

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Problematika kemiskinan menjadi sebuah isu yang perlu diselesaikan. Menurut Soerjono Soekanto, kemiskinan diartikan sebagai suatu keadaan di mana seseorang tidak sanggup memelihara dirinya sendiri sesuai taraf kehidupan kelompok dan juga tidak mampu memanfaatkan tenaga mental maupun fisiknya dalam kelompok tersebut (Soerjono Soekanto,1990:406). Problematika kemiskinan itu akan kian pelik ketika beban sosial menjadi masalah sosial. Masalah sosial dapat meliputi tindakan kriminalitas yang marak sebagai efek seseorang yang terjerat didalamnya karena tidak dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Secara psikologis, seseorang yang memiliki status sosial miskin mampu untuk melakukan tindakan bunuh diri sebagai jalan dan upaya ekstrim apabila telah putus asa. Sebagai contoh bunuh diri yang dilakukan oleh seorang ibu dan anaknya di Jakarta (<http://www.detik.com/>).

Salah satu solusi dalam upaya pengentasan kemiskinan dapat berasal dari kesadaran internal yang ada dalam individu yang kemudian dikolaborasikan dengan adanya pemahaman agama. Hal ini dikarenakan kehadiran agama dalam sendi kehidupan menarik dikaji ketika muncul sebuah persepsi bahwa agama kini tidak lagi dipahami sebagai sebuah gejala doktrinasi yang memberikan dimensi supernatural. Agama juga telah

bertransformasi dalam sebuah bentuk kepedulian sosial yang memberikan amanah dalam memberikan pelayanan kepada sesama. Dimensi dan implikasi kehidupan beragama juga telah bergeser dari pengertian yang merujuk kepada tingkat kesalehan. Kini, agama juga telah memasuki ranah kehidupan berekonomi, sosial, maupun politik (Latief,2013:1).

Dalam agama islam, salah satu dimensi sosial itu terlihat dari adanya sistem zakat yang selain memiliki orientasi vertikal kepada sang pencipta dengan memberikan pahala ia juga memberikan orientasi yang horisontal kepada sesama. Kewajiban zakat memberikan dampak sosial kepada sesama dalam mengentaskan kemiskinan dan memberikan anjuran stimulatif bahwa zakat yang dikeluarkan akan memberikan gagasan yang mendekatkan antara golongan manusia agar kesenjangan yang ada dalam masyarakat dapat berkurang (Afzalurrahman,1996:76).

Kesadaran itulah yang kemudian diwujudkan dalam sebuah kelembagaan yang terorganisir dalam memberikan jembatan yang menghubungkan kaum berpunya dengan kaum yang secara keadaan ekonomi tidak sebaik yang dimiliki oleh mereka (Dawam Raharjo, 2012:5). Diatas semua itu, mereka yang memiliki kekuatan besar dalam mengeksplorasi sumber daya ekonomi yang ada dalam masyarakat ini ternyata merupakan orang-orang yang memiliki kehausan dalam menjalin hubungan sosial dengan memanfaatkan kelembagaan. Kelembagaan ini kemudian tumbuh subur sebagai sebuah gerakan filantropi yang dalam perjalanannya memberikan alternatif dalam menanggulangi kemiskinan yang penyelesaiannya oleh negara

mendapatkan kritik yang tajam (Zaenal Abidin,2012:1). Kendati kini telah muncul lembaga-lembaga zakat baik yang dikelola oleh pemerintah baik berupa BAZ maupun oleh lembaga zakat milik masyarakat dalam bentuk LAZ, kemiskinan yang ada di Indonesia masih tetap tinggi dan justru mengalami kenaikan. Dari tahun 2014-2015, kemiskinan yang ada di Indonesia mengalami kenaikan yang dapat dilihat dari data berikut:

Tabel 1.1 jumlah penduduk miskin

tahun	2014	2015
jumlah	28,28 Juta	28,59 Juta

Sumber : BPS.go.id, 2016

Di Indonesia, terdapat 15 Lembaga Amil Zakat yang diberikan wewenang dalam pengumpulan dana zakat, berdasarkan Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor per-33/PJ/2011. Lembaga-lembaga zakat tersebut merupakan lembaga pengelola zakat yang berdiri sebagai lembaga yang bersifat otonomi dan memiliki kewenangan dalam mengelola zakat yang dimiliki secara mandiri dan independen. Berikut ini dipaparkan data lembaga zakat yang ada di Indonesia dan yang berperan dalam melakukan manajemen pengelolaan zakat.

Tabel 1.2 Jumlah Lembaga Amil Zakat (LAZ) di Indonesia

No	Nama LAZ	Peraturan Pemerintah
1.	Domet Dhuafa Republika	Keputusan Menteri Agama Nomor 439 tahun 2001 tanggal 8 Oktober 2001
2.	Yayasan Amanah Takaful	Keputusan Menteri Agama Nomor 440 tahun 2001 tanggal 8 Oktober 2001
3.	Pos Keadilan Peduli Umat	Keputusan Menteri Agama Nomor 441 tahun 2001 tanggal 8 Oktober 2001

4.	Yayasan Baitulmaal Muamalat	Keputusan Menteri Agama Nomor 481 tahun 2001 tanggal 7 Nopember 2001
5.	Yayasan Dana Sosial Al Falah	Keputusan Menteri Agama Nomor 523 tahun 2001 tanggal 10 Desember 2001
6.	Baitul Maal Hidayatullah	Keputusan Menteri Agama Nomor 538 tahun 2001 tanggal 27 Desember 2001
7.	Persatuan Islam	Keputusan Menteri Agama Nomor 552 tahun 2001 tanggal 31 Desember 2001
8.	Yayasan Baitul Maal Umat Islam PT Bank Negara Indonesia (Persero) tbk	Keputusan Menteri Agama Nomor 330 tahun 2002 tanggal 20 Juni 2002
9.	Yayasan Bangun Sejahtera Mitra Umat	Keputusan Menteri Agama Nomor 406 tahun 2002 tanggal 7 September 2002
10.	Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia	Keputusan Menteri Agama Nomor 407 tahun 2002 tanggal 17 September 2002
11.	Yayasan Baitul Maal Bank Rakyat Indonesia	Keputusan Menteri Agama Nomor 445 tahun 2002 tanggal 6 Nopember 2002
12.	Baitul Maal wat Tamwil	Keputusan Menteri Agama Nomor 468 tahun 2002 tanggal 28 Nopember 2002
13.	Baituzzakah Pertamina	Keputusan Menteri Agama Nomor 313 tahun 2004 tanggal 24 Mei 2004
14.	Dompot Peduli Umat Daruut Tauhiid (DPUDT)	Keputusan Menteri Agama Nomor 410 tahun 2004 tanggal 13 Oktober 2004
15.	Yayasan Rumah Zakat Indonesia	Keputusan Menteri Agama Nomor 42 tahun 2007 tanggal 7 Mei 2007

Sumber : diolah dari Peraturan Direktur Jendral Pajak No Per-33/PJ/2011 tanggal 11 Nopember 2011

Seiring berkembangnya globalisasi dan adanya pertumbuhan lembaga filantropi yang menjamur tersebut, timbul berbagai permasalahan yang umumnya dijumpai dalam lembaga filantropi dan seringkali hal ini dianggap sebagai penyebab tidak berhasilnya lembaga filantropi dalam menyelesaikan problema kemiskinan. Permasalahan tersebut diantaranya adalah kurang profesionalnya SDM pengelola zakat, tidak tepatnya sasaran pendistribusian zakat serta tidak jarang timbul persaingan yang tidak sehat oleh lembaga tersebut dalam melakukan aktifitas

pengelolaan zakat. Selain itu, dalam masyarakat timbul stigma mengenai kredibilitas dan transparansi lembaga zakat yang dinyatakan tidak baik dan menyebabkan masyarakat enggan untuk menyalurkan dana zakat kepada lembaga zakat. Sehingga solusi yang saat ini dilakukan oleh lembaga zakat untuk menyelesaikannya adalah dengan reformasi yang ada dalam lembaga filantropi guna memperbaiki berbagai hal yang telah disebutkan sebelumnya (Anonim,2008 dalam Eka,2015:47).

Salah satu LAZ tersebut adalah dompet dhuafa yang secara aktif melakukan kegiatan pengelolaan zakat. Dalam kiprahnya, dompet dhuafa tentu saja akan selalu berupaya dalam menarik donatur dalam jumlah yang besar agar senantiasa mendapatkan dana yang besar di samping bersaing dengan lembaga zakat yang lain. Sungguhpun demikian, bagi sebuah lembaga filantropi penggalangan dana yang besar akan memungkinkan lembaga yang bersangkutan melaksanakan program-program yang telah direncanakan dalam upaya pengentasan kemiskinan, mengembangkan organisasi filantropinya agar lebih efektif. Dana bagi lembaga filantropi juga sangat penting untuk memperkuat posisi tawar, menciptakan organisasi yang efektif dan kokoh yang mampu hidup dari tahun ke tahun. Sehingga, Lembaga filantropi akan berdiri dengan kokoh apabila mampu menciptakan donor yang aktif dalam jangka panjang (Maris, 2002: 2 dalam Dian, 2005:18).

Dalam konsepsi manajemen, salah satu sarana agar memenangkan persaingan ialah perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada para pelanggan, maupun calon pelanggan baru misalnya dengan memberikan suatu produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya. Perusahaan yang memberikan pelayanan

bermutu, akan mendapatkan keunggulan. Mutu dapat dilihat dari kesenjangan yang diharapkan oleh penerima pelayanan tetapi dalam realisasinya terjadi gap yang membatasinya ketika gap yang ada tersebut diminimalisir maka terjadi peningkatan mutu pelayanan. Dengan demikian, peningkatan mutu pelayanan yang dilakukan memiliki implikasi bahwasannya perusahaan mampu untuk mencapai tujuan yang diharapkan ditengah persaingan yang ketat (J.Supranto M.A,1997:01 dalam Dodik,2008:23).

Kesenjangan-kesenjangan yang ada dalam penyampaian jasa terdapat dalam berbagai keadaan, termasuk pihak manajemen yang tidak selalu merasakan dengan tepat apa yang diinginkan atau bagaimana penilaian konsumen terhadap komponen pelayanan, kesenjangan antara pandangan/persepsi manajemen dan spesifikasi mutu pelayanan. Pihak manajemen mungkin saja belum atau tidak menetapkan suatu standar kualitas yang jelas/ada tetapi tidak realistis, kesenjangan antara mutu pelayanan dan sajian/penyampaian pelayanan (*service delivery*). Ada pula faktor yang mempengaruhi sajian pelayanan, diantaranya mungkin karyawan yang kurang terlatih/bekerja melebihi kapasitasnya, kondisi mental yang rendah, peralatan yang rusak. Bisa pula dilihat dari kesenjangan antara penyajian pelayanan dan komunikasi eksternal, harapan pelanggan yang dipengaruhi oleh janji yang muluk dari perusahaan melalui iklan-iklan tetapi kenyataannya tidak ditemukan janji-janji tersebut (J.Supranto M.A,1997:01 dalam Dodik,2008:21). Konsepsi mutu pelayanan juga berfungsi untuk mendapatkan perspektif mengenai bagaimana proses bisnis yang sedang berlangsung, serta apakah perlu adanya perbaikan (J.Supranto M.A,1997:01 dalam Dodik,2008:21). Diharapkan dengan adanya perbaikan peningkatan mutu

pelayanan maka akan terjadi peningkatan penerimaan dana zakat yang lebih besar daripada sebelumnya ketika potensi penerimaan zakat yang begitu besar namun masih belum tergal.

Potensi zakat yang terkumpul di Indonesia tergolong tinggi. Jumlah penduduk Muslim yang besar memberikan peluang penerimaan zakat yang besar dari para muzakki, menurut kajian yang dilakukan oleh FEUI (2011) potensi zakat yang ada di Indonesia mencapai 200 triliun tetapi realisasi yang dapat dicapai pada bulan september 2012 baru mencapai 2,9 triliun (Laporan keuangan BAZNAS). Sehingga, upaya yang dilakukan dalam menarik muzakki atau donatur agar dapat berzakat dan tetap loyal masih mungkin untuk dilakukan. Hal ini juga dapat diperkuat dengan adanya fakta bahwa di Indonesia, agama islam merupakan agama yang mayoritas dipeluk oleh penduduknya. Hingga tahun 2010 jumlah penduduk muslim mencapai lebih dari 200 juta jiwa. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3 Jumlah dan Persentase Penduduk menurut agama yang dianut tahun 2010:

Agama	Jumlah Penduduk
Islam	207.176.162
Kristen	16.528.513
Katolik	6.907.873
Hindu	4.012.116
Budha	1.703.254

Sumber: bps.go.id.2016

Peneliti tertarik untuk memilih Dompot Dhuafa dikarenakan belum adanya penelitian ini di lembaga Dompot Dhuafa. Untuk itulah dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “**Model Peningkatan Mutu Pelayanan Lembaga Filantropi Islam Terhadap Donatur (Studi Kasus Dompot Dhuafa cabang Yogyakarta)**”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Standar Mutu Pelayanan Lembaga Filantropi Islam Terhadap Donatur Dompot Dhuafa Yogyakarta ?
2. Bagaimana Proses dan Dampak Peningkatan Mutu Pelayanan Terhadap Donatur dan Pegawai Dompot Dhuafa Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Standar Mutu Pelayanan lembaga filantropi Islam Donatur Dompot Dhuafa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui Proses Peningkatan Mutu Pelayanan dan Dampaknya Terhadap Donatur dan Pegawai Dompot Dhuafa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti ingin menjadikan penelitian ini sebagai bahan untuk menambah pengetahuan di bidang ekonomi islam yang salah satu perwujudannya dijumpai dalam kelembagaan yang secara khusus berada dalam lembaga zakat atau yang dewasa ini dikenal sebagai lembaga filantropi. Penelitian ini diharapkan memberikan

sumbangsih melalui kajian yang secara khusus mengeksplorasi tentang aspek pelayanan. Peneliti juga berharap penelitian ini bisa digunakan untuk bahan referensi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis :

- a. Bagi Masyarakat, penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh masyarakat terkait dengan aspek pelayanan dalam pengembangan institusi zakat
- b. Bagi peneliti, dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan ilmu mengenai pelayanan lembaga filantropi

E. Tinjauan Pustaka

1. Fitria Fardiana dan Patdono Suwigno (2006) dari Institut Sepuluh November Surabaya yang berjudul Peningkatan Kualitas Pelayanan pada MMT-ITS dengan Menggunakan Integrasi Servqual, Kano dan QFD. penelitian ini berupaya menelaah masalah kualitas jasa yang diterapkan pada lembaga pendidikan tinggi dengan menggunakan integrasi SERVQUAL, model Kano dan Quality Function Deployment (QFD). Pendekatan ini bertujuan untuk membantu suatu organisasi/lembaga untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan mereka dengan mengidentifikasi atribut-atribut attractive dan memberlakukannya untuk pelayanan di masa mendatang. Hasil penelitian menunjukkan adanya 30 karakteristik rekomendasi perbaikan dan terdapat 6 karakteristik yang memiliki

nilai absolut terbesar yaitu penjadwalan pemberian hand out, penambahan akses internet, penambahan koleksi buku dipergustakaan, pengawasan dan pengaturan kelengkapan hand out, penambahankomputer khusus katalog dan pembuatan daftar katalog dan tesis.

2. Ajeng Utami,dkk (2013) dari Universitas Diponegoro dengan judul Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan KA Kaligung Mas. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan penumpang KA Kaligung Mas Sampel penelitian diambil 100 responden dan teknik sampling pertama yaitu accidental Sampling lalu dilakukan purposive sampling. Skala pengukuran menggunakan skala Likert. Pada analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji regresi berganda dengan bantuan program PASW 18.00. hasil penelitian secara simultan menunjukkan variabel Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 43,3%. Hal ini berarti semakin baik Kualitas Pelayanan serta Nilai Pelanggan yang tinggi, maka dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

3. Ardian Seta Buana (2011) Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Swalayan Mirota Godean di Yogyakarta dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh persepsi dimensi kualitas layanan terhadap loyalitas di swalayan mirota Godean. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen swalayan mirota godean secara serentak.
4. Wisnu Tri Kuncara (2011) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Markaz Swalayan Yogyakarta dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang Markaz Swalayan Yogyakarta. Pengujian menggunakan MRA menunjukkan pengaruh kualitas layanan terhadap niat pembelian ulang pada Markaz Swalayan Yogyakarta dimoderasi oleh kepuasan pelanggan.
5. Feri Fajar Feronika, Analisis Komparatif Tingkat Kualitas Pelayanan Untuk Muzakki Antara Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Yogyakarta Dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU)

Cabang Yogyakarta dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan penilaian Muzakki terhadap kualitas pelayanan pada aspek keandalan, daya tangkap, jaminan, empati, dan bukti fisik dari BAZNAS Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini, Feri Fajar Feronika menggunakan metode kuantitatif dengan metode Uji T untuk mengetahui adanya perbedaan signifikan diantara varian yang menjadi item pelayanan.

Tabel 1.4 Perbedaan Penelitian

Penelitian	Karakteristik Penelitian	Beda penelitian yang akan dilakukan
Fitria Fardiana dan Patdono Suwigno berjudul Peningkatan Kualitas Pelayanan pada MMT-ITS dengan Menggunakan Integrasi Servqual, Kano dan QFD.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengkombinasikan 3 dimensi pelayanan SERVQUAL, QFD, dan Model Kano	Objek, Adanya kajian Substansi Standar Mutu pelayanan yang dilakukan, dan hanya menggunakan dimensi SERVQUAL

<p>Ajeng Utami,dkk berjudul Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang).</p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mengukur dimensi dan Nilai-nilai pelanggan SERVQUAL terhadap kepuasan pelanggan.</p>	<p>Metode, Objek, Adanya kajian Substansi Standar Mutu pelayanan yang dilakukan, Tidak adanya dimensi nilai-nilai pelanggan</p>
<p>Ardian Seta Buana berjudul Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Swalayan Mirota Godean di Yogyakarta</p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang membuktikan dimensi SEVQUAL terhadap loyalitas konsumen</p>	<p>Metode penelitian, Objek, Tidak adanya ukuran loyalitas, adanya dimensi Standar Mutu Pelayanan</p>
<p>Feri Fajar Feronika, Analisis Komparatif Tingkat Kualitas</p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian perbandingan</p>	<p>Metode, Objek, Adanya dimensi Standar Mutu</p>

Pelayanan Untuk Muzakki Antara Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Yogyakarta Dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.	pelayanan dengan menggunakan dimensi SERVQUAL dengan muzakki sebagai pokok uji coba menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisa One Sample T Test	Pelayanan
---	--	-----------

Perbedaan penelitian ini terletak pada fokuseksplorasi Standar Mutu Pelayanan bagi lembaga Filantropi Islam dan proses peningkatan mutu pelayanan yang dilakukan oleh lembaga filantropi terhadap donatur. Dan sejauh yang peneliti ketahui belum ada penelitian yang mengkaji mengenai model peningkatan mutu pelayanan pada lembaga filantropi.

F. Kerangka Teori

1. Pengertian Filantropi

Filantropi merupakan proses dari pemahaman manusia dari sisi kemanusiaan. Filantropi dapat dipahami sebagai sebuah keadaan yang memberikan kepentingan bagi orang lain. Filantropi berasal dari bahasa latin “Philo” dan “Anthropos”, yang berarti cinta kepada manusia. Filantropi adalah kepedulian seseorang atau

kelompok orang kepada orang lain berdasarkan kecintaan kepada sesama manusia. Filantropi dapat diekspresikan dengan menolong orang-orang yang membutuhkan. Sedangkan dalam filantropi Islam secara normatif sudah terumuskan dalam berbagai sumber keislaman terutama dari Alquran, dan Hadis. Setidaknya, terdapat dua jenis bentuk kedermawanan yang berkembang dalam syariat Islam, yaitu kedermawanan yang bersifat wajib bagi individu Muslim dalam bentuk pembayaran zakat dan kedermawanan yang tidak wajib, tetapi setiap Muslim dianjurkan untuk menunaikannya, seperti melaksanakan infak, sedekah, dan wakaf (Latief, 2010:52).

Transformasi pembayaran zakat langsung yang pada mulanya dikelola secara tradisional kini telah berubah menjadi semakin profesional. Transformasi ini dapat dilihat dari adanya salah satu figur KH Ahmad Dahlan yang dengan pandangan majunya mendirikan institusi yang berkemajuan apabila diperbandingkan dengan masanya yang dikenal dalam wadah Penolong Kesengsaraan Oemat (PKO) atas dasar teologi Al-Maunnya. Dalam era reformasi yang lebih modern, masyarakat mulai sadar dengan pengelolaan zakat sebagai karakteristik alternatif pengelolaan zakat dengan munculnya perusahaan dengan membentuk baitulmaal meliputi LAZ dan BAZ (Bamualimin dan Abubakar, 2005:20-21) dalam (Dian, 2015:13).

Dalam sejarah filantropi, ada tiga arus utama yang harus mempengaruhi kegiatan filantropi sehingga mencapai bentuknya pada masa sekarang. Tiga arus utama ini meliputi filantropi tradisional, kemunculan dan perkembangan organisasi masyarakat sipil (OMS), dan pembentukan filantropi dunia usaha dan organisasi penyanggah dana yang disebut dengan organisasi sumber daya masyarakat sipil (Fuad dan Abidin,2006:1 dalam Dian,2015:12). Sehingga secara harfiah, Lembaga Filantropi merupakan organisasi berbasis kerelawanan.Lembaga ini bergerak dalam berbagai bidang sesuai dengan Visi dan Misi yang telah ditetapkan seperti kesehatan, masalah sosial kemanusiaan, ekonomi produktif dan lain sebagainya (Latief,2010:511).

a. Jenis-jenis filantropi menurut sifatnya dapat dilihat sebagaimana berikut:

1) Filantropi Tradisional

Filantropi tradisional merupakan bentuk filantropi yang dalam prakteknya dilihat dengan kedermawanan yang tercermin dari kecintaan dan kepedulian seseorang. Kepedulian seseorang ini terlihat dari pemberian bantuan yang dilakukan dengan cara langsung secara personal dan bersifat *Charity* atau dalam jangka pendek.

2) Filantropi Keadilan Sosial

Filantropi jenis ini merupakan jenis filantropi yang memiliki praktek kegiatan yang dilakukan dengan memiliki tujuan menghentikan belenggu kemiskinan yang langgeng. Ia digerakkan oleh kesadaran dan keprofesionalan paham yang terwujud dari pemobilisasian sumber daya yang ada dalam masyarakat dan berupaya sekuat mungkin menghentikan kesenjangan yang ada. Filantropi ini secara tataran visinya memiliki pola membangun masyarakat yang selama ini memiliki keterbatasan pemenuhan sumber daya yang tidak adil dan ketidakmampuan karena faktor akses kekuasaan (Nur Kholis,dkk,2013:65).

Secara terperinci, Chaidar, memberikan paradigma mengenai sifat filantropi tersebut kedalam dimensi yang lebih spesifik (Chaidar,2005:3-5):

	Filantropi Tradisional	Filantropi Sosial	Keadilan
Motif	Individual	Kolektif, Kelembagaan	
Orientasi	Kebutuhan jangka Pendek (<i>Charity</i>)	Kebutuhan jangka Panjang	Jangka
Bentuk	Pelayanan sosial yang	Pelayanan sosial yang	

	diberikan secara langsung	mencoba	memberikan
		perubahan	secara
		struktural	
Dampak	Menghentikan	Menghapuskan	
	ketidakadilan.	ketidakadilan sosial dari	
		akar permasalahannya.	
Contoh	Memberikan	tempat	Advokasi
	tinggal bagi orang yang	undangan	Perundang-
	tuna wisma	merumuskan	dan
		perubahan pada sektor	kembali
		kebijakan publik	

b. Jenis-jenis Filantropi menurut kelembagaan

- 1) Organisasi filantropi yang memiliki domain dengan pemerintah. Di Indonesia, organisasi filantropi jenis ini umumnya merupakan organisasi yang keberadaannya terintegrasi dengan kementerian Agama Republik Indonesia.
- 2) Organisasi filantropi yang memiliki afiliasi dengan sektor swasta sebagai penyokong utama dan pada umumnya merupakan perusahaan-perusahaan dimana tujuannya tidak lain memberikan dan mencoba

mengakumulasi modal dalam upaya mengembangkan unit-unit yang bersifat profit.

- 3) Organisasi filantropi jenis ini keberadaannya terkesan hampir mirip dengan jenis organisasi sebelumnya, tetapi dalam aspek tujuannya, organisasi filantropi ini memiliki dasar yang bersifat non profit (Latief,2008).

2. Golongan Yang Wajib Membayar Zakat (Muzakki)

Muzakki merupakan golongan orang yang memiliki tanggung jawab dan kewajiban dalam membayar zakat. Muzakki memiliki kriteria dewasa berakal, islam memiliki kekeyaan yang telah mencapai batas tertentu (nishab). Seorang muzakki juga haruslah seorang yang merdeka artinya apabila seseorang yang keadaannya masih berada di bawah kekuasaan orang lain maka ia tidak termasuk sebagai orang yang memiliki kewajiban dalam membayar zakat. Dalam kajian yang kontemporer, muzakki yang ada termasuk sebagai sebuah lembaga (Isnawati Rais,2009:10).

3. Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler, dalam (Poltak,2014:4) pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Menurut Sampara dalam (Poltak,2014:5). Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Menurut KBBI, pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyugahi (orang) dengan makanan atau minuman;menyediakan keperluan orang;mengiyakan;menerima; menggunakan (KBBI,2001:781-782)

a. Kualitas Pelayanan

Menurut Albert dan Zamke dalam (Agus Dwiyanto,2008:140-141). Kualitas pelayanan merupakan gabungan dari berbagai unsur dan membentuk sebuah kualitas yang terdiri dari sistem pelayanan, SDM pemberi pelayanan, guna memobilisasi dan menciptakan strategi untuk memenangkan perusahaan dalam merebut pelanggan.

Kualitas pelayanan yang ada dalam perusahaan akan dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya kompetensi aparat, kualitas peralatan yang digunakan, serta budaya birokrasi. Kompetensi aparat dapat dilihat dari sudut pandang dimensi baik berupa tingkat pendidikan, tingkat training yang didapatkan, serta pengalaman yang didapatkan (Dwiyanto,2014:143).

b. Ukuran Kualitas Pelayanan Menurut Levine

Menurut Levine dalam (Dwiyanto,2014:144) kualitas pelayanan dapat diukur melalui kategori

- 1) *Responsivitas* yang merupakan keadaan yang dimiliki oleh SDM dalam memberikan ketanggapan pemberian harapan,keinginan,aspirasi maupun ketepatan yang ingin didapatkan
- 2) *Responsibility* merupakan ukuran yang digunakan oleh SDM dalam memberikan pelayanan sesuai dengan ekspektasi perusahaan. Ekspektasi itu merujuk kepada aturan-aturan dan birokrasi yang ditetapkan organisasi
- 3) *Accuntability* merupakan ukuran-ukuran yang ditetapkan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan agar sesuai norma maupun etika yang berkembang di dalam masyarakat.

c. Ukuran Kualitas Pelayanan Menurut Parasuraman

Menurut Parasuraman (1990:26), ukuran kualitas pelayanan yang dikatakan sebagai metode SERVQUAL dapat dilihat dari karakteristik diantaranya:

- a. *Tangibles* terdiri dari fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan fasilitas-fasilitaskomunikasi yang dimiliki oleh penyedia layanan.

- b. *Reliability* merupakan penyelenggaraan pelayanan yang dilakukan secara akurat.
 - c. *Responsiveness* adalah kerelaan untuk menolong penikmat pelayanan seikhlas mungkin.
 - d. *Kepastian* adalah pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para petugas penyedia layanan dalam memberikan kepercayaan kepada pengguna layanan.
 - e. *Empati* merupakan kemampuan memberi perhatian kepada pengguna layanan secara individu.
- d. Ukuran Pelayanan Menurut Kepmenpan

Menurut KepMenPan 81/1995, ukuran pelayanan publik dapat dilihat sebagaimana berikut:

- 1) *Kesederhanaan* yaitu prosedur atau tata cara pelayanan yang didesain agar mudah, lancar, cepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.
- 2) *Kejelasan dan kepastian* tentang tata cara, rincian biaya layanan dan cara pembayarannya, jadwal waktu penyelesaian, dan unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan umum.
- 3) *Keamanan* merupakan kepastian yang diberikan kepada pihak yang menerima pelayanan mencakup keamanan dan kenyamanan dan memberikan kepastian hukum

- 4) Keterbukaan merupakan pemberian informasi yang terbuka kepada pihak yang menerima layanan meliputi informasi tata cara pelayanan, persyaratan, waktu penyelesaian, biaya dan lain-lain
 - 5) Efisien merupakan persyaratan pelayanan yang hanya dibatasi dengan pencapaian sasaran pelayanan.
 - 6) Ekonomis merupakan pengenaan biaya yang diberikan oleh lembaga dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan secara wajar.
 - 7) Keadilan yang merata merupakan cakupan atau jangkauan pelayanan umum harus diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan adil.
 - 8) Ketepatan waktu, merupakan pelaksanaan pelayanan yang diberikan sesuai dan tepat waktu.
- e. Tujuan Pelayanan :
- 1) Transparansi, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
 - 2) Akuntabilitas, yakni pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- 3) Kondisional, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- 4) Partisipatif, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan penerima pelayanan.
- 5) Kesamaan hak, artinya pelayanan yang diberikan semestinya menjadikannya terlepas dari berbagai diskriminasi yang mencakup Agama, Ras, Keturunan, Suku, Status Sosial, maupun golongan tertentu.
- 6) Keseimbangan, artinya bahwa pelayanan yang diberikan memberikan keseimbangan antara pemberi dan penerima manfaat.

f. Proses Pelayanan

Secara ideal, proses pelayanan adalah tata cara yang berjalan sesuai alur dalam menyelesaikan permasalahan yang ada untuk dapat dinikmati oleh penerima pelayanan. Proses juga merupakan hubungan yang terjadi antara pemberi layanan dengan penerima layanan dalam tahapan-tahapan yang dijalani ini tentunya mensyaratkan sesuatu yang berlangsung tidak

berbelit-belit. Ia mencakup delapan kategori sebagaimana berikut:

- 1) *Engagement* tahap ini merupakan tahapan awal yang akan dijalani oleh calon penerima manfaat. Pada tahap ini ia akan mengungkapkan tujuan dari ia datang kepada petugas pelayanan. Setelah itu calon tersebut diberikan berbagai persyaratan yang harus dipenuhi untuk memecahkan masalah yang tengah ia hadapi.
- 2) *Intaketahap* ini merupakan tahap bagi calon penerima mafaat dimana ia mengutarakan permasalahan yang dihadapi dan berkaitan dengan masalah lainnya. Pada saat yang sama calon penerima manfaat ini juga memperoleh tugas dan kewajiban yang harus ia laksanakan.
- 3) *Contract* tahap ini merupakan tahap yang terjadi ketika antara calon penerima manfaat dan lembaga mencapai kesepakatan
- 4) *Assessment* tahap ini pada prinsipnya merupakan analisis dan pengumpulan data yang penting terkait informasi tentang calon penerima manfaat baik menyangkut lingkungan sosial, kepribadian sosial maupun interaksi yang calon klien lakukan dengannya.

- 5) *Planning* tahap ini merupakan tahap yang terlaksana setelah tahap Assesment dilakukan. Melalui tahap planning ini setiap potensi dan sumber daya yang dimiliki oleh penerima manfaat dapat diketahui sehingga pelaksanaan penyelesaian masalah dapat dilaksanakan.
- 6) *Intervention* tahap intervensi pada dasarnya merupakan tahapan dalam memecahkan masalah dimana ia mengacu kepada tahap planning yang telah disusun sebelumnya sehingga masalah yang dihadapi selesai sesuai harapan.
- 7) *Evaluation* tahap ini merupakan tahap dalam melakukan kroscek kembali terkait dengan pemecahan masalah yang sedang dilakukan. Apabila pemecahan masalah dirasa kurang maka tahap planning atau penyusunan rencana kembali dilakukan. Apabila tahap pemecahan masalah telah dirasakan kehasilannya maka, tahap selanjutnya dapat dilaksanakan
- 8) *Follow up* tahap ini merupakan tahapan yang dilakukan dengan memperkuat klien agar masalah yang dihadapi tidak menyimpannya kembali serta memberikan peningkatan edukasi perannya dalam ranah sosial (Sukoco,2000:17-18) dalam (Sumar,2011:30).

g. Kunci Sukses dalam Peningkatan Mutu Pelayanan

Menurut Usmara (2003) dalam menyatakan bahwa berdasarkan hasil dari beberapa studi mengenai mutu layanan menunjukkan bahwa diperlukan paling tidak sepuluh faktor kunci sukses dalam usaha meningkatkan kualitas layanan antara lain :

- 1) Mendengarkan suara penikmat pelayanan, Mendengarkan merupakan salah sebuah proses yang didalamnya terdapat berbagai kegunaan yang mencakup adanya upaya untuk memahami kebutuhan dan keluhan yang ingin disampaikan oleh penikmat pelayanan. Dengan adanya hal ini maka pihak yang memberikan pelayanan akan mendapatkan perspektif yang baik dalam pengambilan keputusan.
- 2) Memberikan pelayanan yang handal (Reliability) Dalam dimensi pelayanan telah dikenal dimensi SERVQUAL yang mencakup *reliability, tangible, responsiveness, assurance, dan empathy*. Diantara dimensi-dimensi tersebut, peningkatan dimensi *reliability* menjadi dimensi yang paling penting untuk ditingkatkan dikarenakan pelayanan yang handal dan akurat menjadi cerminan yang memberikan kesan mendalam bagi penikmat pelayanan. Janji yang disepakati tetapi tidak

dapat dibuktikan malahan hanya akan meimbulkan rasa kapok oleh penikmat pelayanan.

3) *Basic Service,*

Penikmat pelayanan yang ada dalam pelayanan ini mengingikan sebuah bukti nyata terkait aspek pemberian pelayanan yang mesti ditepati oleh pemberi layanan. Sehingga hal ini penting untuk dijadikan acuan dalam meningkatkan mutu pelayanan.

- 4) Pemulihan, Dalam pemberian pelayanan tidak jarang sebenarnya penikmat pelayanan yang ada mengalami rasa kekecewaan terhadap pemberian pelayanan. Kendati demikian dalam diri penikmat elayanan itu timbul rasa tidak enak hati untuk mengungkapkannya secara langsung kepada lembaga untuk itulah pemberi pelayanan dapat memberikan alternative pemecahan masalah misalnya dengan melakukan kontak personal terhadap penikmat pelayanan dengan media, mendorong secara langsung penerima layanan dengan mendatangnya untuk mencurahkan keluh kesahnya dengan tidak mempersulit yang bersangkutan.

5) *Surprising Customer,*

Tidak jarang pemberi pelayanan perlu untuk memberikan suasana yang berbeda untuk diberikan

kepada pemnikmat pelayanan terkait dengan aspek kejutan-kejutan baik berupa tampilan eksternal pemberi pelayanan seperti kesopanan.

6) *Team Work*,

Dalam aspek pemberian pelayanan, tidak jarang karyawan yang ada mengalami keadaan yang labil dalam aspek kejiwaan dank arena dengan segala macam keterbatasan yang dimiliki oleh karyawan maka kerjasama yang dimiliki oleh setiap karyawan penting untuk dilakukan.

h. Faktor-faktor yang menentukan pelayanan

Faktor-faktor yang menentukan pelayana terbagi kedalam beberapa kategori diantaranya:

1) Faktor Individu

Faktor Individu merupakan faktor yang berfokus terhadap keberadaan individu yang melakukan pelayanan dimana harus memenuhi kualifikasi-kualifikasi yang meliputi kemampuan dalam melaksanakan pekerjaan, resiko menghadapi pekerjaan serta cakupan penting bagi pelaksanaan tugasnya untuk menjalin hubungan dengan orang lain. Semua kualifikasi kualifikasi itu dipengaruhi oleh kesadaran hati, kejernihan pikiran, keyakinan yang dimiliki

individu, ketenangan, ketetapan hati dan keseimbangan dalam jiwa yang bersangkutan. Semua kesadaran itu melingkupi proses yang selalu dipersepsikan dengan mengikuti alur yang terbentuk karena pemahaman individu terhadap lingkungan eksternal mencakup keluarga, teman, dan segala aspek lingkungan sosial.

2) Faktor Aturan

Faktor aturan adalah dimensi normative yang menjadi landasan dan mengarahkan manusia dalam organisasi untuk turut serta mematuhi hal yang menjadi sebuah kesepakatan. Aturan ini biasanya tercipta karena mempertimbangkan sifat dan karakteristik manusia. Dalam penetapannya, aturan yang menjadikan manusia sebagai subjek dalam penyelesaian masalah haruslah mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan dalam pemahaman. Kemungkinan pemahaman ini penting mengingat dalam penulisan aturan, ia harus merefleksikan kejernihan pikiran. Selain itu, pemahaman pelaksana juga perlu diperhatikan mengingat pemahamannya dalam melaksanakan aturan sangat penting.

3) Faktor Organisasi

Organisasi filantropi yang merupakan organisasi pelayanan telah bergerak dengan koridor yang berbeda dengan organisasi yang ada pada umumnya. Hal ini berlaku karena ia bergerak dengan mempertimbangkan pelayanan kepada manusia yang memiliki kehendak dan karakteristik yang berbeda-beda. Maka daripada itu, faktor organisasi yang penting ini menjadi penting diperhatikan karena menyangkut struktur organisasi, mutu pelayanan dan prosedurnya agar kedepannya organisasi dapat berjalan dengan lancar (Munir,1992:130) dalam (Kosasih,2009:4)

4) Faktor sarana pelayanan

Faktor sarana pelayanan ini terdiri dari beberapa fasilitas peralatan yang secara khusus menunjang pemberian pelayanan yang diberikan oleh lembaga. Dalam kaitan ini, sarana pelayanan secara terperinci berfungsi untuk :

- a) Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan sehingga dapat Menghemat Waktu.
- b) Meningkatkan produktivitas baik barang maupun jasa
- c) Kualitas produk yang lebih baik/terjamin

- d) Lebih mudah/lebih sederhana dalam gerak para pelakunya
 - e) Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang yang berkepentingan
 - f) Menimbulkan perasaan puas pada orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka (Munir, 1992: 126) dalam (Kosasih,2009:5)
- i. Faktor sarana pelayanan ini secara garis besar dibedakan menjadi dua hal menyangkut :
- a) Sarana kerja, yaitu peralatan yang digunakan untuk memberikan pelayanan
 - b) Fasilitas pelayanan, yaitu berbagai fasilitas yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan antara lain fasilitas ruangan,telepon umum, alat panggil dan lain sebagainya (Kosasih,2009:6)
- j. Mutu Pelayanan

Menurut American Society for Quality Control (Wijono,2000) dalam (Salmah,2015:13). Mutu adalah gambaran total sifat dari suatu produk/jasa pelayanan yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memberikan kepuasan.

Menurut Joseph M Juran dalam Dedi, Uus, & Fitriyani (2013) dalam (Salmah,2009:14) menyatakan mutu adalah apa yang diharapkan atau ditentukan oleh konsumen (*quality is fitness for the used defined by consumers*). Juran memperkenalkan 3 proses mutu pelayanan yaitu :

- 1) Perencanaan (*qualityplanning*), meliputi mengidentifikasi pelanggan baik internal maupun eksternal, menentukan kebutuhan pelanggan, mengembangkan karakteristik produk berdasarkan tanggapan pelanggan, menyusun sasaran mutu yang dapat meminimalkan biaya, mengembangkan proses yang dapat menghasilkan produk yang sesuai karakteristik tertentu, dan memperbaiki atau meningkatkan kemampuan proses.
- 2) Pengendalian (*quality control*), meliputi memilih subyek atau dasar pengendalian, memilih unit-unit pengukuran, menyusun pengukuran, menyusun standar performasi, mengukur performasiyang sesungguhnya, menginterpretasikan perbedaan antar standar dengan data nyata, dan mengambil tindakan atas perbedaan tersebut.
- 3) Peningkatan (*quality improvement*), meliputi peningkatan kebutuhan untuk mengadakan perbaikan,

mengidentifikasi proyek-proyek perbaikan khusus, mengorganisir proyek untuk mendiagnosis penyebab kesalahan, menemukan kesalahan, mengadakan perbaikan-perbaikan, proses yang telah diperbaiki ada dalam kondisi operasional yang efektif, dan menyediakan pengendalian untuk mempertahankan perbaikan atau peningkatan yang telah dicapai.

4. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam sebagai sebuah agama yang Rahmatan Lil Alamien merupakan agama yang mengajarkan kepada umatnya untuk saling menolong dalam hal kebaikan dengan mencoba mengaktualisasikan diri dalam persaudaraan dan berupaya untuk menciptakan keharmonisan diri bagi setiap anggota umatnya, semangat persaudaraan, tanggung jawab, orientasi pada kebaikan, keadilan, kejujuran, amanah, pengabdian/ibadah, keikhlasan, kebersihan, mendahulukan melaksanakan kewajiban, memberikan pertolongan, berakhlak mulia, prinsip toleransi, musyawarah, dan kedamaian (Rachmadi, 2015:157). Dalam konteks itulah Alquran memberikan landasan filosofis mengenai pentingnya pelayanan kepada sesama sebagai mana berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ
 بِتَّائِبِينَ إِلَّا أَنْ تُغْبِضُوا فِيهِ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: 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 menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji(Q.S. al-Baqarah [2]: 267.)