

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman, semakin berkembang pula lembaga-lembaga non profit di tengah masyarakat, seperti lembaga amal zakat, infaq dan shodaqoh, lebih tepatnya disingkat LAZIS. LAZIS adalah lembaga Islam yang menghimpun dana-dana zakat, infaq dan shodaqoh yang kemudian disalurkan kepada kaum dhuafa atau yang berhak menerima sesuai syariat Agama Islam. Dengan semakin bertambahnya jumlah LAZIS, maka tiap LAZIS dituntut untuk bisa mempertahankan keeksistensian lembaga tersebut. Salah satunya adalah dengan menjaga nama baik atau citra lembaga.

Citra berarti *Image* atau kesan seseorang terhadap sesuatu. Citra perusahaan atau lembaga adalah citra dari organisasi secara keseluruhan, bukan hanya citra produk dan pelayanannya.¹ Citra merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi. Citra yang baik dapat mendukung aktivitas suatu lembaga. Citra yang baik dari suatu lembaga juga akan mempunyai dampak yang menguntungkan, karena citra mempunyai

¹ Frank Jefkins dan Daniel Yadin, 2003, *Publik Relation*, terj. Haris Munandar, Erlangga, Jakarta, hal.22

suatu dampak pada persepsi publik dari komunikasi dan operasi lembaga dalam berbagai hal, sedangkan citra yang jelek bisa merugikan suatu lembaga.

Membangun reputasi memang tidak mudah. Ada faktor kepercayaan publik yang sangat kental melekat di dalamnya. Bila reputasi jelek, maka kepercayaan publik yang melekat itu bisa lepas dengan mudah dan untuk memperbaikinya kembali membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Untuk mempertahankan eksistensi, LAZIS harus bisa mempertahankan loyalitas donatur, karena donatur merupakan aset yang penting bagi organisasi nirlaba seperti LAZIS.

Loyalitas pelanggan (donatur) biasanya akan terwujud setelah adanya kepuasan dalam pelayanan. Donatur akan menjadi loyal karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Dengan pelayanan yang baik tersebut bisa menanamkan *image* positif lembaga di benak donatur.

Citra sebuah perusahaan berakar dari kepercayaan yang diberikan secara individu terhadap sebuah organisasi atau perusahaan yang berupa pandangan tertentu. Hal ini berkaitan dengan persepsi yang dimiliki oleh seseorang mengenai organisasi atau perusahaan tersebut.

Pertumbuhan jumlah Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh (LAZIS) di Indonesia kini memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian masyarakat, karena dana-dana yang terhimpun dari lembaga zakat akan bermanfaat untuk pemberdayaan ekonomi kaum dhuafa. Namun demikian, dengan jumlah LAZIS yang banyak tersebut akan memicu

persaingan tiap LAZIS dalam meraih simpati tiap donatur. Dengan demikian, tiap lembaga zakat dituntut untuk menciptakan kepercayaan dan loyalitas kepada donatur agar tiap lembaga zakat bisa tetap menjalankan operasional kegiatannya.

Namun seiring dengan berkembangnya jumlah LAZIS di Indonesia, tidak semua masyarakat memilih untuk berzakat, infaq atau shodaqoh melalui LAZIS, mereka lebih memilih berzakat, infaq atau shodaqoh secara langsung atau pribadi kepada kaum dhuafa atau yang lebih membutuhkan sesuai syariat Agama Islam. Hal ini mungkin dikarenakan pelayanan LAZIS yang kurang baik atau kurang tepatnya strategi dalam menarik minat dan kepercayaan donatur.

LAZIS Al Haromain yang terletak di Jl. Ketintang Barat Surabaya ini telah membuat banyak program untuk menarik minat dan mempertahankan loyalitas para donatur di sana. LAZIS Al Haromain juga menyertakan transparansi keuangan lembaga tiap bulannya di website, buletin dan majalahnya. Hal itu bisa menimbulkan kepercayaan donatur dan program-program yang telah diadakan bisa membuat nama LAZIS Al Haromain semakin dikenal khalayak umum. Oleh karena itu citra lembaga berpengaruh terhadap loyalitas donatur menarik untuk dikaji lebih dalam.

LAZIS Al Haromain adalah lembaga yang menghimpun dan mendistribusikan dana Zakat, Infaq, Shodaqoh, dan Wakaf serta dana sosial untuk menopang pendanaan dakwah yang meliputi pengembangan pesantren,

penugasan da'i, beasiswa santri, bantuan yatim dan dhuafa, pemberdayaan ekonomi, bantuan sosial kemanusiaan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

LAZIS Al Haromain memiliki cabang di beberapa kota di Jawa Timur, diantaranya: Malang Raya, Tulungagung, Bojonegoro, Pamekasan, Gresik, Kediri, Ponorogo dan Jombang. Dan kantor pusatnya terletak di jl. Ketintang Barat I/27 Surabaya.² Setiap tahunnya LAZIS Al Haromain mengalami peningkatan jumlah donatur. Hal ini terlihat pada tabel peningkatan jumlah donatur LAZIS Al Haromain di bawah ini:

Tabel 1.1

Tabel jumlah donatur LAZIS Al Haromain periode 2010-2012

Keterangan	2010	2011	2012	Total donatur sampai April 2013
Jumlah donatur masuk	3144	4368	5013	5370

Sumber: data jumlah donatur LAZIS Al Haromain

Dalam tabel di atas bisa dilihat bahwa LAZIS Al Haromain tiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah donatur. Ini terlihat dari tahun 2010 ke tahun 2012 yang angkanya terus bertambah. Namun, tidak semuanya aktif menjadi donatur hingga April 2013 ini, dari 5370 donatur hanya 3576 donatur yang masih aktif menjadi donatur di sana.

² Profil LAZIS AL HAROMAIN 2013

Naik turunnya jumlah donatur di LAZIS Al Haromain disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu pergantian pegawai yang menghimpun dana dari donatur. Pegawai LAZIS Al Haromain yang baru kurang tau dengan baik donatur-donatur disana.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah citra lembaga berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap loyalitas donatur pada LAZIS Al Haromain?
2. Seberapa besar pengaruh citra lembaga terhadap loyalitas donatur pada LAZIS Al Haromain?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui citra lembaga berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap loyalitas donatur di LAZIS Al Haromain.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh citra lembaga terhadap loyalitas donatur pada LAZIS Al Haromain.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teori

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menguatkan teori yang ada, yaitu tentang teori citra perusahaan (lembaga) dan teori loyalitas pelanggan (donatur). Jika dikaitkan dengan manajemen, teori citra perusahaan dan teori loyalitas pelanggan berhubungan dengan manajemen pemasaran karena citra lembaga yang baik dapat menarik minat donatur dan dapat mempertahankan loyalitas donatur. Dalam manajemen pemasaran, donatur sama dengan pelanggan dan lembaga sama dengan perusahaan.

2. Bagi Lembaga

Untuk mengetahui kesan donatur pada lembaga, sehingga lembaga LAZIS Al Haromain khususnya bagian marketing dapat memperbaiki pelayanan, reputasi, dan identitas lembaga untuk meningkatkan loyalitas donatur.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan dengan kata lain mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan diuji serta dapat ditemukan kebenarannya oleh orang lain.³ Adapun definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

³Jonathan Sarwono, 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hal. 67-68

1. Citra Lembaga (X)

Citra perusahaan atau lembaga adalah citra dari organisasi secara keseluruhan, bukan sekedar citra produk dan pelayanannya.⁴ Jadi, citra perusahaan merupakan kesan atau penilaian menyeluruh publik pada organisasi tersebut. Dalam penelitian ini, terdapat sub variabel dari citra lembaga yaitu :

a. Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata atau tidak dapat diraba yang terjadi karena adanya interaksi antara konsumen (donatur) dengan pegawai (amil) atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan (lembaga) pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen (donatur).⁵

b. Reputasi

Menurut *Oxford Advanced Learner's Dictionary* tahun 1995, reputasi adalah *the opinion that people in general have about what somebody/something is alike*. yaitu pendapat orang-orang pada umumnya tentang apa atau bagaimana seseorang atau sesuatu diserupakan atau disamakan.⁶ Dalam penelitian ini reputasi diartikan

⁴ Frank Jefkins dan Daniel Yadin, 2004, *Publik Relation*, terj. Haris Munandar, Erlangga, Jakarta, hal.22

⁵Ratminto & Atik Septi Winarsih, 2009, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta. Hal.2

⁶Zainal partao, 2010, *Apa Yang Dimaksud dengan Reputasi*, Blog, dari <http://zainalpartao.blogspot.com/2010/09/apa-yang-dimaksud-dengan-reputasi.html>, diposting pada tanggal september 2010

sebagai nama baik yang berhasil dibangun oleh lembaga yang dinilai oleh donatur.

c. Identitas Lembaga

Identitas lembaga merupakan gambaran umum tentang lembaga tersebut, seperti motto, visi dan misi serta logo lembaga.

2. Loyalitas Donatur (Y)

Loyalitas adalah kesetiaan terhadap sesuatu, sedangkan donatur adalah orang yang secara tetap memberikan sumbangan berupa uang kepada suatu perkumpulan; penyumbang tetap; penderma tetap⁷.

Jadi loyalitas donatur adalah komitmen donatur bertahan secara mendalam untuk berdonasi berulang-ulang secara konsisten di masa yang akan datang.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu:

Pada bab pertama, peneliti memberikan penjelasan tentang obyek penelitian. Gambaran ini meliputi alasan-alasan tentang ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian. Dengan alasan bahwa peneliti ingin mengetahui lebih mendalam mengenai pengaruh citra lembaga terhadap loyalitas donatur di LAZIS Al Haromain. Setelah memberikan penjelasan tentang obyek penelitian, kemudian peneliti merumuskan masalah yang akan diangkat dalam

⁷Artikata, *pengertian donatur*, diposting pada 12 Juli 2012 dari <http://www.artikata.com/arti-325580-donatur.html>

penelitian. Selanjutnya sub bab yang lain antara lain tentang tujuan penelitian, manfaat peneliti, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

Dalam bab kedua, kajian teoritik terdiri dari sub bab yakni penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka teori. Kerangka teori merupakan landasan teori pembahasan dalam skripsi. Bagian ini amat penting untuk menunjukkan bahwa peneliti memiliki landasan ilmiah dalam melakukan penelitian.

Bab ketiga, berisikan tentang metode penelitian yang menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan jenis penelitian *Asosiatif* atau hubungan yaitu penelitian yang mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sub bab selanjutnya adalah peneliti menyebutkan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas dan teknik analisa data.

Dalam bab keempat, berisikan tentang hasil penelitian. Diantaranya adalah gambaran umum obyek penelitian, penyajian data dan pembahasan hasil penelitian (analisis data). Gambaran umum obyek penelitian menggambarkan tentang situasi dan kondisi yang ada di lapangan. Sedangkan penyajian data berisi data-data yang bersangkutan dengan jawaban dari rumusan masalah. Pada bab ini pembaca akan mengetahui hasil pembahasan penelitian tentang topik yang diteliti. Yaitu pengaruh citra lembaga terhadap

loyalitas donatur dan seberapa besar pengaruhnya variabel X terhadap variabel Y.

Bab kelima, berisi tentang penutup. Terdiri dari beberapa sub bab yakni kesimpulan yang merupakan rumusan ulang dan menyimpulkan dari jawaban rumusan masalah peneliti. Selain itu, berisikan saran praktis maupun teoritis, rekomendasi dan juga penjelasan singkat tentang keterbatasan peneliti selama melaksanakan penelitian.