

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dompot Dhuafa Yogyakarta

Dompot Dhuafa Republika adalah lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf) serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan/lembaga. Kelahirannya berawal dari empati kolektif komunitas jurnalis yang banyak berinteraksi dengan masyarakat miskin, sekaligus kerap berinteraksi dengan masyarakat kaya. Digagaslah manajemen galang kebersamaan dengan siapapun yang peduli kepada nasib dhuafa. Pada 4 September 1994, empat orang wartawan yaitu Parni Hadi, Haidar Bagir, S. Sinansari Ecip, dan Eri Sudewo berpadu sebagai Dewan Pendiri lembaga independen Dompot Dhuafa Republika. Sejak saat itu, Eri Sudewo ditunjuk mengawal Yayasan Dompot Dhuafa dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana ZISWAF dalam wujud aneka program kemanusiaan, antara lain untuk kebutuhan kedaruratan, bantuan ekonomi, kesehatan, dan pendidikan bagi kalangan dhuafa.

Profesionalitas DD kian terasah seiring meluasnya program kepedulian dari yang semula hanya bersifat lokal menjadi nasional, bahkan internasional. Tidak hanya berkhidmat pada bantuan dana bagi kalangan tak berpunya dalam bentuk tunai, DD juga mengembangkan bentuk

program yang lebih luas seperti bantuan ekonomi, kesehatan, pendidikan dan bantuan bencana.

1. Visi Dompot Dhuafa

Sebagai Lembaga Amil Zakat, visi dari didirikannya Dompot Dhuafa adalah terwujudnya masyarakat dunia yang berdaya melalui pelayanan, pembelaan dan pemberdayaan yang berbasis pada sistem yang berkeadilan

2. Misi Dompot Dhuafa

Sedangkan misi yang ingin dicapai oleh Dompot Dhuafa adalah:

- a. Menjadi gerakan masyarakat yang mentransformasikan nilai-nilai kebaikan
- b. Mewujudkan masyarakat berdaya melalui pengembangan ekonomi kerakyatan
- c. Terlibat aktif dalam kegiatan kemanusiaan dunia melalui penguatan jaringan global
- d. Melahirkan kader pemimpin berkarakter dan berkompetensi global
- e. Melakukan advokasi kebijakan untuk mewujudkan sistem yg berkeadilan
- f. Mengembangkan diri sebagai organisasi global melalui inovasi, kualitas pelayanan, transparansi, akuntabilitas, independensi dan kemandirian lembaga

3. Tujuan Pendirian Dompot Dhuafa

Sebagai sebuah lembaga filantropi yang keberadaannya telah diakui oleh masyarakat maka dompet dhuafa memiliki beberapa tujuan yang telah ditetapkan diantaranya:

- a. Terwujudnya organisasi DD dengan standar organisasi gobal
- b. Terwujudnya jaringan & aliansi strategis dunia yang kuat
- c. Terwujudnya perubahan sosial melalui advokasi multi-stakeholder & program untuk terciptanya kesejahteraan masyarakat dunia
- d. Menjadi lembaga filantropi Islam internasional yg transparan dan akuntabel.
- e. Membangun sinergi dan jaringan global
- f. Terwujudnya jaringan & aliansi strategis dunia yang kuat
- g. Menjadi lembaga rujukan di tingkat global dalam program kemanusiaan dan pemberdayaan
- h. Meningkatkan kualitas dan akses masyarakat terhadap program pelayanan, pembelaan dan pemberdayaan
- i. Mengokohkan peran advokasi untuk mewujudkan sistem yg berkeadilan
- j. Memperkuat volunteerism dan kewirausahaan sosial dimasyarakat
- k. Menumbuhkan kepemilikan asset dimasyarakat melalui pengembangan industri kerakyataan

- l. Terwujudnya tata kelola organisasi berstandar internasional
 - m. Terwujudnya kemandirian organisasi melalui intensifikasi, ekstensifikasi & diversifikasi sumber daya organisasi
 - n. Terpeliharanya independensi lembaga dari intervensi pihak lain dan conflict of interest dalam pengelolaan lembaga
 - o. Menumbuh kembangkan semangat inklusifitas dan altruisme
 - p. Membangun komunitas berbasis masjid
 - q. Melahirkan kader dakwah
 - r. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menerapkan nilai dasar Islam dalam kehidupan sehari-hari
4. Legalitas Dompot Dhuafa

Pada 10 Oktober 2001, Dompot Dhuafa Republika dikukuhkan untuk pertama kalinya oleh pemerintah sebagai Lembaga Zakat Nasional (Lembaga Amil Zakat) oleh Departemen Agama RI. Pembentukan yayasan dilakukan di hadapan Notaris H. Abu Yusuf, SH tanggal 14 September 1994, diumumkan dalam Berita Negara RI No. 163/A.YAY.HKM/1996/PNJAKSEL.

Berdasarkan Undang-undang RI Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan zakat, DD merupakan institusi pengelola zakat yang dibentuk oleh masyarakat. Tanggal 8 Oktober 2001, Menteri Agama Republik Indonesia mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 439 Tahun 2001 tentang pengukuhan Dompot Dhuafa Republika sebagai Lembaga Amil Zakat tingkat nasional.

5. Program Kerja Dompot Dhuafa

Dompot dhuafa merupakan salah satu lembaga zakat yang dalam pengelolaan zakatnya memiliki beberapa program kerja yang akan dilaksanakan dalam upaya pengentasan kemiskinan di dalam masyarakat. Program kerja yang dilakukan oleh dompet dhuafa tersebut diantaranya:

a. Warung Beres

Program pemberdayaan ekonomi bagi pedagang kaki lima khususnya angkringan melalui pendekatan penerapan prinsip hidup bersih sehat.

b. Ekonomi Produktif

Program pemberdayaan ekonomi bagi usaha mikro untuk meningkatkan kecakapan berwirausaha disertai penguatan modal dan spiritualitas.

c. Kampung Ternak

Pelatihan penggemukan kambing dengan metode pakan fermentasi disertai hibah bantuan bibit kambing dan kandang dipadukan dengan pelatihan pemanfaatan limbah ternak.

d. Institut Mentas Unggul

Program pendidikan dan pelatihan untuk memberi keterampilan khusus bagi masyarakat dhuafa sehingga terbentuk kelompok usaha.

e. Sosial dan Kemanusiaan

Peran dakwah sebagai proses perubahan sosial berfokus pada upaya perubahan nilai dalam masyarakat agar sesuai dengan nilai Islami. Dalam memerankan perubahan sosial tersebut, dakwah tidak hanya merupakan upaya yang terbatas pada penyampaian atau upaya penyadaran saja, tetapi dakwah juga merupakan upaya-upaya yang bersifat lebih sistematis seperti memberikan arahan umat dilanjutkan dengan upaya irsyad (membimbing), dan upaya himayah (advokasi) atau memberikan perlindungan, baik terhadap nilai-nilai ajaran dakwah itu sendiri, maupun terhadap kehidupan masyarakat pada umumnya dalam menghadapi berbagai permasalahan sosial di masyarakat.

f. Pondok Smart

Program pendidikan karakter taqwa berasrama yang bertujuan untuk membangun peserta program menjadi pribadi disiplin, tanggap, sigap dan bertanggung jawab, berkemampuan mencipta dan mengelola dengan aktivitas yang meliputi: menyelenggarakan madrasah diniyah, pemberian materi al Qiyadah al Islamiyah, menyelenggarakan bimbingan belajar, penugasan individu dan kelompok, pembiasaan amaliyah sunnah.

1) Layanan Mustahik

Program caritas untuk melayani mustahik

2) Masjid Berdaya

Program pendampingan berbasis masyarakat dengan menempatkan masjid sebagai pusatnya melalui pendekatan spiritual.

3) Bencana

Program caritas bagi masyarakat terdampak bencana

4) Beasiswa

Program pemberian bantuan biaya pendidikan untuk anak-anak dhuafa berprestasi disertai pendampingan pengembangan diri secara berkala. Program ini ditujukan bagi siswa tidak mampu/dhuafa yang memiliki semangat belajar tinggi di tingkat SLB, SD/MI, SMP/MTs, SMA/MA/SMK.

5) PAUD

Pembangunan sarana PAUD dan pelatihan tenaga pengajar

6) Guru Inspiratif

Program yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas guru TK/TK baik dari segi konsep dasar pendidikan, kurikulum, media pembelajaran kreatif, penelitian tindakan kelas, gerak dan lagu serta menerapkan pendidikan karakter pada anak didik

sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan kualitas pendidikan bagi anak usia dini.

7) Kesehatan

a) Gerai Sehat LKC

Masyarakat semakin mudah mengakses fasilitas kesehatan dengan adanya klinik berobat dokter umum. Buka tiap hari Senin-Sabtu pukul 8:00-17:00. Tiap bulan melaksanakan Aksi Layanan Sehat di sekitar Daerah Istimewa Yogyakarta.

b) Thibbun Nabawi

Layanan kesehatan untuk masyarakat dengan metode pengobatan ala sunnah Rasulullah seperti bekam dan kiropraksi, berada di lantai 2 klinik pratama Gerai Sehat, klinik Thibbun Nabawi mempunyai jam buka Senin-Sabtu dari pukul 09.00-16.00. Tidak hanya mengobati, namun tim Thibbun Nabawi Dompot Dhuafa juga mengadakan pelatihan bekam untuk daerah Yogyakarta dan sekitarnya.

c) Pos Sehat

Pola layanan kesehatan kuratif, promotif, dan preventif bagi dhuafa dengan sistem keanggotaan dengan lebih mengutamakan partisipasi masyarakat yang tergabung dalam kader kesehatan.

B. HASIL PENELITIAN

1. Standar Mutu Pelayanan Lembaga Filantropi Islam terhadap Donatur

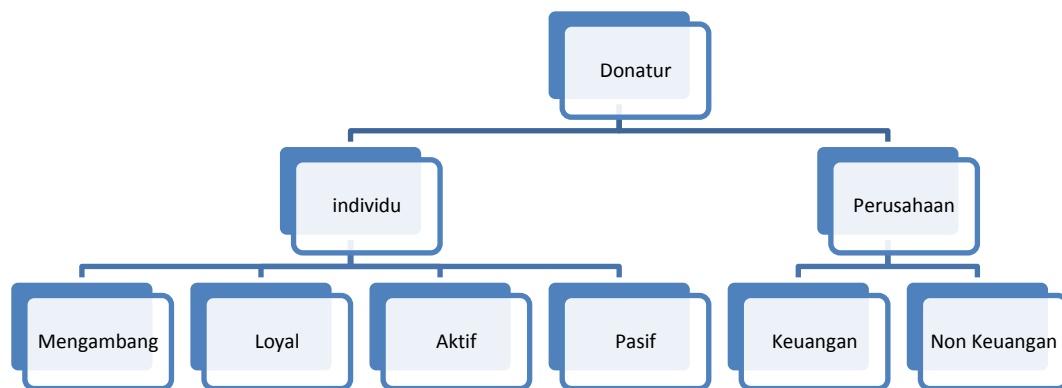
Lembaga filantropi yang ada di dalam masyarakat hadir sebagai salah satu alternatif dalam menanggulangi kemiskinan yang ada di dalam masyarakat dimana dalam kiprahnya memainkan peran sebagai penghubung antara orang yang mempunyai dengan kaum yang secara keadaan ekonomi dalam keadaan yang lemah. Lembaga ini melakukan operasionalnya secara modern yang didukung dengan berbagai program-program yang direncanakan secara efektif dan efisien. Lembaga filantropi juga merupakan sebuah organisasi yang memiliki berbagai visi dan misi tersendiri (Latief,2010:52).

Di Indonesia, Lembaga filantropi menunjukkan peran, kehadiran, dan kontribusinya semenjak tahun 1990an ketika runtuhnya dinasti Orde Baru dengan basis kekuasaannya yang dihegemoni oleh Presiden Soeharto hingga akhirnya mulai

menunjukkan kontribusinya di dalam masyarakat yang penting setelah krisis moneter pada tahun 1998 sejak saat itu, pandangan mengenai potensi dan fungsi filantropi mulai berubah. Banyak kalangan masyarakat mulai dari lembaga sosial, media massa, perusahaan swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan lembaga lainnya yang dibentuk pemerintah banyak melihat aspek filantropi sebagai sarana untuk menggalang dana dari masyarakat (Latief, 2013:15-16)

Dalam legalitas hukum yang ada di Indonesia, lembaga filantropi Islam seakan memiliki dukungan yang lebih kuat semenjak adanya pengeluaran peraturan perundang-undangan meliputi Undang-Undang Zakat (UU Zakat) No 23 Tahun 2011. UU Zakat tahun 2011 merupakan revisi dari UU tentang pengelolaan Zakat Tahun 1999. Dengan disahkannya UU Zakat Tahun 2011, berdampak pada perkembangan lembaga pemerintah seperti BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) dan BAZDA (Badan Amil Zakat Daerah). Undang-Undang zakat tahun 2011 mengatur secara tegas mengenai sanksi hukum terhadap penyelewengan pengelolaan wakaf pada tahun 2004. Dengan adanya regulasi ini diharapkan pengelolaan zakat yang ada di Indonesia semakin profesional (Latief, 2013:18)

Gambar 3.1 Klasifikasi Donatur



Sumber :Wawancara dengan Mufti bagian fundrising

Sebagai salah satu Lembaga Filantropi yang melakukan peran dalam penggalangan dana zakat dari Donatur, Dompot Dhuafa mengklasifikasikan Donatur ke dalam kategori-kategori yang berbeda yaitu Donatur aktif yang menyalurkan zakatnya kepada Dompot Dhuafa dengan datang langsung ke kantor dan Donatur pasif di mana pihak internal Dompot Dhuafa akan melaksanakan penjemputan kepada Donatur karena biasanya mereka memiliki kesibukan yang tinggi. Selain itu, Dompot Dhuafa juga mengklasifikasikan Donatur ke dalam Donatur yang loyal dan juga Donatur yang masih kedalam Donatur keadaan yang masih dalam keadaan yang mengambang, artinya Donatur jenis ini

masih merupakan golongan Donatur yang kesadaran pembayaran zakatnya perlu untuk didorong.

Salah satu dorongan unik yang menurut peneliti temukan di Dompot Dhuafa adalah dengan adanya pembukaan konter-konter zakat, mengadakan acara diskusi maupun seminar-seminar yang dilakukan secara bersama oleh bagian sumber daya komunikasi yang terdiri dari Marketing Komunikasi, CRM, *Social Media*, dan *Fundraising* pada tempat-tempat ramai seperti Mall dan pusat-pusat keramaian lainnya. Bahkan tidak jarang, Dompot Dhuafa juga melakukan penjangkaran Donatur pada Klub-Klub Malam yang ada di Yogyakarta. Berikut kutipan wawancara dengan Ibu Reni pada 30 Agustus 2016:

“Kami sebagai lembaga zakat memiliki karakteristik sebagai lembaga yang dengan ciri khas independen dan bersifat universal. Artinya, kami berupaya untuk melaksanakan penghimpunan dana zakat dari berbagai golongan yang ada di dalam masyarakat”

Dompot Dhuafa juga memiliki beberapa kegiatan yang dilaksanakan dalam penjangkaran zakat dengan beberapa perusahaan melalui kerjasama-kerjasama yang telah disepakati melalui perjanjian-perjanjian tertentu. Perjanjian-perjanjian kerjasama ini dilaksanakan dengan lembaga keuangan, maupun non keuangan.

Menurut Mufti, salah satu kerjasama yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa dengan perusahaan dapat dilihat dari dilakukannya kerjasama-melalui lembaga keuangan mikro seperti Baitul Maal Wa Tamwil. Baitul Maal Wa Tamwil yang melaksanakan kerjasama dengan Dompot Dhuafa tersebut diantaranya BMT Al Ikhlas, BMT Artha Barokah, BMT Budi Mulia, BMT Dana Insani Gunung Kidul, BMT Menoreh Sejahtera Kulonprogo dan BMT Nur Ikhlas. Kendati Demikian, Dompot Dhuafa juga aktif mendatangi beberapa perusahaan tertentu untuk kemudian menawarkan kerjasama melalui penyampaian-penyampaian bentuk proposal kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Dompot Dhuafa untuk kemudian direalisasikan.

Tantangan dalam pelaksanaan penghimpunan dana zakat yang ada di lembaga filantropi termasuk Dompot Dhuafa adalah adanya tuntutan memberikan berbagai alternatif guna menciptakan donatur yang loyal. Sehingga, dengan jumlah donatur loyal tersebut perolehan dana zakat yang begitu besar dapat dipertahankan. Dengan adanya perolehan dana zakat yang besar maka lembaga filantropi mampu untuk melaksanakan berbagai program-program yang akan dilaksanakan olehnya. Salah satu aspek penting dalam menciptakan loyalitas kepada para Donatur adalah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada mereka. Standar mutu pelayanan menjadi semacam tolak ukur

yang diberikan oleh penyelenggara pelayanan kepada pihak yang mendapatkan pelayanan dengan mengacu kepada ukuran-ukuran tertentu. Salah satu ukuran dalam mengkonsep standar mutu pelayanan adalah konsep service quality. Konsep ini merupakan konsep yang dicetuskan oleh Parasuraman (1990:26).

Tabel 2.1 Ukuran Standar Service Quality

Ukuran	Tolak Ukur
Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> a. fasilitas fisik b. peralatan pegawai c. fasilitas-fasilitaskomunikasi yang dimiliki oleh penyedia layanan.
Reliability	a. penyelenggaraan pelayanan yang dilakukan secara akurat.
Responsiveness	a. kerelaan untuk menolong penikmat pelayanan seikhlas mungkin.
Kepastian	<ul style="list-style-type: none"> a. pengetahuan b. kesopanan c. kemampuan para petugas penyedia layanan dalam memberikan kepercayaan kepada pengguna layanan

Empaty	a. kemampuan memberi perhatian kepada pengguna pelayanan
--------	--

a. Tangibles

Merupakan bukti fisik yang dapat diidentifikasi sebagai atribut yang nyata terlihat bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Bukti pelayanan fisik itu dapat diidentifikasi sebagai fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan oleh perusahaan, serta penampilan fisik karyawan. Ketersediaan sarana dan prasarana penunjang pada suatu perusahaan tentunya sangat penting dalam mewujudkan pelayanan yang maksimal dan berkualitas, karena tanpa adanya sarana dan prasarana yang memadai dan lengkap maka kegiatan operasional pada suatu perusahaan juga akan tidak jalan, sehingga hal ini akan menghambat perusahaan untuk memberikan pelayanan berkualitas kepada para pelanggannya.

Ketika peneliti melakukan observasi terkait dengan keadaan kantor yang ada di Dompot Dhuafa pemeliti menemukan fasilitas-fasilitas penunjang pelayanan yang bisa dinikmati oleh para Donatur yang datang ke Dompot Dhuafa. Ketika datang ke kantor Dompot Dhuafa, fasilitas pertama yang dapat dinikmati bagi mereka yang menggunakan kendaraan adalah adanya lahan parkir yang cukup memadai dengan ukuran kurang lebih 5X3 meter. Ketika memasuki ruang kantor maka akan didapatkan

berbagai fasilitas-fasilitas yang dapat dilihat pada dokumen yang peneliti dapatkan berikut fasilitas-fasilitas fisik penunjang sarana pelayanan terhadap Donatur:

Tabel 3.2 Fasilitas sarana prasarana Dompot Dhuafa

No.	Peralatan	Tgl Perolehan	Tgl Penggunaan	Kelompok
1.	Kursi FO			Peralatan
2.	Meja FO	01/01/2012	01/01/2012	Peralatan
3.	Telepon Pabx panasonic+fax	01/01/2008	01/01/2008	Peralatan
4.	Monitor LG FO	01/01/2009	01/01/2009	Peralatan
5.	Pc Front Office	01/01/2010	01/01/2010	Peralatan
6.	Printer Laser Jet	01/01/2011	01/01/2011	Peralatan
7.	TV LCD Sharp (Slide Show program & update penghimpunan)	29/04/2010	20/04/2010	Peralatan
8.	Set Sofa Hitam (Tamu)	01/01/2012	01/01/2012	Peralatan
9.	Sofa Hijau (tamu)	01/01/2012	01/01/2012	Peralatan

10.	Meja (Tamu)	01/01/2012	01/01/2012	Peralatan
11.	Lemari Fo	01/01/2012	01/01/2012	Peralatan
12.	Tempat Sampah stainless steel	05/02/2016		Peralatan
13.	Rak lemari reward DD	01/01/2012	01/01/2012	Peralatan
14.	Sistem Desi			Sistem
15.	Kuitansi Donasi			ATK
16.	Mesin EDC			Peralatan
17.	Brosur Program DD			Peralatan
18.	Kartu nama DD			ATK
19.	Majalah Swara Cinta			ATK

Sumber: daftar inventaris DD

Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Reni selaku bagian front office, dalam memberikan pelayanan kepada donatur dompet dhuafa telah memiliki standar pelayanan komunikasi yang diterapkan. Diantaranya dengan memberikan layanan *reminder zakat*, layanan ini merupakan layanan yang diberikan oleh dompet dhuafa kepada donatur berupa SMS aktif.

Didalam layanan ini donatur yang menerimanya biasanya akan diingatkan tentang kewajiban zakat. Setelah donatur menerima sms dan kemudian melakukan pembayaran zakat, maka donatur akan mendapatkan notifikasi mengenai telah diterimanya pembayaran zakat yang didalamnya biasanya juga akan dijumpai ucapan-ucapan doa maupun ucapan spesial bagi donatur di hari-hari pentingnya misalnya ketika hari kelahiran donatur.

Fasilitas layanan komunikasi lainnya yang ditawarkan oleh Dompot Dhuafa dan menjadi salah satu keunggulan Dompot Dhuafa adalah melalui layanan media sosial berupa *facebook*. Sebagai salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat karena aksesnya yang mampu dijangkau dengan mudah oleh banyak lapisan, media sosial facebook oleh dompet dhuafa dikreasi dengan mengkombinasikannya melalui fitur layanan berupa perhitungan nishab zakat serta layanan konsultasi kepada seorang ustadz yang berkompeten dalam bidang zakat.

Berikut kutipan wawancara dengan Ibu reni selaku informan pada bagian front office :

Jadi mas, sebagai LAZ Dompot Dhuafa memiliki akun facebook yang ada sejak dahulu dan kami menambahkannya dengan

berbagai layanan berupa postingan islami yang menggugah kesadaran pembayaran zakat dan didalamnya tercantum layanan kepada donatur berupa konsultasi dan perhitungan nishab zakat (9 Agustus 2016).

Selain fasilitas-fasilitas layanan komunikasi berupa Facebook, Dompot Dhuafa juga memiliki layanan komunikasi berupa layanan komunikasi via twitter, Web, Instagram, dan google+ untuk memudahkan para Donatur Dompot Dhuafa dalam mendapatkan akses informasi mengenai Dompot Dhuafa. Informasi-informasi tersebut berisi mengenai program-program yang dilaksanakan Dompot Dhuafa, Penerimaan Dana Zakat maupun Agenda-agenda yang akan dilaksanakan oleh Dompot Dhuafa. Menurut hasil Wawancara yang dilakukan dengan Ibu Reni pada 3 September 2016, fasilitas-fasilitas layanan komunikasi yang diberikan Dompot Dhuafa tersebut bertujuan untuk memberikan potret transparansi Dompot Dhuafa kepada masyarakat. Sehingga dengan adanya transparansi tersebut masyarakat akan memiliki kepercayaan kepada Dompot Dhuafa untuk menyalurkan zakatnya.

b. Reliability

Perilaku karyawan yang menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan agar bisa menciptakan rasa aman

bagi pelanggan. Dimensi reliability juga memberikan keharusan bagi karyawan untuk memiliki sikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan untuk menanggapi pertanyaan dan masalah pelanggan. Reliability merupakan bentuk pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang mencakup ketepatan dalam memberikan pelayanan. Ketepatan pemberian pelayanan ini dapat dilihat dari perspektif pemberian janji yang tepat diberikan sesuai dengan apa yang telah disepakati sebelumnya. Aplikasi dari reliability ini dapat dilihat dari beberapa tindakan yang dilakukan oleh karyawan dengan memberikan pelayanan kepada beberapa donatur tertentu sebagai contoh layanan yang diberikan kepada Ibu Dian.

Ibu Dian merupakan seorang donatur yang aktif di Dompot Dhuafa. Beliau merupakan seorang pemilik pada salah satu perusahaan bakpia di daerah Jl Letjend Jendral Suprpto. Sebagai salah satu pemilik usaha bakpia yang cukup besar, ia dikenal sebagai seorang yang dermawan dan mengaku tidak lupa untuk senantiasa menolong kaum fakir miskin tetapi karena memang ia memiliki kesibukan dalam mengelola usahanya ia mengalami kesulitan dalam menyalurkan zakat yang memang menurutnya sebagai sebuah kewajiban bagi umat Islam. Guna mengurangi keterbatasan itulah beliau memilih menyalurkan zakatnya melalui sebuah lembaga yang amanah dalam

mengelola zakat. Keterbatasan yang dimiliki oleh Ibu Dian tersebut kemudian disikapi oleh dompet dhuafa dengan melakukan jemput bola terhadap zakat yang disalurkan olehnya. Inilah salah satu hal menarik yang dimiliki oleh Dompet Dhuafa ketika peneliti mengamati dan turut serta pada bagian fundraising di mana Dompet Dhuafa sering mendapatkan pemberitahuan yang diberikan oleh Ibu Dian ketika hendak menyalurkan zakatnya. Bahkan, tidak jarang Ibu Dian menyalurkan zakatnya pada waktu malam hari dan ia sering pula meminta salah satu karyawan tertentu Dompet Dhuafa yang harus mengambil zakatnya. Dengan beberapa ketentuan yang diberikan oleh Ibu Dian tersebut, dompet Dhuafa tetap memberikan pelayanan.

Lain halnya dengan yang dialami oleh salah satu donatur yang berasal dari jogja yang enggan disebutkan namanya. Meskipun sebagai donatur yang permintaannya terkesan aneh tetapi sebagai salah satu donatur yang memberikan kepercayaan kepada Dompet Dhuafa dalam menyalurkan zakatnya ia tetap mendapatkan pelayanan sesuai dengan apa yang telah disepakati sebelumnya dengan Dompet Dhuafa. Berdasarkan wawancara dan testimonialnya, beliau tetap mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan permintaannya. Suatu ketika beliau datang ke kantor Dompet dhuafa dan berencana menyalurkan zakat kepada salah satu panti asuhan di kota Bandung dengan memberikan

beberapa hewan kurban. Sebagai wujudnya oleh dompet dhuafa permintaan tersebut tetap di laksanakan. Mekanisme yang dilakukan oleh dompet dhuafa dalam melaksanakan pelayanan tersebut dengan cara menjalin relasi dan kontak kerjasama dengan Dompet Dhuafa Jawa Barat.

c. Responsiveness

Dimensi Responsiveness berkenaan dengan kesediaan para karyawan yang akan memberikan pelayanan kepada pelanggan dan menginformasikan kebutuhan-kebutuhannya untuk kemudian diberikan pelayanan secara cepat dan akurat. Salah satu hal menarik yang dilakukan dompet dhuafa dalam aspek responsiveness dapat dilihat dari adanya pemberian layanan yang dilakukan oleh setiap karyawan yang ada khususnya bagian operasional. Bagian ini merupakan bagian yang dengan ikhlas memberikan bantuan tertentu. Selain itu, bagian operasional merupakan bagian dimana di dalam internal Dompet Dhuafa memainkan peran sebagai penyedia pelayanan kepada donatur dalam aspek-aspek yang dianggap mengandung sensitifitas kepada donatur. Menurut wawancara dengan Ibu Nita selaku manager operasional, adakalanya datang seorang donatur yang memiliki beberapa problema yang menyangkut pelayanan dalam aspek spiritual. Sehingga, oleh Dompet Dhuafa donatur tersebut diberikan pelayanan dengan memfasilitasi

Ustadz yang akan memberikan penyuluhan rohani kepada donatur terkait dengan kebutuhan donatur tersebut. Terkadang ustadz tersebut juga menyempatkan untuk datang dan hadir langsung menemui donatur dengan melakukan kunjungan ke kediaman donatur.

Berikut daftar nama Ustadz yang menjalin kerjasama dengan Dompot Dhuafa:

- 1) Ust. Abdullah Sunono
- 2) Ust. Abu Ayyub
- 3) Ust. Edy Musaffa
- 4) Ust. Damanhuri
- 5) Ust. Asep Maulana
- 6) Ust. Teguh Ghazali
- 7) Ust. Zaini Zulfikar
- 8) Ust. Syamsul Hoda
- 9) Ust. Endri Sutopo
- 10) Ust. Kuncoro

d. Kepastian

Perilaku karyawan yang menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan agar bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggan. Kepastian juga berarti bahwa karyawan memiliki sikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan untuk menangani pertanyaan dan masalah

pelanggan. Dalam hal ini, sikap sopan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan Dompot Dhuafa kepada Donatur merupakan sebuah ketentuan yang melekat pada para karyawannya. Kewajiban karyawan untuk melakukan salam senyum dan sapa telah tercantum dalam standar operasional pelayanan yang telah diterapkan. Standar yang telah ditetapkan tersebut juga didukung dengan Pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan kepada Donatur meliputi rasa saling mengenal satu sama lain terutama kepada Donatur yang telah Loyal terhadap Dompot Dhuafa. Inilah keistimewaan Dompot Dhuafa bagi mereka yang telah menjadi Donatur Loyal karena biasanya diantara mereka akan tercipta rasa kekeluargaan yang erat. Berikut kutipan wawancara yang dilakukan dengan Ibu Reni pada 31 Agustus 2016

“Kami disini sebagai lembaga zakat menerapkan sistem kekeluargaan yang terjalin dengan para Donatur”

e. Empathy

Perusahaan memahami masalah pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberi perhatian personal kepada pelanggan dan memiliki jam operasional. Donatur sebagai seorang manusia tentu saja memiliki berbagai macam permasalahan yang menyangkut kehidupan pribadi maupun hal-

hal yang dialami selama hidup dan membutuhkan perhatian yang penting guna mendapatkan empati dan perhatian dari seseorang. Hal ini merupakan tindakan wajar dimana sebagai karyawan yang ada di lingkungan Internal Dompot Dhuafa perlu untuk turut serta memahami dan mencoba mencerna dan mau untuk memahami segala hal yang dialami donatur. Sebagai caontoh apa yang dialami ketika peneliti menyaksikan bahwa dalam sebuah sesi pemberian donasi zakat oleh donatur. Terkadang terdapat donatur yang kemudian memberikan keluh kesah dan melakukan curhat dengan karyawan yang ada di Dompot Dhuafa terkait dengan permasalahan yang mereka alami. Permasalahan-permasalahan tersebut misalnya permasalahan yang dialami Donatur tentang lingkungan kerja, maupun lingkungan keluarga Donatur yang kurang harmonis. Pemecahan masalah yang ada di Dompot Dhuafa tersebut bukan hanya menyangkut penyelesaian masalah dalam kehidupam saja. Tetapi menyangkut pula permasalahan terkait dengan kebingungan yang dialami oleh donatur manakala mereka hendak menyalurkan zakatnya. Hal inilah yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa dengan memberikan layanan konsultasi pembayaran *on the spot* di kantor Dompot Dhuafa. Fenomena yang terjadi di Internal Dompot Dhuafa tersebut muncul memang mengingat bahwasannya problematika yang ada di

dalam masyarakat adalah tingkat kesadaran pembayaran zakat yang ada di Indonesia mencapai 200 triliun tetapi penerimaan zakat yang diperoleh oleh BAZNAS baru mencapai 2,9 Triliun. Sehingga, melalui kegiatan layanan konsultasi tersebut Dompot Dhuafa secara tidak langsung turut aktif dan berperan serta dalam menggugah kesadaran masyarakat dengan memberikan pelayanan yang bersifat edukatif.

2. Proses Peningkatan Mutu Pelayanan Lembaga Filantropi Islam Terhadap Donatur

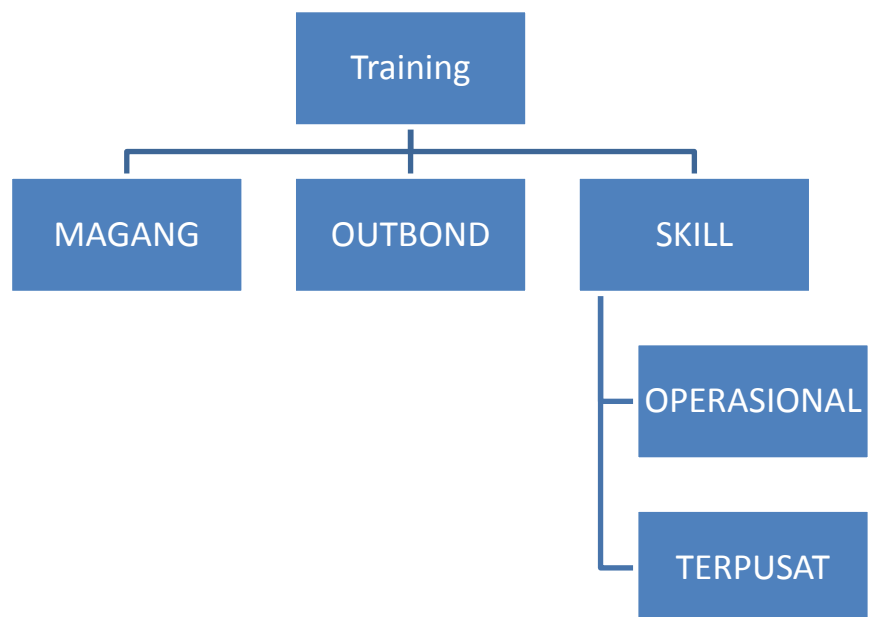
Dalam kajian manajemen, konsepsi mutu pelayanan merupakan sebuah kerangka konseptual yang mengacu pada dinamika perbedaan gap yang ada sebagai sebuah harapan yang diberikan kepada pelanggan oleh perusahaan untuk kemudian menjadi janji pemenuhan. Peningkatan mutu pelayanan menjadi semacam idealisme yang bagi lembaga adalah sarana tepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Terlebih, ketika kondisi yang ada saat ini setiap perusahaan yang ada seringkali dihadapkan dengan persaingan ketat dengan perusahaan sejenis. Peningkatan mutu pelayanan dipengaruhi oleh berbagai macam bentuk yang melingkupinya, bentuk-bentuk itu telah hadir sebagai sarana yang menentukan bagaimana proses peningkatan mutu pelayanan dilakukan. Indikator proses peningkatan mutu pelayanan yang

dilaksanakan oleh perusahaan dapat dilihat dari beberapa perspektif diantaranya (J.Supranto M.A,1997:01):

a. Bagaimana Perusahaan Meningkatkan Kualitas Sumber daya Manusia:

Sebagai sebuah perusahaan, keberadaan sumber daya yang ada didalamnya menjadi penting terkait dengan operasional dan juga pergerakan yang dilakukannya. Perusahaan yang memang berkualitas dalam bidang apapun tidak akan pernah terlepas dengan berbagai problema maupun tantangan yang akan selalu dihadapi olehnya. Salah satu hal yang memang memiliki implikasi panjang dalam pengembangannya perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Gambar 3.2 Bagan Training Dompot Dhuafa



Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan manager SDM Dompot Dhuafa Ibu Nita, setiap Amil yang ada di Dompot Dhuafa mendapatkan pelatihan-pelatihan guna meningkatkan performanya dalam mengelola zakat. Dalam internal Dompot Dhuafa, terdapat beberapa divisi khusus yang menunjang pengelolaan zakat. Setiap divisi-divisi tersebut memiliki beberapa kegiatan khusus yang memainkan peran dalam melaksanakan program-program sesuai yang telah direncanakan. Divisi-divisi yang ada ialah:

1) Divisi Program:

a) Kesehatan

Penanggung Jawab: Kaidah Yunie H

b) Pendidikan

Penanggung Jawab: Zakia Sekar P.

c) Dakwah Sosial

Penanggung Jawab: Bilal Imam S.

d) Ekonomi

Penanggung jawab: Nuryanto Hari M.

2) Divisi Keuangan dan Operasional

a) Keuangan

Penanggung Jawab: Meuthia M.

b) Operasional

Penanggung Jawab: Yulius Eko S

Penanggung Jawab Driver : Slamet S.

3) Divisi Sumber Daya Komunikasi

a) Marketing Komunikasi

Penanggung Jawab: hamidah P.

b) CRM (*Corporate Relation management*)

Penanggung Jawab: Renny S.

c) Social Media

Penanggung Jawab; Ikka N.

d) Fundraising

Penanggung Jawab: Alam P.

Setiap Divisi-Divisi tersebut memiliki Agenda Training yang dilakukan kepada para Amilnya meliputi Training mandiri pada setiap divisi masing-masing yang bertujuan meningkatkan kemampuan dan skill yang dibutuhkan oleh divisi tersebut. Training yang diberikan pada setiap Divisi di Dompot Dhuafa ini diadakan dengan melibatkan seluruh anggota dalam Divisi tersebut. Selain itu, ada pula training yang diberikan kepada seluruh Amil tanpa membatasi asal muasal divisinya. Training ini dilaksanakan di Jakarta setiap satu tahun sekali dengan mengacu dan bertujuan untuk memberikan bekal kemampuan baik berupa kemampuan Leadership, Followership, Kelembagaan, dan Character Building.

Dompot Dhuafa juga memiliki kegiatan pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilaksanakan terkhusus guna memberikan pemahaman kepada para Amil mengenai peningkatan kualitas yang tidak berhubungan secara teknis sebagai pengelola zakat dalam sebuah lembaga profesional. Pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilakukan ini dapat dilihat dari diberikannya training-training berupa kelas fikih zakat, dan kelas tahsin. Kelas fikih zakat dan kelas tahsin ini diberikan kepada Dompot Dhuafa kepada para amilnya yang dilaksanakan rutin pada hari jum'at pagi. Kedua Training ini terkhusus diberikan kepada amilnya guna meningkatkan pemahaman mengenai peningkatan pemahaman hukum-hukum zakat serta peningkatan dalam aspek spiritual di Dompot Dhuafa. Selain training-training tersebut, Dompot Dhuafa memberikan Training berupa kegiatan Outdoor kepada para amil yang bertujuan mendekatkan setiap amil di Dompot Dhuafa. Outbond ini juga dilaksanakan dengan memberikan kesempatan kepada seluruh amil dan tidak menutup kemungkinan dengan mengikutsertakan keluarganya.

Ada pula Training yang dilaksanakan oleh Dompot Dhuafa kepada para amil baru dimana umumnya mereka merupakan amil yang sedang dalam keadaan magang. Selain dalam keadaan magang, amil yang mendapatkan jenis training ini biasanya adalah amil yang keberadaannya di Dompot Dhuafa masih dalam kondisi

sementara atau masih dalam keadaan kontrak dalam waktu tertentu. Training ini dilaksanakan guna memberikan kemampuan dan skill yang sebelumnya belum dimiliki secara khusus oleh para amil tersebut selain itu, program training juga memiliki fungsi sebagai pemberi ruang bagi amil baru tersebut untuk melakukan adaptasi dengan Dompot Dhuafa baik secara *Job Desk* maupun menjalin hubungan dengan amil lainnya sehingga diharapkan amil baru tersebut tidak lagi merasa cemas maupun rasa terasing dengan para amil lainnya.

Menurut Ibu Nita, pelaksanaan Training dalam mengembangkan kapasitas amil sebagai pengelola zakat di Dompot Dhuafa memiliki beberapa kendala yang seringkali dihadapi khususnya oleh cabang Dompot Dhuafa di Indonesia. Kendala-kendala yang dialami oleh Dompot Dhuafa itu dikarenakan tidak jarang setiap peserta training merangkap sebagai panitia.

Tabel 3.3 Data Training oleh Dompot Dhuafa

No.	Item	Jenis Training	Jumlah Peserta
1	Agenda	Training	1 perwakilan
	Training	Keuangan Training & workshop ISO 2015	30 orang

2	Training yang sudah dilakukan	Character Buildings	34 orang
		Institusional building	28 orang
		Training Media Sosial	1 Perwakilan
		Orientasi magang (baru)	2 perwakilan & amil
		Training Customer Relationship Management (CRM)	1 perwakilan
		Training Quality Control (QC) THK	1 Perwakilan

b. Bagaimana Perusahaan Meningkatkan Sarana dan Prasarana yang Menunjang Pelayanan.

Perusahaan sebagai pihak yang memiliki kepentingan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggannya tentu saja dituntut untuk memiliki keunggulan yang berbeda dari perusahaan lain yang memberikan pelayanan sejenis. Dalam upayanya menghadirkan pelayanan yang baik, perusahaan memiliki sebuah permasalahan yang seringkali berpengaruh terhadap persepsi dari para pelanggan. Persepsi itu selain mengacu kepada aspek pelayanan yang memuaskan juga terkait dengan aspek pemberian pelayanan yang nyaman secara fisik. Indikator pelayanan yang memuaskan secara fisik tersebut ialah bagaimana perusahaan mengkreasikan penggunaan peralatan fisik dan komunikasi penting yang ada untuk ditingkatkan.

Upaya peningkatan peralatan-peralatan fisik yang ada di Dompot Dhuafa tidak dapat dilakukan secara signifikan. Hal ini dikarenakan pertanggung jawaban penerimaan dana zakat tersebut kepada masyarakat yang begitu besar. Sehingga saat ini setiap penerimaan dana zakat yang diterima lebih difokuskan kepada pengelolaannya. Berikut dipaparkan data penggunaan pengelolaan dana zakat yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa hingga bulan Mei 2016:

Tabel 3.4 rincian daftar penerimaan dana zakat dan penggunaannya dari masyarakat periode bulan 1 juni hingga 30 juni 2016:

Penerimaan dana Zakat Infak dan Wakaf	Jumlah
Zakat	26.204.958.361
Infak/Sedekah	3.916.873.885
Wakaf	1.504.406.810
Solidaritas Kemanusiaan	1.375.578.036
Penerimaan Bagi Hasil	1.836.663
Pelunasan (Pemberian) Piutang	(34.433.640)
Penggunaan	
Program Pendidikan	(2.689.673.883)
Program Kesehatan	(3.346.888.434)
Program Sosial Masyarakat	(556.840.057)
Program Sosial Masyarakat	(765.807.096)
Program Ekonomi	(765.807.096)
Program Advokasi	(300.845.156)
Program Kemanusiaan	(272.130.000)
Program Pengembangan Jaringan	(507.238.590)
Sosialisasi Ziswaf	(3.836.567.445)
Operasional Rutin	(3.043.424.125)

Piutang Penyaluran	(3.043.424.125)
Uang Muka Kegiatan	(5.875.279.884)

Sumber: Majalah Swara Cinta hal 61 edisi 66 periode Agustus hingga September 2016

Tidak signifikannya peningkatan fasilitas-fasilitas fisik yang ada di Dompot Dhuafa tersebut juga dapat dilihat dari hasil kutipan yang peneliti lakukan dengan bagian fundrising. Berikut kutipan wawancara yang peneliti lakukan dengan Mufti selaku bagian Fundrising:

“Peningkatan fasilitas-fasilitas fisik dalam Dompot Dhuafa saat ini tidak dapat dilaksanakan secara maksimal dikarenakan pengelolaan sumber untuk meningkatkan fasilitas fisik yang berasal dari alokasi penerimaan dana zakat sedang giat-giatnya fokus untuk dipertanggung jawabkan kepada masyarakat”

(30 Agustus 2016)

Peningkatan sarana prasarana yang paling maksimal hanya dapat dilihat dari dilakukannya penyediaan leaflet dan pamflet ataupun meja sebagai media dalam mendirikan konter-konter pada pusat-pusat perbelanjaan maupun pusat-pusat keramaian yang ada di tempat tertentu. Sedangkan untuk peningkatan pelayanan yang ada di Dompot Dhuafa terkait dengan penunjang dalam bentuk kendaraan juga masih belum maksimal. Hal ini diakui oleh Mufti selaku staff Fundrising sebagai salah satu kendala yang dialami

oleh Dompot Dhuafa. Sebagai contoh penyediaan mobil dalam melakukan penjemputan zakat oleh Dompot Dhuafa yang masih terbatas satu mobil Xenia yang memang di persiapkan oleh Dompot Dhuafa Pusat. Bahkan, dalam melaksanakan penjemputan zakat yang dilakukan oleh para staff fundrising Dompot Dhuafa kepada Donatur juga masih menggunakan kendaraan pribadi mereka. Kendati demikian, biaya operasional perjalanan yang digunakan oleh staff fundrising Dompot Dhuafa masih tetap ditanggung oleh Dompot Dhuafa. Biaya tersebut adalah biaya bensin dan biaya makan.

- c. Bagaimana Perusahaan Meningkatkan Janji Pelayanan yang Sesuai dengan Mengacu Kepada Iklan yang telah disebarakan

Penggunaan media iklan bagi sebuah perusahaan yang dilakukan dalam menarik pelanggan baru merupakan sarana umum yang dijumpai sebagai solusi alternatif membangun dan menarik pelanggan baru yang selama ini belum terjaring oleh perusahaan. Dalam realisasinya, seringkali perusahaan menawarkan berbagai penawaran menarik bagi pelanggan yang belum terjaring dan selalu menawarkan penonjolan hal-hal yang sifatnya memberikan bukti yang akan diberikan kepada pelanggan melalui pemberian janji tersebut. Tetapi tidak jarang pemberian janji yang dilakukan tersebut terkadang tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan. Sehingga, ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang benar-

benar sesuai dengan apa yang telah diharapkan kepada para pelanggan maka perusahaan mampu meningkatkan mutu pelayanan.

Dalam melaksanakan kegiatan penyebaran iklan agar menarik Donatur, Dompot Dhuafa memiliki beberapa strategi diantaranya dengan memberikan layanan modern dan tidak meninggalkan beberapa cara-cara lama yang umumnya telah dikenal misalnya dengan memberikan Billboard, Banner, Spanduk, Brosur yang disebar, kanvasing atau penyebaran iklan yang dilakukan dengan mendatangi kediaman masyarakat secara *door to door*. Selain melalui cara-cara tersebut, Dompot Dhuafa juga melakukan penyebaran iklan melalui cara-cara yang lebih modern misalnya saja dengan mengakomodasi pelayanan iklan menggunakan media surat elektronik. Surat elektronik yang disebar kepada masyarakat oleh Dompot Dhuafa berisi mengenai beberapa program-program kerja yang akan dilaksanakan oleh Dompot Dhuafa dalam beberapa periode tertentu.

Inovasi Dompot Dhuafa dalam melaksanakan penyebaran iklan juga dapat dilihat dari kerjasama yang dilakukan dengan berbagai pihak tertentu termasuk perusahaan-perusahaan. Bentuk kerjasama yang dijalin oleh Dompot Dhuafa dengan perusahaan dapat dilihat dari yang telah dilakukan melalui kerjasama antara

Dompot Dhuafa dan Perusahaan PT Digdaya Dinamika Publika. Kerjasama yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa ini diwujudkan dengan penerbitan majalah Swara Cinta. Majalah Swara Cinta yang disebarakan berisi mengenai bentuk iklan meliputi iklan-iklan yang diberikan kepada calon Donatur agar bersedia melaksanakan kegiatan pembayaran zakat. Kesadaran yang dibangun oleh Dompot Dhuafa dan ditampilkan dalam majalah Swara Cinta dengan adanya pemaparan fenomena-fenomena kontemporer menyangkut permasalahan sosial yang ada di dalam masyarakat yang membutuhkan berbagai solusi alternatif dan solusi tersebut dipaparkan dengan adanya prestasi-prestasi Dompot Dhuafa dalam melaksanakan program-program pengentasan kemiskinan. Selain melaksanakan kerjasama yang dilakukan dengan media cetak tersebut, Dompot Dhuafa juga melaksanakan kerjasama dengan radio Retjo Buntung FM melalui pembawa acaranya Ustadz Kuncoro dalam acara masjid kabare.