau derma. Penyaluran jenis ini lebih banyak bersifat konsumtif atau pemenuhan kebutuhan makan minum relatif singkat.

Pradigma yang seharusnya harus terus dibangun adalah menjadikan zakat sebagai basis pemberdayaan umat. Zakat, infak dan sedekah yang dihimpun dan diramu menjadi program-program pemberdayaan umat sesuai dengan tingkatan kondisi masyarakatnya. Tujuan akhirnya adalah membangunkan harapan saudara kita yang hidup dalam kemiskinan hingga mampu hidup mandiri, kemudian menjadikan mustahik yang sudah mandiri, menjadi berlari dan kemudian menjadi muzaki.

Peluang ke arah ini sangat terbuka lebar dengan melihat besarnya potensi zakat, infak dan sedekah di Indonesia. Potensi zakat disebutkan mencapai Rp 217 triliun setahun. Jumlah ini tentu belum termasuk potensi sedekah yang tak kalah jauh lebih dasyatnya dibanding zakat karena tidak terikat pada nishab dan haul. Dengan potensi zakat saja dapat memerdekakan dan memunculkan ribuan bahkan jutaan usahawan yang nantinya menjadi cikal bakal muzaki baru di tanah air. Berikan mustahik kesempatan berusaha dan dukung dengan pembinaan serta modal usaha maka kita akan melihat dalam satu dekade ke depan kantong-kantong kemiskinan insya Allah berganti dengan komunitas muzaki.

Besarnya potensi zakat, infak dan sedekah ini perlahan namun pasti diikuti dengan grafik meningkatnya kesadaran kaum muslimin yang mampu mengeluarkan zakatnya melalui lembaga amil zakat. Mulai tumbuhnya tingkat kepercayaan terhadap lembaga zakat ini seyogyanya dibuktikan oleh lembaga amil zakat dengan melahirkan profil-profil mustahik sukses dan muzaki baru melalui penyaluran dalam bentuk program-program pemberdayaan berbasis zakat. Keberhasilan ini akan menjadi gelindingan bola salju kemandirian umat.

Berdayakan mereka dan jangan diperdayai dengan bantuan sesaat yang membuat saudara kita yang dhuafa menjadi tambah lemah dan terjebak dalam budaya kemiskinan. Potensi zakat ini laksana mendulang bongkahan emas. Jika kita berhasil mengeksplorasi dan memodifikasinya dengan baik dan benar, insya Allah ia akan menjadi kilauan kebaikan dan rahmat bagi seluruh alam. Sebaliknya bisa tetap menjadi bongkahan batu biasa karena dibiarkan begitu saja. Bukankah janji Allah itu sangat pasti dalam Al Quran surah Al Ra'd : 11

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ
 اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ
 سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُم مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. Bagi tiap-tiap manusia ada beberapa malaikat yang tetap menjaganya secara bergiliran dan ada pula beberapa malaikat yang mencatat amalan-amalannya. Dan yang dikehendaki dalam ayat ini ialah malaikat yang menjaga secara bergiliran itu, disebut malaikat Hafazhah. Tuhan tidak akan merubah keadaan mereka, selama mereka tidak merubah sebab-sebab kemunduran mereka.” (QS Al Ra’d: 11).

Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, peran amil di dalam menyalurkan harta zakat memang sentral. Tidak sekedar membagi-bagi zakat yang terkesan asal sudah sampai ke mustahik, seolah-olah urusan pembagian zakat selesai. Simaklah pola pembagian zakat yang sering kita lihat di masyarakat, semisal diberikan langsung setahun sekali biasanya di bulan ramadhan atau dalam rangka menyambut hari kelahiran donatur atau muzaki kepada anak-anak yatim dhuafa, baksos di daerah minus, bagi-bagi sembako, pengobatan massal, dan berbagai jenis kegiatan semacam, yang kerap mengundang empati siapapun. Aksi santunan karitatif dengan membagi-bagi tersebut banyak dilakukan oleh anggota masyarakat, perusahaan maupun oleh lembaga zakat sendiri. Sebagai bentuk kepedulian kepada sesama dan lingkungan sekitar, aksi karitatif tersebut adalah hal yang baik dan sangat dianjurkan oleh agama, namun dengan cara tersebut masih menyisakan pertanyaan seperti distribusi tidak merata, tidak memandirikan dan lain-lain.

Tujuan pengelolaan zakat bagi pengelolaan zakat adalah keadilan dalam distribusi, peningkatan kualitas hidup mustahik dan kemandirian adalah 3 (tiga) hal penting dari tujuan pengelolaan zakat. Hal demikian menuntut adanya perencanaan program, rekrutmen sumber daya manusia yang handal, dan dukungan sistem pengelolaan baik dari sisi manajemen operasi maupun keuangan. Tuntutan demikian terasa berlebihan bila pengelolaan zakat hanya berujung pada aksi santunan karitatif. Oleh karena itu, tidak bisa tidak bicara zakat harus dikaitkan pada tiga aspek penting tersebut. Lebih dari sekedar santunan harus menjadi keniscayaan. Program pemberdayaan adalah kata kunci yang harus dilakukan oleh siapapun untuk menjadikan zakat sampai pada tujuannya, yaitu terwujudnya tiga aspek diatas. Peran amil zakat menjadi sentral dan strategis dalam pemberdayaan masyarakat.

Amil zakat melakukan interaksi aktif melalui pendampingan kepada masyarakat miskin sebagai sasaran program. Amil zakat juga berperan sebagai agen perubahan (*social agent*) yang turut terlibat membantu memecahkan persoalan yang dihadapi mereka. Aktifitas pemberdayaan yang dilakukan, diantaranya meliputi merancang program perbaikan kehidupan sosial ekonomi, memobilisasi sumber daya setempat bagi pemenuhan kebutuhan, sampai dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pemangku kepentingan terkait yang relevan dengan konteks pemberdayaan masyarakat.

Tugas-tugas pemberdayaan masyarakat oleh amil, dalam tahap awal memungkinkan masyarakat miskin memulainya dengan membangun proses kesadaran diantaranya adalah penyadaran diri, penyadaran pentingnya kelompok, penyadaran pentingnya pencatatan, manajemen, orientasi pasar, pembuatan kelayakan usaha dan pengelolaan rumah tangga (*home*

management). Setelah itu, menapaki tahap penguatan yang terdiri atas penguatan usaha yaitu manajemen usaha, penanganan produk dan teknologinya. Penguatan manajemen organisasi termasuk didalamnya adalah tertib pencatatan, fungsi dan tanggungjawab, serta penyusunan aturan-aturan secara tertulis, membangun jaringan pemasaran dan akses informasi, serta penguatan permodalan. Memasuki tahapan mandiri ditandai dengan stabilitas usaha, standarisasi mutu produk, manajemen keorganisasian yang baik, legalitas kelembagaan, terbangunnya jaringan dan akses dalam pemasaran, informasi, dan keuangan.

Tugas amil didalam pemberdayaan masyarakat harus juga menitikberatkan pada aspek keberlanjutan program, yang secara teknis bisa dilakukan kepada kader komunitas, yaitu orang tempatan yang siap melanjutkan dan mengembangkan program sehingga masyarakat memiliki akses terhadap sumberdaya, teknologi, pasar, serta sumber-sumber pembiayaan. Harapannya tentu adalah terjadinya transformasi baik individu maupun komunitas untuk meningkat dari kondisi dhuafa menjadi muzaki.

Peran LAZ adalah membantu meningkatkan kesadaran dan kemampuan kelompok fakir miskin dalam mencapai tujuan-tujuan yang diharapkan. Sehingga nantinya, pemberdayaan masyarakat miskin bisa didukung agar mampu meningkatkan kesejahteraannya secara mandiri. Kemampuan kelompok fakir miskin untuk mengorganisasikan diri dalam membuat perencanaan dan tindakan kolektif guna memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan sesuai dengan kemampuan dan sumberdaya yang dimilikinya, tidak bisa muncul secara otomatis sehingga diperlukan sebuah pendampingan.

Perlu suatu proses interaksi antara kelompok fakir miskin dengan para amil zakat yang berperan sebagai pendamping program pemberdayaan, agar terjadi proses transformasi mustahik menjadi muzaki. Bantuan kepada mustahik atau kepada fakir miskin tidaklah sesederhana sekedar menyerahkan uang atau dana saja, namun bagaimana peran amil zakat menjadikan fakir miskin layaknya manusia yang lain juga memiliki potensi, kemampuan, kesanggupan dan sumber daya yang perlu dukungan lembaga amil zakat dengan segala caranya, sehingga menjadikan fakir miskin hidup berkualitas, sejahtera dan berkontribusi kepada sesamanya.

Pemberdayaan masyarakat berbasis zakat adalah salah satu metode pendayagunaan dana zakat yang tujuan utamanya untuk memperbaiki kualitas hidup fakir miskin melalui pendayagunaan sumber-sumber yang ada pada mereka serta menekankan prinsip partisipasi. Kelompok fakir miskin dalam hal ini dipandang sebagai anggota masyarakat yang juga memiliki potensi, hanya saja potensi tersebut belum sepenuhnya dikembangkan. Tantangan terbesar saat ini adalah optimalisasi zakat tentang bagaimana mendayagunakan dana zakat menjadi tepat guna dan tepat sasaran. Tepat guna berkaitan dengan program pendayagunaan yang mampu menjadi solusi terhadap problem kemiskinan. Sedangkan tepat sasaran berkaitan dengan mustahik penerima dana zakat.

Hasil wawancara dengan beberapa responden, membenarkan bahwa salah satu yang menjadi faktor para donatur menyalurkan dananya melalui lembaga amil zakat (LAZ), disebabkan pada lembaga amil zakat (LAZ) terdapat program pemberdayaan yang jelas, dengan data yang jelas, target jelas

dan penerima yang jelas, akan berbeda jika mereka menyalurkan sendiri, tidak akan optimal dibandingkan dengan penyaluran melalui lembaga amil zakat.

Kepercayaan yang telah diberikan masyarakat kepada lembaga amil zakat (LAZ), haruslah dijalankan dengan baik. Program pemberdayaan adalah bagian dari faktor yang meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada lembaga amil zakat (LAZ) untuk menyalurkan dananya, dengan kepercayaan tersebut maka di harapkan terjadi perbaikan program pemberdayaan, baik dari model, jenis, perencanaan, pelaksanaan dan pertanggung jawaban.

Dasar dari pelaksanaan program pemberdayaan bagi lembaga amil zakat (LAZ), terdapat pada QS. At-Taubah: 60 mengenai golongan yang berhak menerima zakat. Golongan pertama dan kedua yaitu Fakir dan Miskin, beberapa ulama berpendapat bahwa urutan dalam golongan penerima zakat tersebut, termasuk urutan yang diutamakan dalam menerima zakat, sehingga dalam melaksanakan program pemberdayaan diutamakan pada golongan fakir dan miskin, sehingga pelaksanaan program pemberdayaan perlu dirancang dengan baik, karena memberdayakan fakir dan miskin tidak semudah memberdayakan masyarakat pada umumnya, kadangkala seorang yang fakir dan miskin akan terkendala pada faktor psikologis dan teknis.

Ada tiga cara sebagai upaya pemberdayaan seperti yang di utarakan oleh Kartasmita (1996). Pertama, menciptakan suasana dan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang. Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh rakyat dengan menerapkan langkah-langkah nyata, menampung berbagai masukan, menyediakan prasarana dan sarana, baik fisik maupun sosial yang dapat diakses oleh masyarakat lapisan bawah. Ketiga, memberdayakan rakyat dalam arti melindungi yang lemah dan

membela kepentingan masyarakat lemah. Dalam proses pemberdayaan harus dicegah jangan sampai yang lemah makin terpinggirkan dalam menghadapi yang kuat.

Perencanaan dan pelaksanaan program pemberdayaan harus matang sehingga tujuan yang diinginkan oleh lembaga amil zakat (LAZ) tercapai, perlu memperhatikan beberapa hal. Pertama, program pemberdayaan haruslah mudah diterima dan didayagunakan oleh masyarakat kelompok sasaran (*acceptable*). Kedua, dikelola secara terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan (*accountable*). Ketiga, memberikan pendapatan yang memadai dan mendidik masyarakat untuk mengelola kegiatan secara ekonomis (*profitable*). Keempat, hasilnya dapat dilestarikan oleh masyarakat (*sustainable*). Kelima, pengelolaan dana dan pelestarian hasil dapat dengan mudah digulirkan dan dikembangkan oleh masyarakat dalam lingkup yang lebih luas (*replicable*).

Pelaksanaan program pemberdayaan dikatakan berhasil apabila berkurangnya jumlah penduduk miskin, hal tersebut sesuai dengan tujuan dari penyaluran zakat dimana fakir atau miskin yang menjadi mustahik bisa berdaya dan menjadi muzaki. Berkembangnya usaha peningkatan pendapatan yang dilakukan penduduk miskin dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap upaya peningkatan kesejahteraan keluarga miskin dilingkungannya. Meningkatnya kemandirian kelompok yang ditandai dengan makin berkembangnya usaha produktif anggota dan kelompok, makin kuatnya permodalan kelompok, makin rapinya sistem administrasi kelompok, serta makin luasnya interaksi sosial dengan kelompok lain.

Perbaikan terhadap pelaksanaan program pemberdayaan yang dilakukan oleh lembaga amil zakat (LAZ) secara berkesinambungan, diharapkan akan bermanfaat secara optimal terhadap penerima manfaat atau mustahik, hal tersebut akan sulit tercapai apabila dilakukan secara individu-individu oleh donatur. Donatur/ pembayar zis selalu berharap program pemberdayaan berjalan dengan optimal. Responden menginginkan bahwa ada kemanfaatan lebih dari pada di salurkan sendiri dan hal tersebut yang menjadi persepsi dan keinginan responden/ pembayar ZIS. Sesuai dengan definisi kepuasan di bab dua, dimana kepuasan didefinisikan sebagai Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil. Persepsi ini yang menjadi dasar untuk senantiasa meningkatkan kualitas dari program pemberdayaan.

6.2. Pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan Donatur.

Hasil uji hipotesis yang disajikan pada bab 5 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur atau pembayar ZIS. Nilai dari *original sample* juga positif, yang berarti arah dari pengaruhnya sudah benar, bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan donatur bukan sebaliknya. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat dari Irawan dan Lupyoadi dalam bukunya yang membahas mengenai faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan, salah satu faktornya adalah kualitas layanan. Lupyoadi menjelaskan mengenai kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan/donatur memiliki hubungan, dimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan

pelanggan. Pada penelitian ini variabel kualitas layanan dan kepuasan donatur/pembayar zis memiliki hubungan tersebut sebagaimana yang sudah dijelaskan pada uji hipotesis dan nilai dari *original sample* hasil pengujian PLS.

Konsep Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَسَأْتِمُ
 بِأَخْبِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ لِلَّهِ عَنَىٰ خَبِيرًا ﴿٢٦٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah : 267)

Q.S. Al-Baqarah 267, seperti diriwayatkan oleh Hakim, Tirmizi, Ibnu Majah dan lain-lainnya, dari Barra', katanya, "Ayat ini turun mengenai kita, golongan Ansar yang memiliki buah kurma. Masing-masing menyumbangkan kurmanya, sedikit atau banyak sesuai kemampuannya. Tetapi orang-orang yang tidak ingin berbuat kebaikan, membawa rangkaian kurmanya yang bercampur dengan kulit dan rantingnya, ada yang telah putus dan lepas dari rangkaiannya, lalu diikatkannya, maka Allah pun menurunkan, 'Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik...'" (Q.S. Al-Baqarah 267) Diriwayatkan oleh Abu Daud, Nasai dan Hakim dan Sahl bin Hanif, katanya, "Orang-orang sengaja memilih buah-buahan mereka yang jelek

yang mereka keluarkan untuk sedekah. Maka turunlah ayat, 'Dan janganlah kamu pilih yang jelek di antaranya untuk dinafkahkan.'" (Q.S. Al-Baqarah 267) Diriwayatkan oleh Hakim, dari Jabir, katanya, "Nabi saw. menyuruh mengeluarkan zakat fitrah sebanyak satu sukat kurma. Maka datanglah seorang laki-laki membawa kurma yang jelek, hingga Alquran pun turun menyampaikan, 'Hai orang-orang yang beriman! Nafkahkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik...'" (Q.S. Al-Baqarah 267) Diriwayatkan oleh Ibnu Abu Hatim dari Ibnu Abbas, katanya, "Para sahabat membeli makanan yang murah, lalu menyedekahkannya. Maka Allah pun menurunkan ayat ini."

Riwayat mengenai QS.Al-Baqarah 267, menunjukkan kepada setiap muslim, agar memberikan yang terbaik ketika mempersembahkan barang yang dimiliki untuk di persembahkan atau di sedekahkan, begitu pula ketika kita memberikan layanan kepada orang lain haruslah dengan yang terbaik dan sungguh-sungguh. Islam merupakan agama yang mengatur segala dimensi kehidupan. Al-Qur'an diturunkan Allah SWT kepada manusia untuk memberikan solusi atas segala permasalahan hidup. Allah SWT berfirman dalam Qs. An-Nahl: 89

وَيَوْمَ نَبْعَثُ فِي كُلِّ أُمَّةٍ شَهِيدًا عَلَيْهِمْ مِنْ أَنْفُسِهِمْ وَجِئْنَا بِكَ شَهِيدًا
عَلَى هَتُولَائِهِمْ وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً
وَبُشْرَىٰ لِلْمُسْلِمِينَ ﴿٨٩﴾

(Dan ingatlah) akan hari (ketika) Kami bangkitkan pada tiap-tiap umat seorang saksi atas mereka dari mereka sendiri dan Kami datangkan kamu (Muhammad) menjadi saksi atas seluruh umat manusia. Dan Kami turunkan kepadamu Al Kitab (Al-Qur'an) untuk menjelaskan segala sesuatu dan petunjuk serta rahmat dan kabar gembira bagi orang-orang yang berserah diri. (Qs. An-Nahl: 89)

Oleh karena itu, setiap aktifitas hidup terikat dalam aturan syariah. Demikian halnya dalam penyampaian jasa, setiap aktifitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika. Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam hal ini etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Dalam makna yang lebih tegas etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja.

Secara terminologis arti etika sangat dekat pengertiannya dengan istilah *al-Qur'an al-khuluq* atau akhlak, akhlak mengandung beberapa arti, diantaranya :

1. Tabiat, yaitu sifat dalam diri yang terbentuk oleh manusia tanpa dikehendaki dan tanpa diupayakan,
2. Adat, yaitu sifat dalam diri yang diupayakan manusia melalui latihan, yaitu berdasarkan keinginannya, dan
3. Watak, yaitu cakupannya melalui hal-hal yang menjadi tabiat dan hal-hal yang diupayakan hingga menjadi adat. Kata akhlak juga berarti kesopanan atau agama.

Perkembangan organisasi jasa syariah telah memberikan dimensi baru dalam pengukuran kualitas jasa. Organisasi jasa syariah banyak didominasi oleh keuangan syariah, baik yang berbentuk bisnis dan sosial, baik makro maupun mikro. Lembaga amil zakat (LAZ) bisa dikategorikan sebagai lembaga

keuangan syariah yang bersifat sosial dalam pelaksanaan operasionalnya, sehingga yang menjadi acuan keberhasilan adalah kemanfaatan dana kepada umat.

Othman dan Owen (2001) telah memperkenalkan enam dimensi untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga keuangan syariah. Metode ini menggunakan lima dimensi yang terdapat dalam SERVQUAL dan menambahkan dimensi *compliance*/kepatuhan (kepatuhan terhadap syariat Islam) di dalamnya. Keenam dimensi tersebut dikenal dengan CARTER model, yakni *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy* dan *Responsiveness* (CARTER).

a. *Compliance*

Compliance merupakan dimensi terpenting dalam pengukuran kualitas jasa syariah karena kepatuhan terhadap syariah merupakan wujud eksistensi seorang muslim. Allah SWT berfirman dalam Qs. Adz- Dzariyāt : 56

﴿٥٦﴾ وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.” (Qs. Adz- Dzariyāt : 56)

Asbabun Nuzul dari Qs. Adz- Dzariyāt : 56 adalah, ketika para malaikat mengetahui bahwa Allah SWT akan menciptakan khalifah di muka bumi. Allah SWT menyampaikan perintah-Nya kepada mereka secara terperinci. Dia memberitahukan bahwa Dia akan menciptakan manusia dari tanah. Maka ketika Dia menyempurnakannya dan meniupkan roh di dalamnya, para malaikat harus bersujud kepadanya. Yang harus dipahami bahwa sujud tersebut

adalah sujud penghormatan, bukan sujud ibadah, karena sujud ibadah hanya diperuntukkan kepada Allah SWT.

Tafsir *surah Ad-Dzariyat ayat 56* tersebut adalah Allah menciptakan manusia dengan tujuan untuk menyuruh mereka beribadah kepada-Nya, bukan karena Allah butuh kepada mereka. Ayat tersebut dengan gamblang telah menjelaskan bahwa Allah SWT dengan menghidupkan manusia di dunia ini agar mengabdikan/ beribadah kepada-Nya. Bukan sekedar untuk hidup kemudian menghabiskan jatah umur lalu mati.

Shihab (2003:356), Ibadah terdiri dari ibadah murni (*mahdhah*) dan ibadah tidak murni (*ghairu mahdhah*). Ibadah *mahdhah* adalah ibadah yang telah ditentukan oleh Allah, bentuk, kadar, atau waktunya, seperti shalat, zakat, puasa dan haji. Ibadah *ghairu mahdhah* adalah segala aktivitas lahir dan batin manusia yang dimaksudkannya untuk mendekatkan diri kepada Allah.

Berdasarkan ayat tersebut, dengan mudah manusia bisa mendapat pencerahan bahwa eksistensi manusia di dunia adalah untuk melaksanakan ibadah / menyembah kepada Allah SWT dan tentu saja semua yang berlaku bagi manusia selama ini bukan sesuatu yang tidak ada artinya. Sekecil apapun perbuatan itu. Kehadiran manusia ke bumi melalui proses kelahiran, sedangkan kematian sebagai pertanda habisnya kesempatan hidup di dunia dan selanjutnya kembali menghadap Allah untuk mempertanggungjawabkan perbuatannya semasa hidup di dunia.

Syaikul Islam, Ibnu Taimiyah (dalam Nur Hasanah, 2002), memandang bahwa makna ibadah lebih dalam dan luas. Makna ibadah sampai pada unsur yang rumit sekalipun. Unsur yang sangat penting di dalam mewujudkan ibadah ialah sebagaimana yang telah diperintahkan oleh Allah SWT yaitu unsur cinta.

Tanpa unsur cinta tersebut, mustahil tujuan pokok diciptakan manusia, para rasul diutus, diturunkan kitab-kitab, ialah hanya untuk beribadah kepada Allah SWT dapat tercapai.

Ayat ini pula dengan sangat jelas mengabarkan kepada kita bahwa tujuan penciptaan jin dan manusia tidak lain hanyalah untuk “mengabdikan” kepada Allah SWT. Dalam gerak langkah dan hidup manusia haruslah senantiasa diniatkan untuk mengabdikan kepada Allah. Tujuan pendidikan yang utama dalam Islam menurut Al-Qur’an adalah agar terbentuk insan-insan yang sadar akan tugas utamanya di dunia ini sesuai dengan asal mula penciptaannya, yaitu sebagai abdi. Sehingga dalam melaksanakan proses pendidikan, baik dari sisi pendidik atau anak didik, harus didasari sebagai pengabdian kepada Allah SWT semata.

Mengabdikan dalam terminologi Islam sering diartikan dengan beribadah. Ibadah bukan sekedar ketaatan dan ketundukan, tetapi ia adalah satu bentuk ketundukan dan ketaatan yang mencapai puncaknya akibat adanya rasa keagungan dalam jiwa seseorang terhadap siapa yang kepadanya ia mengabdikan. Ibadah juga merupakan dampak keyakinan bahwa pengabdian itu tertuju kepada yang memiliki kekuasaan yang tidak terjangkau dan tidak terbatas. Ibadah dalam pandangan ilmu Fiqh ada dua yaitu ibadah mahdho dan ibadah ghoiru mahdho. Ibadah mahdho adalah ibadah yang telah ditentukan oleh Allah bentuk, kadar atau waktunya seperti halnya sholat, zakat, puasa dan haji. Sedangkan ibadah ghoiru mahdho adalah sebaliknya, kurang lebihnya yaitu segala bentuk aktivitas manusia yang diniatkan untuk memperoleh ridho dari Allah SWT, begitu pula dengan pelayanan jasa, kualitas jasa yang baik mencerminkan manusia menjalankan ibadah dan tunduk kepada ALLAH SWT.

CARTER model dapat digunakan untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga yang menjadikan syariah sebagai dasar organisasinya. Dimensi CARTER jika dijelaskan dalam konsep Islam adalah sebagai berikut:

Compliance (kepatuhan) adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah *Ta''aā* (Syariah). Syariah Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan Allah *Ta''aā* untuk diamalkan oleh para pemeluknya dalam setiap kehidupan agar tercipta keharmonisan dan kebahagiaan. Allah *Ta''aā* berfirman dalam Qs. Al-Māidah: 48 tentang kewajiban menjalankan syariah, yakni:

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيِّمًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلكِن يَبْلُوكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ ﴿٤٨﴾

“Dan Kami telah turunkan kepadamu Al-Qur'an dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu; maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk tiap-tiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberian-Nya kepadamu, maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang telah kamu perselisihkan itu,”

kemudian Allah SWT befirman dalam QS. Al-Maidah: 49, bahwa setiap perkara hendaknya diputuskan berdasarkan syariah :

وَأَنْ أَحْكُمَ بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ وَأَحْذَرُهُمْ أَنْ
يَفْتِنُوكَ عَنْ بَعْضِ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ إِلَيْكَ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَاعْلَمُوا أَنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ
يُصِيبَهُمْ بِبَعْضِ ذُنُوبِهِمْ وَإِنَّ كَثِيرًا مِنَ النَّاسِ لَفَاسِقُونَ ﴿٤٩﴾

“dan hendaklah kamu memutuskan perkara di antara mereka menurut apa yang diturunkan Allah, dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka. Dan berhati-hatilah kamu terhadap mereka, supaya mereka tidak memalingkan kamu dari sebahagian apa yang telah diturunkan Allah kepadamu. Jika mereka berpaling (dari hukum yang telah diturunkan Allah), maka ketahuilah bahwa sesungguhnya Allah menghendaki akan menimpakan mushibah kepada mereka disebabkan sebahagian dosa-dosa mereka. Dan sesungguhnya kebanyakan manusia adalah orang-orang yang fasik.”

Allah SWT telah menegur dan menjadikan Bani Israil contoh yang buruk ketika mereka tidak melaksanakan syariah secara menyeluruh, sebagaimana firman-Nya dalam Qs. Al Baqarah : 85

ثُمَّ أَنْتُمْ هَٰؤُلَاءِ تَقْتُلُونَ أَنْفُسَكُمْ وَتُخْرِحُونَ فَرِيقًا مِّنكُمْ مِّن دِينِهِمْ
تُظَاهِرُونَ عَلَيْهِم بِالْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَإِن يَأْتُواكُمْ أُسْرَىٰ فَتَدْرُوهُمْ
وَهُوَ مُحَرَّمٌ عَلَيْهِمْ إِيْرَاجُهُمْ أَفْتُوْمِنُونَ بِبَعْضِ الْكِتَابِ وَتَكْفُرُونَ
بِبَعْضِ مَا جَزَأءُ مَنْ يَفْعَلُ ذَٰلِكَ مِنْكُمْ إِلَّا خِزْيٌ فِي الْحَيَاةِ
الدُّنْيَا وَيَوْمَ الْقِيَامَةِ يُرَدُّونَ إِلَىٰ أَشَدِّ الْعَذَابِ وَمَا اللَّهُ بِغَفِيلٍ
عَمَّا تَعْمَلُونَ ﴿٨٥﴾

“Kemudian kamu (Bani Israil) membunuh dirimu (saudaramu sebangsa) dan mengusir segolongan daripada kamu dari kampung halamannya, kamu bantu membantu terhadap mereka dengan membuat dosa dan permusuhan; tetapi

jika mereka datang kepadamu sebagai tawanan, kamu tebus mereka, padahal mengusir mereka itu (juga) terlarang bagimu. Apakah kamu beriman kepada sebahagian Al Kitab (Taurat) dan ingkar terhadap sebahagian yang lain? Tiadalah balasan bagi orang yang berbuat demikian daripadamu, melainkan kenistaan dalam kehidupan dunia, dan pada hari kiamat mereka dikembalikan kepada siksa yang sangat berat. Allah tidak lengah dari apa yang kamu perbuat”

Ayat ini berkenaan dengan cerita orang Yahudi di Madinah pada permulaan Hijrah. Yahudi Bani Quraizhah bersekutu dengan suku Aus, dan Yahudi dari Bani Nadhir bersekutu dengan orang-orang Khazraj. Antara suku Aus dan suku Khazraj sebelum Islam selalu terjadi persengketaan dan peperangan yang menyebabkan Bani Quraizhah membantu Aus dan Bani Nadhir membantu orang-orang Khazraj. Sampai antara kedua suku Yahudi itupun terjadi peperangan dan tawan menawan, karena membantu sekutunya. Tapi jika kemudian ada orang-orang Yahudi tertawan, kedua suku Yahudi itu bersepakat untuk menebusnya kendatipun mereka tadinya berperang-perangan.

Pengetahuan seseorang tentang syariah akan meningkatkan kepatuhannya terhadap perintah dan larangan Allah SWT, sehingga memunculkan kepribadian yang penuh moral dan etika. Keyakinan terhadap Allah SWT akan memberikan stabilitas emosi pada individu dan motivasi positif dalam setiap aktifitas bisnisnya. Allah SWT berfirman dalam Qs. Ath-Thalāq:2-3 bahwa Dia akan memudahkan setiap aktifitas orang yang bertaqwa.

فَإِذَا بَلَغْنَ أَجَلَهُنَّ فَأَمْسِكُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ أَوْ فَارِقُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ وَأَشْهِدُوا
ذَوِي عَدْلٍ مِّنكُمْ وَأَقِيمُوا الشَّهَادَةَ لِلَّهِ ذَٰلِكُمْ يُوعَظُ بِهِ مَن كَانَ يُؤْمِنُ
بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَمَن يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ﴿٢﴾

“Apabila mereka telah mendekati akhir iddahnya, maka rujukilah mereka dengan baik atau lepaskanlah mereka dengan baik dan persaksikanlah dengan dua orang saksi yang adil di antara kamu dan hendaklah kamu tegakkan kesaksian itu karena Allah. Demikianlah diberi pengajaran dengan itu orang yang beriman kepada Allah dan hari akhirat. Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar.”

وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ
حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَلِغٌ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ﴿٣١﴾

“Dan memberinya rezki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu.”

2. Assurance (jaminan)

Assurance (jaminan) adalah pengetahuan yang luas karyawan terhadap produk, kemahiran dalam menyampaikan jasa, sikap ramah/sopan, serta kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk hanya akan diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Islam memerintahkan agar setiap muslim senantiasa belajar dengan tekun dan terus meningkatkan kemampuan dirinya. Hal ini berdasarkan firman Allah *Ta’alā* tentang keutamaan orang yang berilmu, sebagaimana dalam Qs. Al-‘Ankabūt [29]:43, yakni:

وَتِلْكَ الْأَمْثَلُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ ﴿٤٣﴾

“Dan perumpamaan-perumpamaan ini Kami buat untuk manusia; dan tiada yang memahaminya kecuali orang-orang yang berilmu.”

demikian juga pada Qs. Az-Zumar [39]: 9:

أَمَّنْ هُوَ قَبِيْتُ عَاءَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُوا
رَحْمَةَ رَبِّهِ ۗ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ۗ
إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ ﴿٩﴾

“(Apakah kamu hai orang musyrik yang lebih beruntung) ataukah orang yang beribadat di waktu-waktu malam dengan sujud dan berdiri, sedang ia takut kepada (azab) akhirat dan mengharapkan rahmat Tuhannya? Katakanlah: "Adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?" Sesungguhnya orang yang berakallah yang dapat menerima pelajaran.”

serta dalam Qs.Al-Mujādilah [58]:1, yakni:

قَدْ سَمِعَ اللَّهُ قَوْلَ الَّتِي تُجَادِلُكَ فِي زَوْجِهَا وَتَشْتَكِي إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ
يَسْمَعُ تَحَاوُرَ كُفْمًا إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ بَصِيرٌ ﴿١﴾

“Sesungguhnya Allah telah mendengar perkataan wanita yang mengajukan gugatan kepada kamu tentang suaminya, dan mengadukan (halnya) kepada Allah. Dan Allah mendengar soal jawab antara kamu berdua. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”

Rasulullah SAW memberikan motivasi kepada umatnya agar bersungguh-sungguh dalam meningkatkan kapasitas dirinya melalui menuntut ilmu. Kesungguhan dalam menuntut ilmu tersebut akan dibalas oleh Allah SWT dengan kemudahan menuju surga-Nya. *Rasulullah Ṣalla't-Lahu 'alaihi wa Sallam* bersabda:

يَسْئَلُكَ طِيْرِي وَيَهْتَفُ بِعَاسَمٍ . طِيْرِي قَالِي لِحُجَّتْ

Man salaka tharīqan yaltamisu fīhi ‘ilman, sahhala”Lahu tharīqan ilā’l jannah

“Barangsiapa melalui suatu jalan untuk mencari suatu pengetahuan, Allah akan memudahkan jalannya ke surga.”

(HR. Muslim dan Turmidzi dari Abu Hurairah dalam *Şahih Muslim* 2699.

Hadist *şahih* menurut As-Suyuthi dalam *Al-Jāmi”u”Şaghīr*, II/8756)

Peningkatan pengetahuan personal sangatlah penting bagi organisasi jasa. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas terhadap sebuah jasa, akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa tersebut dan dapat menyampaikan jasa lebih baik kepada pelanggan. Proses penyampaian jasa yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap organisasi, karena pelanggan akan membandingkan informasi yang dia dapat dengan pengalaman setelah menggunakan jasa. Apabila informasi yang didapat berbanding lurus dengan pengalaman, maka persepsi positif pelanggan terhadap produk jasa tersebut akan semakin bertambah, dan selanjutnya dapat mendorong keputusan pelanggan untuk menggunakannya kembali pada masa yang akan datang.

Bagian lain dari dimensi *Assurance* adalah sikap karyawan yang ramah dan sopan. Hal tersebut dapat menarik perhatian dan membentuk hubungan baik antara kedua belah pihak. Sikap tersebut merupakan bagian dari etika perdagangan yang harus dijalankan oleh setiap muslim. Hal ini telah diajarkan dan diterapkan oleh Muhammad *Rasulullah Şalla”Lahu”akihi wa Sallam* dalam aktivitasnya, beliau bersabda :

سَّحَّ إِذَا شِئْتُمْ ، سَّحَّ إِذَا تَضَّ ، سَّحَّ إِذَا تَضَّ رَجِيَّ اللَّهُ عِبْدًا سَّحَّ إِذَا تَضَّ ،

rahima "Lahu „abdan samhan idzā bā'a, samhan idzā"sy-tarā, samhan idzā qadā, samhan idzā"qtadā

“semoga kasih sayang Allah dilimpahkan kepada orang yang bersikap lemah lembut (ramah) pada saat membeli, menjual, menghutang, dan meminta kembali uangnya.”

(HR. Bukhari dan Ibnu Majah dari Jabir bin Abdullah *radiya* "Lahu' anhuma.

Hadist *ṣahih* menurut As-Suyuthi dalam *Al-Jāmi* "u"ṣṣaghīr, II/4434).

Allah SWT juga memerintahkan kepada setiap muslim untuk mengucapkan kata-kata yang baik ketika berinteraksi dengan orang lain, sebagaimana termaktub dalam Qs. Al-Baqarah:83, yakni:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ
إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ
حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ
وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ ﴿٨٣﴾

“Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.”

Perkataan yang baik (sopan) dan lemah lembut (ramah) akan membentuk pola interaksi yang berkualitas dengan pihak lain. Interaksi yang berkualitas akan menjadi salah satu faktor dari keberhasilan seorang dalam berinteraksi, yang akan membawa hasil saling menguntungkan diantara para pihak terkait. Kualitas yang baik dalam komunikasi merupakan bagian dari kualitas layanan

3. Responsiveness (daya tanggap)

Responsiveness (daya tanggap) menyangkut kerelaan sumber daya organisasi untuk memberikan bantuan kepada pelanggan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat (responsif) dan tepat. Daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas. Organisasi yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, memperhatikan harapan dan masukan dari pelanggan serta meresponnya dengan cepat dan tepat. Jika tidak demikian, berarti manajemen organisasi tersebut telah menzalimi pelanggan. Allah SWT melarang setiap muslim untuk berbuat zalim dalam berserikat/berbisnis sebagaimana termaktub dalam Qs. Şaad:24, yakni:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعَجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا
مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا
وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ
رَبَّهُ ۗ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

“Daud berkata: "Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini". Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.”

Allah SWT memerintahkan kepada setiap muslim untuk tertib dalam setiap urusannya, serta memiliki daya tanggap dan bersungguh-sungguh dalam setiap aktifitasnya, sebagaimana firman Allah SWT dalam Qs. Al-Insyirah :7

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾

”Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”

Muhammad Rasulullah SAW juga memerintahkan setiap muslim untuk bertindak sungguh-sungguh serta profesional dalam setiap pekerjaannya agar tidak ada yang terdzalimi atas perbuatan yang dilakukannya, Rasulullah SAW, bersabda:

اِنَّ اللهَ تَعَالَى عَزَّ وَجَلَّ تَبَّحَّحَ الْاِحْسَانَ عَمَّ شَيْءٍ...

inna“Laha Ta”al kataba“Ihsāna ‘alā kulli syai-in...

“Sesungguhnya Allah Yang Maha tinggi memerintahkan berbuat baik dalam setiap hal...”

(HR. Ahmad -dalam Musnadnya-, Muslim, serta Abu Dawud, Nasa’i, Turmidzi, dan Ibnu Majah. Hadist *ṣahih* menurut As-Suyuthi dalam *Al-Jāmi“u”ṣṢaghīr*, I/1761)

Al-Qaradhawi menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan *al-Ihsān* (اِحْسَان) atau berbuat baik dalam hadist di atas adalah tekun (bersungguh-sungguh) dan bertindak profesional dalam setiap pekerjaan.

4. Tangible (bukti fisik)

Tangible (bukti fisik) menyangkut fasilitas fisik organisasi yang nampak, peralatan yang digunakan, serta bahan komunikasi yang digunakan oleh organisasi jasa. Bukti fisik merupakan tampilan fisik yang akan menunjukkan identitas organisasi sekaligus faktor pendorong munculnya persepsi awal pelanggan terhadap suatu organisasi jasa.

Ketidakmampuan organisasi dalam menampilkan bukti fisiknya dengan baik, akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan. Muhammad Rasulullah SAW bersabda :

ن ب ي عط ن اسب دع اى، لا دع ر ج ل لى لىق و هياءى ن ك ل بى ث ع ه ل د ع
ن ب ي ع ه ن ب ي ا ك ا ر

lau yu“ḥā“n-nāsa bi da“wāhum, lā“d‘a rijālun amwāla qaumin wa dimā-a-hum,
la-kini“l-bay“yinnatu ‘ala“l-mudda‘ī wa“l-yamīnu ‘alā man ankara

“Jika semua orang dibiarkan menuduh semuanya, niscaya akan banyak orang yang menuduh harta suatu kaum dan darahnya. Oleh karena itu, haruslah seorang yang menuduh itu membawa bukti-buktinya dan yang menolak untuk bersumpah.”

(HR. Ahmad -dalam Musnadnya- , Muttafaqun „Alaihi, dan Ibnu Majah dari Ibnu Abbas *Radhiya* “*Lahu* „*anhumā*. Hadist *ṣahih* menurut As-Suyuthi dalam *Al-Jami“uḥ-Shagīr*, II/7495)

Hadist tersebut memberikan hikmah tentang pentingnya bukti fisik atas kebenaran sebuah pengakuan, atau dapat dipahami bahwa tanpa adanya bukti fisik, maka pengakuan akan dihiraukan. Profesionalitas sebuah organisasi jasa dapat dilihat dari bukti fisik yang ditampilkan.

Hal ini mengandung konsekuensi bahwa sebuah organisasi jasa belum dapat dikatakan profesional ketika organisasi jasa tersebut belum mampu menampilkan bukti fisik yang dapat diindera oleh pelanggan dalam proses penyajian jasanya. Oleh karena itu, organisasi jasa syariah harus mengkreasi bentuk fisik bangunan dan peralatan yang menunjang operasionalnya sedemikian rupa sehingga pelanggan merasa nyaman dan memiliki kepercayaan terhadap organisasi tersebut.

Hal ini ditunjukkan dengan penampilan fisiknya mencerminkan nilai-nilai Islam, mulai dari kenyamanan, ketersediaan fasilitas, kebersihan, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan penampilan fisik sebuah organisasi jasa syariah yang dapat membantu setiap muslim untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaannya.

5. Empathy

Empathy menyangkut kepedulian organisasi terhadap maksud dan kebutuhan pelanggan, komunikasi yang baik dengan pelanggan, dan perhatian khusus terhadap mereka. Sebuah organisasi jasa syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap masing-masing pelanggannya yang ditunjukkan dengan sikap komunikatif yang diiringi kepehaman tentang kebutuhan pelanggan. Hal ini merupakan wujud kepatuhan penyedia jasa terhadap perintah Allah SWT untuk selalu peduli terhadap kondisi dan kebutuhan orang lain, sebagaimana firman-Nya dalam Qs. An-Nahl: 90, yakni :

﴿ إِنَّ اللَّهَ بِأَمْرٍ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ
وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾ (٩٠)

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

juga dalam Qs. Al-Qashash :77

وَأَتَّبِعْ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ لَدَارَ الْآخِرَةِ وَلَا تَنْسَ نِعْمَتَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَحَسِنٌ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

﴿ الْمُفْسِدِينَ ﴾ (٧٧)

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (keni'matan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu

berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

Muhammad Rasulullah SAW bersabda :

لاي وبي أحلى حتى حب لأخي يبي حب بن فس

lā yu“minu ahadukum hatta yuhibba li-akhihi mā yuhibbu linafsihi

“Tidak dapat dikatakan beriman seseorang diantara kalian, hingga dia mencintai saudaranya sebagaimana dia mencintai dirinya sendiri.”

(HR. Ahmad -dalam Musnadnya-, Ibnu Majah, Turmidzi, dan Nasa’i. Hadist *shahih* menurut As-Suyuthi dalam *Al-Jāmi“u“ṣṣaghīr*,II/9940).

Empathy dapat mendekatkan hubungan antara organisasi dan pelanggannya sehingga membentuk pola interaksi positif yang menguntungkan kedua belah pihak.

6. Reliability (keandalan)

Reliability (kehandalan) merupakan kemampuan penyampaian kinerja yang telah dijanjikan kepada pelanggan secara handal dan akurat, artinya pelanggan dapat melihat dan memberikan kesan spontan bahwa kinerja jasa yang diberikan oleh organisasi terjamin, tepat, dan terasa memberikan kemudahan bagi pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sistematika pelayanan dan bentuk pelayanan.

Kehandalan merupakan inti dari kualitas jasa, karena pelanggan menilainya berdasarkan pengalaman dalam menggunakan jasa tersebut (Lovelock dan Wright, 2007: 99). Oleh karena itu, sebuah organisasi jasa syariah harus mampu menyediakan jasa yang telah dipublikasikannya secara handal dan akurat. Hal ini dilandasi oleh motivasi yang disampaikan oleh Muhammad Rasulullah SAW, beliau bersabda :

يا الآخرة، يُستريحه أستبرأ انفي لدي الآخرة النبي يبرع مع يعرير الله عي في لد
ف ي ع، ل عبدي اك ل ع ب ف ي ع، أخ ي

...*Man yassara 'alā mu'sirin yassara 'l-Lahu 'alaihi fi 'd-dun-yā wa 'l-ākhirat wa man satara musliman satarahu 'l-Lahu fi 'd-dun-yā wa 'l-ākhirat, wa 'l-Lahu fi- 'auni 'l-'abdi mā-kāna 'l-'abdu fi 'auni akhi-hi...*

“...*Barangsiapa yang memudahkan orang yang sedang kesulitan niscaya akan Allah memudahkan baginya di dunia dan akhirat dan siapa yang menutupi (aib) seorang muslim Allah akan tutupi aibnya di dunia dan akhirat. Allah selalu menolong hamba-Nya selama hamba-Nya menolong saudaranya...*”

(HR. Muslim dari Abu Hurairah dalam *ṣahihya* nomor 2699, riwayat Imam Ahmad -dalam Musnadnya- dari Abu Hurairah sebagaimana dalam *Al-Jāmi' u' ṣṣaghīr* II/8741, dan Riwayat Bukhari dalam *Al-Jāmi' u' ṣṣaghīr* II/9108)

Konsep kualitas jasa dalam perspektif syariah adalah bentuk evaluasi kognitif dari pelanggan atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral, sesuai yang telah dijelaskan oleh *syara'*. Adapun tujuan utama penyajian jasa syariah adalah mendekatkan diri kepada Allah SWT. Sikap tersebut memiliki hikmah terciptanya *trust* (kepercayaan pelanggan) yang merupakan nilai tambah penting dalam sebuah bisnis. Antonio (2007:96) mengatakan “*Money is not number one capital in business, the number one is trust*” (Uang bukanlah modal utama dalam bisnis, yang utama adalah kepercayaan).

Komponen-komponen pembentuk kualitas layanan tersebut yang menjadi indikator dari variabel kualitas layanan pada penelitian ini. Hasil wawancara dengan responden mengatakan bahwa salah satu yang menjadi ketertarikan donatur atau pembayar ZIS kepada lembaga amil zakat (LAZ) adalah kualitas layanan yang diberikan. Layanan jemput donasi yang diberikan lembaga amil zakat (LAZ) sangat membantu mereka dalam menyalurkan dananya, sebagian dari responden mengatakan, dengan layanan jemput donasi,

pihak donatur terbantu untuk segera menyalurkan dana yang telah disisihkan dari sebagian pendapatan mereka untuk menunaikan kewajiban membayar zakat dan mensegerakan untuk berinfaq/ bershadaqah.

Responden mengatakan, dengan layanan jemput donasi dana yang disisihkan tersebut segera tersalurkan, sehingga niat baik dari donatur untuk menunaikan ibadah dan perintah agama bisa terlaksana. Responden juga mengatakan, jika tidak diambil, mereka takut uang yang telah disiapkan ikut terpakai untuk kebutuhan sehari-hari. Lembaga amil zakat (LAZ) harus berpedoman bahwa yang dilakukan dalam mengumpulkan donasi adalah berbuat baik untuk membantu donatur mensegerahkan niat baiknya, seperti yang diungkapkan salah seorang dari manajemen lembaga amil zakat. Layanan jemput donasi secara konsep adalah membantu orang untuk berbuat baik.

Kualitas layanan, seperti yang dikatakan oleh Kotler (1997) kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasar persepsi para pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas merupakan perilaku menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Definisi kalitas layanan tersebut yang harus menjadi acuan bagi lembaga amil zakat untuk meningkatkan kualitas layanannya kepada donatur, sehingga lembaga amil zakat (LAZ) perlu pula melihat bagaimana perkembangan persepsi donatur terhadap kualitas layanan yang diberikan dengan jalan menerima setiap masukan dan kritikan yang akan dijadikan acuan untuk meningkatkan kualitas layanannya.

Dasar pelaksanaan kualitas layanan dalam Islam, dalam mengambil zakat, infaq dan shadaqah adalah QS. At-Taubah ayat 103.

خُذْ مِنْ مَّوَالِيهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ
سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan mendo`alah untuk mereka. Sesungguhnya do`a kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. At-Taubah: 103).

QS. At-Taubah ayat 103 yang menjadi dasar lembaga amal zakat (LAZ) untuk melakukan kualitas layanan. Kata “*Ambillah*” pada surat tersebut merupakan kata perintah yang menggunakan kata “خُذْ” dalam bahasa arab, perintah pada penggunaan “خُذْ” mengandung unsur wajib, seperti halnya sholat yang merupakan perintah wajib. Kewajiban dalam sholat mengandung pengertian, bahwa sholat harus dilakukan dengan baik, karena ini adalah perintah ALLAH SWT, supaya berjalan dengan baik haruslah dipersiapkan secara baik pula dan dilakukan dengan baik sehingga menghasilkan sesuatu yang baik dan itu dipersembahkan pada Dzat yang maha baik, ALLAH SWT.

Kata “خُذْ” dalam mengambil zakat mengandung unsur wajib, sebagaimana sholat, maka pelaksanaan dalam mengambil zakat harus dilakukan dengan baik pula dari perencanaan, persiapan dan pelaksanaan. Pelaksanaan yang baik dalam mengambil zakat, jika dihubungkan dengan kualitas layanan, maka pelaksanaan dalam mengambil zakat, infaq dan shadaqah haruslah dengan kualitas layanan yang baik sehingga menghasilkan sesuatu yang baik dan akan dipersembahkan kepada Dzat yang maha baik. Peningkatan kualitas layanan oleh lembaga amal zakat (LAZ), hukumnya adalah wajib, sehingga upaya dalam melakukan perbaikan dalam kualitas layanan harus selalu dilakukan, perlu pengembangan dan kreatifitas dalam melakukan pelayanan.

Perbaikan dalam kualitas layanan seperti yang disampaikan Parasuraman, (1990) mengidentifikasikan lima dimensi kualitas dalam jasa pelayanan, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. Pada konteks lembaga Amil Zakat (LAZ) dimensi tersebut meliputi kantor layanan dan personil lembaga yang memberikan layanan terbaik pada donatur. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang di janjikan. Lembaga selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur. Lembaga mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik. Lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur.

Kepuasan pelanggan atau pembayar ZIS, salah satu faktornya adalah kualitas layanan yang diberikan, bahkan pengaruhnya lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena kebutuhan dasar dari manusia bahwa, apabila mereka memberi maka cenderung untuk dilayani, jika pelayanan baik akan berdampak pada kepuasan. Lembaga amil zakat harus bekerja profesional, karena profesionalitas merupakan bagian dari kualitas layanan.

6.3. Pengaruh kepuasan donatur kepada Loyalitas

Hasil uji hipotesis yang disajikan pada bab 5 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan donatur atau pembayar ZIS. Nilai dari *original sample* juga positif, yang berarti arah dari pengaruhnya sudah benar, bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan donatur bukan sebaliknya. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Musanto (2004:128) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Jika hubungan antara

kepuasan dengan loyalitas pelanggan adalah positif, maka kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam hal ini loyalitas pelanggan berfungsi sebagai Y sedangkan kepuasan pelanggan berfungsi sebagai X pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi loyalitas dalam hal ini termasuk minat untuk membeli kembali (Sharp, 2000 :35). Menurut Tjiptono (2002 : 24) terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Dalam konteks lembaga amil zakat (LAZ), upaya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas donatur serta untuk memandu perumusan perencanaan pengembangan organisasi, maka dibutuhkan strategi pengembangan layanan donatur, disarankan bahwa manajemen hubungan antara lembaga amil zakat dengan donatur perlu dikembangkan sehingga terjalin komunikasi yang aktif antar keduanya.

Melihat dari definisi kepuasan dan loyalitas, sehingga hubungan antara keduanya berawal dari persepsi melahirkan persepsi dan diakhiri dengan tindakan. Kepuasan adalah persepsi dari pelanggan atau donatur kepada layanan yang akan diterima, setelah ada implementasinya akan melahirkan loyalitas karena sudah sesuai dengan persepsinya kemudian ditindak lanjuti dengan tindakan yang menjadi indikator bahwa orang tersebut loyal.

Indikator dari loyalitas pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang berbeda-beda seperti *makes regular repeat purchase* (melakukan pembelian ulang secara teratur). *Purchases across product and service lines* (melakukan

pembelian lini produk yang lainnya dari perusahaan Anda). *Refers others* (memberikan referensi pada orang lain). *Demonstrates in immunity to the pull of the competition* (menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing/ tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing)

Konteks loyalitas pada lembaga amil zakat (LAZ), indikator loyalitas dari donatur pada lembaga amil zakat (LAZ) adalah donatur selalu membayar ZIS tepat waktu, donatur selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga dan donatur merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga tersebut.

6.4. Temuan Teoritis.

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap pengaruh antara program pemberdayaan dan kualitas layanan dengan kepuasan dan loyalitas maka temuan teoritis yang dihasilkan dari studi ini adalah:

1. Terdapat pengaruh langsung, positif, dan signifikan antara program pemberdayaan terhadap kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa program pemberdayaan merupakan instrumen dalam meningkatkan kepuasan donatur. Semakin baik program pemberdayaan di lembaga amil zakat (LAZ), maka akan semakin meningkatkan kepuasan donatur. Hasil dari perhitungan tersebut telah sesuai dengan teori hubungan antar variabel antara program pemberdayaan dengan kepuasan donatur, sehingga bisa disimpulkan bahwa teori tersebut bisa digunakan pada lembaga amil zakat untuk melihat keterkaitan antar variabel antara program pemberdayaan dengan kepuasan donatur. Walaupun pengaruhnya tidak sebesar dengan faktor yang lainnya.

2. Terdapat pengaruh langsung, positif, dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan donatur. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan instrumen penting dalam meningkatkan kepuasan donatur. Semakin tinggi tingkat kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan kepuasan donatur. Hasil dari perhitungan tersebut telah sesuai dengan teori hubungan antar variabel antara kualitas layanan dengan kepuasan donatur, sehingga bisa disimpulkan bahwa teori tersebut bisa digunakan pada lembaga amil zakat untuk melihat keterkaitan antar variabel antara kualitas layanan dengan kepuasan donatur, dan pengaruhnya lebih besar dibandingkan dengan faktor yang lainnya. Variabel kualitas layanan sangat dominan untuk mempengaruhi kepuasan donatur, hal tersebut sesuai dengan sifat dasar manusia, apabila memberikan sesuatu kepada pihak lain, maka pemberi akan minta dilayani, dan apabila layanannya baik, maka pemberi/donatur akan merasakan puas dengan layanan yang baik.
3. Terdapat pengaruh langsung, positif, dan signifikan antara kepuasan donatur terhadap loyalitas donatur. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan donatur merupakan instrumen penting dalam meningkatkan loyalitas donatur. Semakin tinggi tingkat kepuasan donatur yang diberikan maka akan semakin meningkatkan loyalitas donatur. Hasil dari perhitungan tersebut telah sesuai dengan teori hubungan antar variabel antara kepuasan donatur dengan loyalitas donatur, sehingga bisa disimpulkan bahwa teori tersebut bisa digunakan pada lembaga amil zakat untuk melihat keterkaitan antar variabel antara kepuasan donatur dengan loyalitas donatur, dan pengaruhnya besar. Variabel kepuasan donatur sangat tinggi pengaruhnya terhadap loyalitas donatur.

6.5. Keterbatasan Studi.

Studi yang mencoba melihat hubungan antara variabel program pemberdayaan dan kualitas layanan dengan kepuasan dan loyalitas ini memiliki keterbatasan dalam beberapa hal, antara lain :

1. Studi ini, dilakukan untuk melihat pengaruh antara variabel program pemberdayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas, lebih menekankan pada indikator yang bersifat kuantitatif saja sedangkan aspek kualitatif dan kasyf belum menjadi fokus utama dalam studi ini, melainkan hanya menjadi pendukung dalam analisis kuantitatif saja. Karena pendekatan kuantitatif maka yang terungkap hanya aspek indikator sedangkan aspek lain seperti perilaku dan pandangan donatur serta pendapat yang lebih mendalam oleh donatur belum bisa tersampaikan dan belum teramati secara menyeluruh, sehingga hasil studinya masih belum mendalam untuk aspek kualitatifnya
2. Sedikitnya donatur yang sudah membayar ZIS lebih dari 10 tahun, sehingga perlu bantuan petugas lapangan dan keterbatasan waktu yang dimiliki oleh donatur/ responden sehingga untuk dilakukan wawancara mendalam masih menemui kendala sehingga belum bisa mengungkap lebih jauh lagi.

BAB VII

PENUTUP

7.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian tentang pengujian hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 3 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konstruk Program Pemberdayaan berpengaruh signifikan secara positif terhadap kepuasan, temuan ini sesuai dengan teori yang ada yang di kemukakan baik oleh lupyoadi maupun irawan
2. Konstruk Kualitas layanan berpengaruh signifikan secara positif terhadap Kepuasan temuan ini sesuai dengan teori yang ada yang di kemukakan baik oleh lupyoadi maupun irawan.
3. Konstruk Kualitas layanan memiliki pengaruh lebih besar terhadap Kepuasan dibandingkan dengan pengaruh program pemberdayaan terhadap kepuasan.
4. Konstruk Kepuasan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas, hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler, Musantodan Tjiptono

7.2. Saran

1. Lembaga amil zakat, diharapkan meningkatkan kemampuannya baik dalam layanan dan program pemberdayaannya.
2. Perbaiki pada program pemberdayaan, terutama pada perencanaan dan ukuran keberhasilan sehingga acuan dalam pencapaian lebih baik lagi,

selain itu perlu adanya komunikasi yang baik kepada donatur berkenaan dengan program pemberdayaan yang sedang dijalankan.

3. Profesionalitas dari lembaga amil zakat perlu ditingkatkan sebagai bagian dari kualitas layanan yang akan berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas donatur atau pembayar ZIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, 2009. *Perbedaan dan Pengertian Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. <http://www.abdulkamil.com/2009/03/perbedaan-dan-pengertian-penelitian.html> Online 21 Desember 2009
- Al Hadist dan Terjemahannya. 1973. Cetakan ke 9. Jakarta : Ikatan Penerbit Indonesia.
- Al-Quran dan terjemahannya. 1992. Jakarta: Departemen Agama RI
- Al-Qur'an transliterasi Indonesia, www.alquran-indonesia.com
- Arsa, Ria Casmi. 2008. *Peran Negara Dalam Merevitalisasi Pengelolaan Zakat Sebagai Upaya Strategis Penanggulangan Kemiskinan di Indonesia*, diakses dari www.legalitas.org
- Bank Syariah Mandiri. 2010. *Profil Pembiayaan Mudharabah*. Online, (<http://www.syariahmandiri.co.id>), diakses 22 April 2010
- Bank Syariah Bukopin. 2010. *Visi Misi Perusahaan*. Online, (<http://www.google.com>), diakses 21 April 2010
- Bank Muamalat Indonesia. 2010. *Profil Perusahaan dan Profil Pembiayaan*. Online, (<http://www.muamalatbank.com>), diakses 22 April 2010
- BPS Kota Surabaya. 2008. *Surabaya dalam Angka*. Surabaya : Kantor Statistik Kotamadya Surabaya
- Bank Indonesia. 2000. *"Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Pulau Jawa"*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Chapra, Umer. 2000. *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Jakarta: Gema Insani.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1993. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cetakan keempat. Jakarta: Balai Pustaka

- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 07 tahun 2000 tentang pembiayaan Mudharabah. Pdf. <http://www.google.com>, diakses 20 Januari 2010
- Fanani, Zaenal. 1999. Konsep Pemberdayaan Ekonomi Rakyat Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi FE Universitas Merdeka Malang no. 3 Tahun III (Juli)*. Malang: h.10.
- Hamid, Abdul. 2009. *Jenis-jenis Penelitian Kualitatif*. Artikel, Online, (<http://www.google.com>), diakses 20 Januari 2010
- Hidayat, Abdul Rahman. 2010. *Analisis Deskriptif Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid Sebagai Baitul Maal Dalam Pembangunan Ekonomi Di Kota Surabaya Tahun 2004-2008*. Skripsi tidak dipublikasikan. Surabaya. Universitas Airlangga
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2002. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta; UPP AMP YPKN
- Nafik, Muhammad, 2008. *Ekonomi ZISWAQ (Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Waqaf)*. IFDI: Surabaya
- Nawawi, Imam. Tanpa Tahun. *Syarah Arba'in An Nawawi, Ta'liq Syaikh Utsaimin*. Terjemahan oleh Ahmad S Marzuqi. 2006. Jogyakarta: Media Hidayah
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- (ed). 2004. *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Ekonisia.
- . 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Indonesia
- . 2006. *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nejatullah Siddiqi, Muhammad. 1985. *Partnership And Profit Sharing in Islamic Law*. The Islamic Foundation. Leicester.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 5/9/PBI/2003 Tentang Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif Bagi Bank Syariah. Pdf. <http://www.google.com>, diakses 28 Januari 2010
- Perwataatmadja, Karnaen dan M. Syafi'i Antonio. 1992. *Apa dan Bagaimana Bank Islam ?*. Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf

- (ed). 2003. *Perbankan Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press
- Pramana, Angga. 2009. *Analisis Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri dan Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Surabaya*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Surabaya. Universitas Airlangga
- Rizqullah. 2008. *Majalah Bank dan Manajemen*. Artikel hal. 113. Diakses 24 Januari 2010
- Sasongko, Djoko. 2008. Diagram Fishbone; Anaysis Methode. Dalam Hidayat, *Analisis Deskriptif Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid Sebagai Baitul Maal Dalam Pembangunan Ekonomi Di Kota Surabaya Tahun 2004-2008* (hlm. 50). Surabaya:Universitas Airlangga
- Setiawan, Andri. 2008. *Analisis Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil Perbankan Syariah di Indonesia*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Surabaya. Universitas Airlangga
- Shobirin. 2007. *Sistem Pembiayaan Mudharabah (Bagi Hasil) Antara Perbankan Syari'ah Dengan Literatur Fikih*. <http://www.wikipedia.com> Online 2 Desember 2009
- Yin, Robert, 2002. *Studi Kasus Desain dan Metode*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Zukifli, Sunarto. 2007. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Edisi Revisi. Jakarta: Zikrul

KUESIONER PENELITIAN
KEPUASAN dan LOYALITAS PEMBAYAR ZIS PADA LAZ YANG
BERKANTOR DI SURABAYA

PETUNJUK UMUM

Isilah pernyataan yang telah disusun pada lembar kuesioner ini sesuai dengan kondisi riil. Jawaban anda tidak ada yang salah dan data yang anda berikan hanya untuk keperluan ilmiah sehingga kerahasiaan anda kami jamin.

Identitas Responden

Nama Responden : (boleh tidak diisi)

Alamat : ...

E-mail : ...

Telp : ...

Jenis Kelamin : (L/P)

Umur :Tahun

Pendidikan : 1. SD 2. SLTP 3. SMA/SMK 4. Sarjana
 5. lainnya(sebutkan)

Lama menjadi donatur di lembaga ini : Tahun

Lingkari pilihan-pilihan dibawah ini yang berisi persepsi anda terhadap lembaga ini, dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

Pernyataan Positif

1	2	3	4	5
Sangat tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju

A. Program Pemberdayaan

1. Program Pemberdayaan yang terlaksana sudah tepat sasaran

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Program Pemberdayaan yang terlaksana sudah sesuai dengan tujuan/target lembaga

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. Program Pemberdayaan yang terlaksana mampu memberikan peningkatan secara ekonomi kepada penerima manfaat.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

B. Kualitas Layanan

1. Kantor layanan dan personil lembaga telah memberikan layanan yang terbaik pada donatur.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang di janjikan oleh lembaga.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. Lembaga ini selalu tanggap akan layanan yang cepat terhadap donatur

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Lembaga ini mampu mengalokasikan dan menyalurkan dana donatur dengan baik.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Lembaga memberikan perhatian secara personal terhadap donatur.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

C. Kepuasan Pembayar ZIS

1. Secara keseluruhan saya senang dan puas terhadap pelayanan lembaga ini.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Saya akan menginformasikan kepada orang lain tentang kepuasan layanan lembaga ini.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. Selama jadi pembayar ZIS, tidak pernah ada komplain terhadap lembaga ini

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

D. Loyalitas Donatur

1. Saya selaku donatur selalu membayar ZIS tepat waktu.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Saya akan selalu membayar ZIS di lembaga ini walaupun ada berita yang negatif tentang lembaga.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. Saya merekomendasikan kepada teman untuk membayar ZIS di lembaga ini

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Mohon diberikan masukan untuk lembaga ini bagi perbaikan kedepan.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Overview

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbach's Alpha	Communality	Redundancy
Kepuasan (Y1)	0,758353	0,903574	0,794468	0,841294	0,758353	0,531828
Kualitas Layanan (X2)	0,765696	0,941979		0,922162	0,765697	
Loyalitas (Y2)	0,690645	0,868732	0,560613	0,775016	0,690645	0,361452
Program Pemberdayaan (X1)	0,753024	0,901328		0,835312	0,753024	

Latent Variable Correlations

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
Kepuasan (Y1)	1,000000			
Kualitas Layanan (X2)	0,883421	1,000000		
Loyalitas (Y2)	0,748741	0,784622	1,000000	
Program Pemberdayaan (X1)	0,851461	0,907487	0,750782	1,000000

Cross Loadings

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
X1.1	0,739128	0,702817	0,550887	0,829977
X1.2	0,691300	0,842446	0,754769	0,863677
X1.3	0,781359	0,819648	0,655891	0,907894
X2.1	0,877873	0,902787	0,692536	0,770841
X2.2	0,905921	0,943500	0,674603	0,903037
X2.3	0,691998	0,887413	0,770330	0,800934
X2.4	0,618049	0,738022	0,581163	0,780318
X2.5	0,713548	0,889431	0,727092	0,715755
Y1.1	0,936488	0,899250	0,758167	0,864060
Y1.2	0,791416	0,574123	0,479814	0,524404

Y1.3	0,878472	0,783866	0,673716	0,779164
Y2.1	0,748644	0,870745	0,827723	0,781148
Y2.2	0,556144	0,628476	0,936245	0,601257
Y2.3	0,503181	0,348522	0,714322	0,411043

Total Effects

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
Kepuasan (Y1)			0,748741	
Kualitas Layanan (X2)	0,627489		0,469827	
Loyalitas (Y2)				
Program Pemberdayaan (X1)	0,282022		0,211162	

Outer Loadings

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
X1.1				0,829977
X1.2				0,863677
X1.3				0,907894
X2.1		0,902787		
X2.2		0,943500		
X2.3		0,887413		
X2.4		0,738022		
X2.5		0,889431		
Y1.1	0,936488			
Y1.2	0,791416			
Y1.3	0,878472			
Y2.1			0,827723	
Y2.2			0,936245	
Y2.3			0,714322	

Path Coefficients

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
Kepuasan (Y1)			0,748741	
Kualitas Layanan (X2)	0,627489			
Loyalitas (Y2)				
Program Pemberdayaan (X1)	0,282022			

Outer Weights

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
X1.1				0,384981
X1.2				0,360069
X1.3				0,406977
X2.1		0,261884		
X2.2		0,270251		
X2.3		0,206434		
X2.4		0,184374		
X2.5		0,212863		
Y1.1	0,452062			
Y1.2	0,285050			
Y1.3	0,399622			
Y2.1			0,499166	
Y2.2			0,370815	
Y2.3			0,335501	

Measurement Model (restandardised)

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
X1.1				1,333308
X1.2				1,154137
X1.3				1,271306
X2.1		1,177827		
X2.2		1,283940		
X2.3		1,308420		

X2.4		1,016151		
X2.5		1,160401		
Y1.1	1,199050			
Y1.2	1,057574			
Y1.3	1,295236			
Y2.1			1,118646	
Y2.2			1,337492	
Y2.3			0,901753	

Path Coefficients

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
Kepuasan (Y1)			0,791992	
Kualitas Layanan (X2)	1,050580			
Loyalitas (Y2)				
Program Pemberdayaan (X1)	0,298450			

Measurement Model

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
X1.1				0,354721
X1.2				0,307053
X1.3				0,338226
X2.1		0,198063		
X2.2		0,215907		
X2.3		0,220023		
X2.4		0,170875		
X2.5		0,195132		
Y1.1	0,337584			
Y1.2	0,297752			
Y1.3	0,364664			
Y2.1			0,333140	
Y2.2			0,398313	
Y2.3			0,268547	

Index Values for Latent Variables

	LV Index Values
Kepuasan (Y1)	3,766242
Kualitas Layanan (X2)	3,745703
Loyalitas (Y2)	3,903230
Program Pemberdayaan (X1)	3,748441

Inner Model T-Statistic

	Kepuasan (Y1)	Kualitas Layanan (X2)	Loyalitas (Y2)	Program Pemberdayaan (X1)
Kepuasan (Y1)			26,120233	
Kualitas Layanan (X2)	6,999318			
Loyalitas (Y2)				
Program Pemberdayaan (X1)	3,033211			

Total Effects (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
Kepuasan (Y1) -> Loyalitas (Y2)	0,748741	0,751482	0,028665	0,028665	26,120233
Kualitas Layanan (X2) -> Kepuasan (Y1)	0,627489	0,630483	0,089650	0,089650	6,999318
Kualitas Layanan (X2) -> Loyalitas (Y2)	0,469827	0,474563	0,074824	0,074824	6,279056
Program Pemberdayaan (X1) -> Kepuasan (Y1)	0,282022	0,280730	0,094785	0,094785	2,975388
Program Pemberdayaan (X1) -> Loyalitas (Y2)	0,211162	0,210158	0,069368	0,069368	3,044094

Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
Kepuasan (Y1) -> Loyalitas (Y2)	0,748741	0,751482	0,028665	0,028665	26,120233
Kualitas Layanan (X2) -> Kepuasan (Y1)	0,627489	0,630483	0,089650	0,089650	6,999318
Program Pemberdayaan (X1) -> Kepuasan (Y1)	0,282022	0,281334	0,092978	0,092978	3,033211

Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
X1.1 <- Program Pemberdayaan (X1)	0,384981	0,385545	0,011062	0,011062	34,801308
X1.2 <- Program Pemberdayaan (X1)	0,360069	0,361399	0,009786	0,009786	36,795378
X1.3 <- Program Pemberdayaan (X1)	0,406977	0,407162	0,013709	0,013709	29,687282
X2.1 <- Kualitas Layanan (X2)	0,261884	0,262280	0,010314	0,010314	25,391612
X2.2 <- Kualitas Layanan (X2)	0,270251	0,271137	0,010576	0,010576	25,552418
X2.3 <- Kualitas Layanan (X2)	0,206434	0,206478	0,004314	0,004314	47,852897
X2.4 <- Kualitas Layanan (X2)	0,184374	0,184000	0,007790	0,007790	23,667285
X2.5 <- Kualitas Layanan (X2)	0,212863	0,213198	0,003749	0,003749	56,771351
Y1.1 <- Kepuasan (Y1)	0,452062	0,453216	0,021167	0,021167	21,356671
Y1.2 <- Kepuasan (Y1)	0,285050	0,283973	0,022694	0,022694	12,560465
Y1.3 <- Kepuasan (Y1)	0,399622	0,400008	0,016534	0,016534	24,169499

Y2.1 <- Loyalitas (Y2)	0,499166	0,500794	0,036053	0,036053	13,845392
Y2.2 <- Loyalitas (Y2)	0,370815	0,370330	0,012495	0,012495	29,675994
Y2.3 <- Loyalitas (Y2)	0,335501	0,334382	0,024541	0,024541	13,670912

Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
X1.1 <- Program Pemberdayaan (X1)	0,829977	0,827455	0,024395	0,024395	34,022082
X1.2 <- Program Pemberdayaan (X1)	0,863677	0,863025	0,018722	0,018722	46,132223
X1.3 <- Program Pemberdayaan (X1)	0,907894	0,906860	0,012455	0,012455	72,892736
X2.1 <- Kualitas Layanan (X2)	0,902787	0,902679	0,010502	0,010502	85,959309
X2.2 <- Kualitas Layanan (X2)	0,943500	0,943872	0,008546	0,008546	110,408440
X2.3 <- Kualitas Layanan (X2)	0,887413	0,885049	0,018038	0,018038	49,196914
X2.4 <- Kualitas Layanan (X2)	0,738022	0,734548	0,036011	0,036011	20,494145
X2.5 <- Kualitas Layanan (X2)	0,889431	0,888296	0,016291	0,016291	54,595768
Y1.1 <- Kepuasan (Y1)	0,936488	0,936524	0,008459	0,008459	110,712254
Y1.2 <- Kepuasan (Y1)	0,791416	0,787431	0,050632	0,050632	15,630820
Y1.3 <- Kepuasan (Y1)	0,878472	0,877238	0,015208	0,015208	57,763228
Y2.1 <- Loyalitas (Y2)	0,827723	0,829738	0,011752	0,011752	70,431788
Y2.2 <- Loyalitas (Y2)	0,936245	0,934263	0,011648	0,011648	80,378766
Y2.3 <- Loyalitas (Y2)	0,714322	0,710405	0,053190	0,053190	13,429667