

Pengaruh Tingkat Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Donatur Dompot Peduli Umat Daarut Tauhiid Palembang

Angga Putra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

Email: anggaputra_uin@radenfatah.ac.id

Abstrak

Kepuasan donatur adalah tolok ukur, apakah sebuah pelayanan yang diberikaan sebuah instansi sudah berjalan dengan semestinya atau perlu perbaikan lebih lanjut. Kepuasan pengguna jasa adalah perasaan senang atau kecewa prngguna jasa yag muncul setelah membandingkan persepsi yang mereka dengan harapam mereka. Pelayanan dirasa memuaskan apabilla pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pengguna jasa. Sebaliknya pelayanan dirasa kurang memuaskan apabila pelayanan yang diterima dibawah harapan pengguna jasa.

Kata Kunci: Pelayanan, Kepuasan Donatur

Kemiskinan merupakan masalah sosial yang senantiasa hadir di tengah-tengah masyarakat, khususnya di negara-negara berkembang. Kemiskinan senantiasa menarik bagi berbagai kalangan, baik para akademisi maupun para praktisi. Berbagai teori, konsep dan pendekatan pun terus menerus dikembangkan untuk menjawab persoalan kemiskinan ini. Di Indonesia, masalah kemiskinan merupakan masalah sosial yang senantiasa relevan untuk dikaji terus menerus. Bukan saja karena masalah kemiskinan telah ada sejak lama dan masih hadir di Indonesia saat ini, melainkan kini gejalanya semakin meningkat sejalan dengan krisis multi dimensional yang masih dihadapi oleh bangsa Indonesia.

Sepanjang tahun 2001 sampai sekarang merupakan era kebangkitan baru perekonomian Indonesia yaitu dengan kehadiran Badan Amil Zakat (BAZ) serta Lembaga Amil Zakat (LAZ) nasional yang secara hukum di sahkan oleh pemerintah melalui Undang-undang No.38 tahun 1999. Peran Badan Amil zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kaum dhuafa sangat signifikan, terbukti dengan tumbuhnya pengelolaan zakat dengan pola distribusi pada arah pengembangan produktivitas mustahik.

Zakat adalah ibadah yang terdapat dalam rukum islam yang ketiga. Menunaikan zakat merupakan kewajiban bagi umat islam yang mampu sesuai dengan syariat Islam. Zakat merupakan ibadah yang mempunyai dimensi dan fungsi sosial ekonomi atau juga merupakan solidaritas sosial, pernyataan rasa kemanusiaan dan keadilan, pembuktian persaudaraan Islam, pengikat persatuan umat dan bangsa, sebagai penghilang jurang pemisah antara golongan yang kuat dengan golongan yang lemah (Soemitra, 2009: 403).

Disebutkan juga pula tujuan dari pengelolaan zakat bagi organisasi zakat berdasarkan peraturan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 adalah meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan, dengan memberikan sistem tata kelola yang baik berupa transparansi, akuntabilitas dan bersih, sudah pasti akan memberikan dampak positif bagi *mustahiq*, *muzakki* serta organisasi zakat itu sendiri.

Zakat merupakan solusi terbaik dalam membangun ekonomi kaum dhuafa, hal itu dikarenakan zakat adalah sumber dana yang tidak akan pernah kering dan habis. Artinya, selama umat Islam memiliki kesadaran untuk berzakat dan selama dana zakat tersebut mampu dikelola dengan baik, maka dana zakat akan selalu ada dan bermanfaat untuk kepentingan dan kemaslahatan masyarakat.

Zakat sebagai salah satu kewajiban seorang mukmin yang telah ditentukan oleh Allah tentunya mempunyai tujuan, hikmah dan faedah seperti kewajiban yang lain, diantara hikmah tersebut tercermin dari urgensinya yang dapat memperbaiki kondisi masyarakat, baik dari aspek moral maupun materil. Sedangkan menurut Didin Hafidhuddin lima hikmah dan manfaat zakat yaitu, *pertama*, sebagai perwujudan keimanan kepada Allah swt. *Kedua*, berfungsi untuk menolong dan membantu dan membina terutama fakir miskin ke arah kehidupan yang lebih baik. *Ketiga*, sebagai pilar agama bersama (*jama'i*) antara orang kaya yang berkecukupan hidupnya dan para mujahid yang seluruh waktunya berjihad di jalan Allah swt. *Keempat*, sebagai salah satu sumber dana bagi pembangunan sarana dan prasarana yang harus dimiliki umat islam. *Kelima*, untuk memasyarakatkan etika bisnis yang benar (Hafidhuddin, 2002: 10-11).

Oleh karena itu, lembaga amal zakat hadir untuk ikut berpartisipasi sebagai media yang mampu menyalurkan dana-dana zakat dari masyarakat untuk kemudian didistribusikan sesuai dengan ketentuan-ketentuan islam bagi mereka yang berhak menerima dana tersebut. Saat ini lembaga Amil Zakat tumbuh dan berkembang pesat, salah satunya Dompel Peduli Umat Daarut Tauhid. Salah satu upaya menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat dilakukan adalah mengembangkan pelayanan donatur yang baik. Pelayanan donatur bukan sekedar keunggulan kompetitif, pelayanan donatur adalah ujung tombak yang membuat suatu lembaga zakat mendapatkan citra yang baik di mata para donatur.

Pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada donatur dapat menentukan laju pertumbuhan suatu lembaga zakat. Guna menanggapi peningkatan dana Zakat, Infaq dan shadaqah lembaga zakat kini bersaing dalam melayani donatur.

Pelayanan dan dana yang didapat ibarat dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan. Pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap pertumbuhan dan berkorelasi dengan hasil yang akan didapat sebuah lembaga zakat. Artinya, pelayanan yang baik akan menciptakan suasana kesinambungan (<http://purwantohadi.multiply.com/>).

Pelayanan yang berkualitas akan berpengaruh terhadap kepuasan donatur. Tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Kepuasan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler dan Kevin Lane Kotler, 1999: 42).

Jika sebuah lembaga zakat menginginkan laju pertumbuhan yang baik, lembaga tersebut harus mendapatkan donatur yang prospeknya bagus. Tentunya donatur membutuhkan tingkat pelayanan yang lebih komplit. Berikut ini merupakan hasil peringkat mutu pelayanan lembaga zakat di Indonesia:

Tabel 1: Peringkat Lembaga Amil Zakat (LAZ) Indonesia

No	Lembaga Amil zakat	Aspek Penilaian			Index
		Kepercayaan	Pelayanan	Rekomendasi	
1	Rumah Zakat	7,50	7,65	7,45	7,53
2	Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid	7,55	7,42	7,35	7,44
3	Bpzis Bank Mandiri	7,46	7,44	7,26	7,38
4	Yayasan Dana Sosial Al-Falah	7,33	7,32	7,44	7,37
5	Dompot Dhuafa	7,33	7,37	7,28	7,33
6	Baitul Maal bank BRI	7,31	7,17	7,23	7,24
7	Rumah Yatim	7,19	7,35	7,16	7,23
8	Al-Azhar peduli Umat	7,32	7,09	7,05	7,15
9	Bazis DKI Jakarta	7,08	7,12	7,10	7,10
10	Baznas	6,68	6,65	6,58	6,64

Sumber: <http://www.google.co.id/peringkat+pelayanan+lembaga=zakat+do+indonesia>

Tabel di atas menempatkan Dompot Peduli Umat sebagai lembaga yang memiliki tingkat pelayanan yang terbaik. Dari survey ini, terlihat jelas bahwa pelayanan merupakan faktor penting yang harus dimiliki oleh suatu lembaga zakat. Akan tetapi, pelayanan seringkali dianggap sepele oleh beberapa pihak. Padahal tanpa disadari bahwa ada pihak-pihak yang merasa dirugikan oleh karena perilaku pelayanan dari pihak lain.

Metode Penelitian

Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data tingkat pelayanan karyawan dan tingkat kepuasan donatur kemudian mengambil kesimpulan dari hasil analisis data-data tersebut.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian adalah Kencleng Kantor DPU-DT (35); Kencleng Bunda Kamiliyah (90); Kencleng Bunda Ninit (133); Kencleng Garuda Ekspres Domestic (11); Kencleng Masjid Al-Aqoba (76); Kencleng Masjid Taqwa (64); Kencleng SMA Kusuma Bangsa (524); dan Kencleng PLN (21).

Sedangkan yang menjadi sampel adalah Kencleng Kantor DPU-DT sebanyak 21 dan Kencleng Masjid Al-Aqoba (29).

Metode dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan jalan mencatat atau meneliti sebagian kecil saja dari seluruh eemen yang menjadi objek observasi. Kemudian, dalam pengambilan sampel menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi dan kuisioner.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 2: Variabel Pelayanan

Pertanyaan	Jawaban					Total Jawaban	Total Responden	Rata-Rata
	1	2	3	4	5			
Item 1	0	2	9	22	17	204	50	4,08
Item 2	1	1	8	24	16	203	50	4,06
Item 3	1	2	7	20	20	206	50	4,12
Item 4	0	2	9	22	17	204	50	4,08
Item 5	0	1	6	25	18	210	50	4,2
Item 6	0	1	6	24	19	211	50	4,22
Item 7	1	1	8	24	16	203	50	4,06
Item 8	0	1	8	18	23	213	50	4,26
Item 9	0	1	10	21	18	206	50	4,12
Item 10	0	1	13	18	18	227	50	4,54
Item 11	0	2	6	31	11	201	50	4,02
Item 12	0	1	14	18	17	225	50	4,5
Item 13	0	0	11	25	14	203	50	4,06
Item 14	0	2	14	15	19	211	50	4,22
Item 15	0	2	9	25	14	201	50	4,02
Item 16	0	3	6	20	21	209	50	4,18

Rata-Rata Jawaban Responden	4,17
-----------------------------	------

Berdasarkan tabel diatas diketahui secara umum nilai rata-rata jawaban responden untuk variabel pelayanan sebesar 4,17. Hal ini berarti responden merasa setuju akan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Dompel Peduli Umat Daarut Tauhiid Palembang sudah baik.

Kemudian untuk variabel kepuasan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3: Variabel Kepuasan

Pertanyaan	Jawaban					Total Jawaban	Total Responden	Rata-Rata
	1	2	3	4	5			
Item 1	0	1	6	24	19	211	50	4,22
Item 2	0	0	17	20	13	196	50	3,92
Item 3	0	5	4	24	17	203	50	4,06
Item 4	1	1	8	17	23	210	50	4,2
Rata-Rata Jawaban Responden								4,1

Berdasarkan tabel diatas diketahui secara umum nilai rata-rata jawaban responden untuk variabel kepuasan sebesar 4,1. Hal ini menunjukkan bahwa donatur merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh Dompel Peduli Umat Daarut Tauhiid Palembang. Sehingga dapat dikatakan bahwa donatur Dompel Peduli Umat Daarut Tauhiid Palembang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Dengan menganalisis variabel- variabel uji dapat diketahui adanya pengaruh pelayanan karyawan terhadap tingkat kepuasan donatur Dompel Peduli Daarut Tauhiid Palembang. Hal ini didukung dengan hasil pengujian hipotesis yang menyatakan ada yang pengaruh signifikan pelayanan terhadap kepuasan donatur Dompel Peduli Umat Daarut Tauhiid.

Selanjutnya, setelah dilakukan perhitungan untuk tabel 4.17, diketahui secara umum nilai rata-rata jawaban responden untuk variabel pelayanan sebesar 4,17. Hal ini berarti responden merasa setuju akan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Dompel Peduli Umat Daarut Tauhiid Palembang, sehingga dapat dikatakan bahwa pelayanan karyawan Dompel Peduli Umat Daarut Tauhiid Palembang sudah baik.

Sedangkan hasil dari tabel 4.18 diketahui nilai rata-rata jawaban responden untuk variabel kepuasan sebesar 4,1. Hal ini menunjukkan bahwa donatur merasa setuju akan pelayanan yang diberikan oleh Dompel Peduli Umat Daarut Tauhiid Palembang. Dasar pengambilan keputusan dalam mengklasifikasikan baik atau tidaknya berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

1,00 – 1,80	Sangat Tidak Puas
1,81 – 2,50	Tidak Puas
2,51 – 3,50	Cukup Puas
3,51 – 4,1	Puas
4,2 – 5,00	Sangat Puas

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa tingkat pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan donatur Dompel Peduli Umat Daarut Tauhiid Cabang Palembang. hal ini dapat dilihat dari nilai R square sebesar 0,560 artinya variabel independen mampu menerangkan variabel dependen sebesar 56,0% sedangkan sisanya ($100\% - 56,0\% = 44\%$) diterangkan oleh variabel lain selain *responsiveness* dan *tangibles*. Dari hasil uji f diketahui bahwa nilai F hitung yang diperoleh adalah 61.003 dengan nilai signifikansi 0.0000. karena nilai signifikansi < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel *independen* (pelayanan) layak untuk menjelaskan variabel *dependen* (kepuasan donatur) yang dianalisis.

Daftar Pustaka

Hafidhuddin, Didin. (2002). *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press.

<http://dpu-daaruttauhiid.org>

<http://purwanto Hadi.multiply.com>

<http://www.google.co.id/peringkat+pelayanan+lembaga=zakat+do+indonesia>

Philip Kotler, Kevin Lane Kotler. (1999). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Penerjemah Drs. Jakawasana, Jakarta: Erlangga.

Soemitra, Andi. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.

