

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengelolaan zakat di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 yang didalamnya mengatur segala kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan terhadap dana zakat¹. Berdasarkan Undang-Undang tersebut keberadaan zakat sangat penting, yaitu untuk meninggalkan efektifitas dan efisiensi pelayanan dalam mengoptimalkan pengelolaan zakat, dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan. Zakat adalah nama bagi sejumlah harta tertentu yang telah mencapai syarat-syarat tertentu yang diwajibkan oleh Allah untuk dikeluarkan dan diberikan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu pula.²

Pengelolaan zakat di Indonesia dibagi menjadi dua sistem yakni pengelolaan zakat oleh lembaga pemerintah dan lembaga masyarakat. Seperti terdapat dalam pasal 5 ayat 1 bahwa untuk melaksanakan pengelolaan zakat, pemerintah membentuk Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Selain itu, dalam pasal 17 masyarakat dapat membentuk Lembaga Amil Zakat (LAZ) untuk membantu BAZNAS dalam pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Adanya undang-undang tersebut maka zakat dianjurkan untuk disalurkan melalui amil zakat daripada menyalurkannya secara langsung kepada mustahik (penerima zakat)³.

Melihat potensi zakat yang sangat besar tersebut, LAZ berusaha meningkatkan kemampuan daya saingnya menghimpun dan ZIS dan mempertahankan donatur mereka agar tetap loyal. Saat ini ada 17 Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) yang aktif dalam melakukan aktifitas penghimpun dan

¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 *Tentang Pengelolaan Zakat*
Pasal 3

² Khairina Tambunan, SE, M.E, *Analisis Pengaruh Investasi, Operasi Moneter Dan ZIS Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, Dalam Jurnal *At-Tasawuf*, Vol. 1 No. 1, 2016, h. 82

³ Saputra Andika, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Donatur Dompot Dhuafa Riau*, (Jurnal Dakwah Risalah Vol. 31 No. 1 Juni 2020), h.70

penyaluran dana zakat, infak dan sedekah. Akibat banyaknya jumlah LAZNAS, menimbulkan persaingan guna meraih, penghimpunan dan penyaluran zakat yang tinggi serta menjaga kesetiaan donaturnya. Agar LAZ berhasil mempertahankan eksistensinya maka harus memperhatikan aktivitas promosi, serta kualitas layanan kepada donatur sehingga percaya dan loyalitas Terhadap LAZ tersebut⁴.

Dompot Dhuafa Kota Medan sebagai salah satu LAZ dinilai belum maksimal mempertahankan loyalitas donaturnya. Berdasarkan data yang saya temukan pada LAZ Dompot Dhuafa dimana donatur yang membayarkan zakat infaq dan sedekah (ZIS) menurun dari tahun 2018-2020. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Donatur di Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Kota Medan

Tahun	Donatur Baru	Donatur Lama
2018	1.381	242
2019	1.288	286
2020	878	198
Total	3.547	726

Sumber : LAZ Dompot Dhuafa Kota Medan

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas terdapat penambahan donatur baru setiap tahunnya 2018-2020. Namun untuk penambahan jumlah donatur loyal masih rendah di LAZ Dompot Dhuafa Kota Medan. Total 3.547 yang pernah menjadi donatur, 726 orang donatur yang kembali berdonasi. Hal ini menunjukkan tingkat loyalitas donatur Dompot Dhuafa Kota Medan masih tergolong sangat rendah. Tentunya hal tersebut membuat LAZ Dompot Dhuafa Kota Medan perlu membenahi semua bagian, terutama pelayanan donatur untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas donatur.

Terdapat berbagai faktor yang membuat konsumen loyal dalam jasa yang digunakan salahsatunya adalah kepercayaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lau & Lee mengemukakan bahwa kepercayaan melibatkan kesediaan

⁴ Ibid. h. 71

seseorang untuk berperilaku tertentu karena dia meyakini bahwa mitranya memberikan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan⁵. Penyaluran zakat yang efisien adalah terdistribusinya zakat dengan baik namun salah satu faktor tidak tercapainya potensi penerimaan zakat di Indonesia adalah keputusan muzakki untuk tidak menyalurkan zakat, infaq dan sedekah pada lembaga pengelolaan zakat. Faktor kepercayaan yang masih rendah menyebabkan para muzakki lebih memilih untuk menyalurkan zakatnya untuk menyalurkan zakatnya secara langsung kepada mereka yang berhak atau 8 ansaf.

Faktor ketidakpercayaan muzakki terhadap pengelolaan dana zakat dikarenakan kurangnya transparansi pelaporan keuangan serta tidak mendapat manfaat yang lebih besar apabila dana zakat tersebut disalurkan melalui Lembaga Amil Zakat dibanding penyaluran secara langsung⁶.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas donatur adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan sebagai bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan diterima (*Expected Service*)⁷. Hal ini sama juga ditegaskan Lupiyoadi dalam penelitiannya mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta kecepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang baik dan nyaman yang diberikan kepada donatur dapat menentukan laju pertumbuhan suatu Lembaga Amil Zakat. Hal ini berguna untuk mencapai peningkatan dana ZIS, lembaga zakat kini bersaing dalam melayani donatur⁸.

Berdasarkan pengamatan dilapangan mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan oleh LAZ Dompot Dhuafa Kota Medan, maka diperoleh Fenomena seperti keterlambatan pengiriman laporan kepada donatur, petugas jemput donasi yang tidak tepat waktu. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh

⁵ Ibid. h. 171

⁶ Azy Althoilah Yazid, *Faktor-Faktor Yang MempengaruhimMinat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat di Nurul Hayat Cabang Jember*, (Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam Vol. 8 No.2 2017), h. 174

⁷ Saputra Andika, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Donatur Dompot Dhuafa Riau*, (Jurnal Dakwah Risalah Vol. 31 No. 1 Juni 2020), h. 70

⁸ Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 525

Sutomo bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan muzakki dan kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas muzakki⁹.

Dari penjelasan di atas dapat diperoleh gambaran bahwa pemberian kualitas pelayanan jasa yang tidak sesuai dengan keinginan donatur dapat berpengaruh pada semakin berkurangnya donatur karena akan menciptakan ketidakpuasan pada loyalitas donatur.

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul —*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Donatur Dalam Membayar Zakat Infaq dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa di Kota Medan*‖

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Tingkat loyalitas donatur terbilang masih rendah dimana berkurangnya data donatur lama yang menyalurkan zakatnya pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa
2. Keraguan atau kurangnya kepercayaan muzakki/donatur menyalurkan zakatnya pada Lembaga Amil Zakat
3. Kurangnya kualitas pelayanan pada lembaga amil zakat Dompot Dhuafa di Kota Medan pada Donatur yang menyalurkan zakatnya di lembaga amil zakat tersebut
4. Pelayanan dari pekerja kurang cepat dan tanggap

C. Batasan Masalah

Untuk mengetahui lebih jelasnya masalah yang akan di teliti mempertimbangan keterbaasan yang ada dalam peneliti. Maka dibuat suatu batasan yang bertujuan untuk menghindari kekeliruan dalam menafsirkan judul

⁹ Sutomo, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Kepuasan Loyalitas Muzakki*, (Jurnal Aplikasi dan Bisnis Manajemen Vol. 3 No.1, 2017)

penelitian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti mengambil bagian terpenting dalam mengkaji pengaruh Kepuasan Pelanggan (X1), Kepercayaan (X2) Kualitas Pelayanan (X3) dan Loyalitas Donatur (Y).

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas donatur dalam membayar zakat, infaq dan sedekah ?
- 2) Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas donatur dalam membayar zakat, infaq dan sedekah ?
- 3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas donatur dalam membayar zakat, infaq dan sedekah ?
- 4) Apakah kepuasan pelanggan, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas donatur dalam membayar zakat, infaq dan sedekah ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kepuasan pelanggan, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas donatur dalam membayar Zis pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa di Kota Medan

b. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain yaitu :

- 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi sarana mengaplikasikan ilmu yang selama ini diperoleh serta sebagai pengembangan ilmu khususnya di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

- 2) Bagi Universitas

Sebagai referensi yang manfaatnya dapat memberikan pertimbangan dan memberikan kontribusi dalam penelitian pada masa yang akan datang.

3) Bagi Mahasiswa

Sebagai wacana dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap loyalitas donatur dalam membayar ZIS pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa di Kota Medan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN