



## **STRATEGI PENINGKATAN KEPUASAN DONATUR TERHADAP PERTAMBAHAN DANA ZIS DI LAZNAS NURUL HAYAT SIDOARJO**

**Faizah Nurdian Ardi<sup>1</sup> & Dony Burhan Noor Hasan<sup>2</sup>**

<sup>1 & 2</sup>*Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura*

*Email : 200721100075@student.trunojoyo.ac.id, donyburhan@trunojoyo.ac.id*

### **ABSTRAK**

Tingginya potensi zakat di Indonesia telah mendorong kompetisi di berbagai lembaga amil zakat untuk mendapatkan kepercayaan *muzakki* guna mengalirkan sumbangan mereka. Selain itu, menjaga hubungan baik dengan donatur yang loyal juga menjadi hal penting. Salah satu lembaga amil zakat yang turut bersaing dalam menyalurkan zakat para *muzakki* adalah Lembaga Amil Zakat (LAZNAS) Nurul Hayat Cabang Sidoarjo yang berada di Sidoarjo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara secara mendalam mengenai permasalahan yang akan diteliti. Dalam hal ini sumber data yang digunakan peneliti adalah data primer dan data sekunder. Hasil dari LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo peningkatan ZIS selalu berada dalam pelayanan yang bagus dengan membawa hasil kepada rasa puas para donatur yang akhirnya menjadi loyal. Berdasarkan hasil wawancara dengan para donatur tetap LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, dapat disimpulkan donatur memilih mendukung LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo karena dianggap terpercaya, melakukan audit rutin, dan membiayai pegawai melalui usaha mandiri tanpa memotong donasi. Dapat disimpulkan bahwa LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo menggunakan 5 indikator keberhasilan yakni, *tangible, responsiveness, reliability, assurance, empathy*. Strategi yang dinilai paling efektif dalam meningkatkan kepuasan donatur terhadap pertambahan dana ZIS yakni transparansi, pelayanan yang baik, kesadaran atas kebutuhan donatur, dan keterlibatan aktif donatur dalam program-program lembaga merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan donatur.

**Kata Kunci : Kepuasan, LAZNAS, Dana ZIS.**

### **ABSTRACT**

*The high potential of zakat in Indonesia has encouraged competition among various amil zakat institutions to gain the trust of muzakki to channel their donations. In addition, maintaining good relations with loyal donors is also important. One of the amil zakat institutions that also compete in channeling the muzakki's zakat is Lembaga Amil Zakat (LAZNAS) Nurul Hayat Sidoarjo Branch located in Sidoarjo. The research method used in this research is a type of qualitative research. The data collection method in this study uses an in-depth interview method regarding the problem to be studied. In this case the data sources used by researchers are primary data and secondary data. The results of LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo ZIS increase is always in good service with the result of bringing satisfaction to the donors who eventually become loyal. Based on the results of interviews with regular donors of LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, it can be concluded that donors choose to support LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo because it is considered reliable, conducts routine audits, and finances employees through independent businesses without cutting donations. It can be concluded that LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo uses 5 indicators of success namely, tangible, responsiveness, reliability, assurance, empathy. The strategy that is considered the most effective in increasing donor satisfaction with the increase in ZIS funds is transparency, good service, awareness of ZIS funds.*

**Keywords : Satisfaction, LAZNAS, ZIS Funds.**

## PENDAHULUAN

Berdasarkan informasi demografis, sekitar 229,62 juta penduduk Indonesia adalah Muslim, mencakup sekitar 87,2% dari total populasi Indonesia yang mencapai 269,6 juta jiwa. Dalam proyeksi terhadap populasi Muslim global yang diperkirakan mencapai 2,2 miliar pada tahun 2030 (23% dari total populasi dunia), populasi Muslim di Indonesia di estimasi menyumbang sekitar 13,1% dari seluruh populasi umat Muslim di dunia. Melansir pada data *outlook* zakat Indonesia, potensi zakat Indonesia mencapai Rp. 327,6 triliun pada tahun 2020 namun pada realisasinya hanya mencapai Rp. 71,4 triliun saja. Hasil data tersebut memperlihatkan bahwa perlu adanya wadah atau lembaga yang menghimpun zakat guna kemudahan masyarakat.

Sejak tahun 2001, Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) mengalami perkembangan seiring dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 oleh pemerintah. Peran penting BAZ dan LAZ dalam peningkatan perekonomian kaum *dhuafa* sangat nyata, terbukti dengan pengelolaan zakat yang baik dan semakin berkembang, dengan fokus pada peningkatan produktivitas para mustahik melalui distribusi yang tepat (Abbas, 2017). Organisasi yang mengelola zakat di Indonesia sesuai Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 terdiri dari Badan Amil Zakat (BAZNAS) sebagai badan pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (organisasi kemasyarakatan Islam) yang dibantu oleh jaringan regional. Melalui lembaga-lembaga ini, zakat dapat berperan dalam mengurangi kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat lemah. Strategi manajemen yang efektif diperlukan untuk mengarahkan, mengendalikan, dan mengatur pengumpulan serta distribusi zakat. Setiap Lembaga Amil Zakat mempunyai strategi yang berbeda-beda guna memberikan layanan unggul dan menciptakan kepuasan masyarakat khususnya donatur.

Tingginya potensi zakat di Indonesia telah mendorong kompetisi di antara berbagai lembaga amil zakat untuk

mendapatkan kepercayaan *muzakki* guna mengalirkan sumbangan mereka. Selain itu, menjaga hubungan baik dengan donatur juga menjadi hal penting. Salah satu lembaga amil zakat yang turut bersaing dalam menyalurkan zakat para *muzakki* adalah Lembaga Amil Zakat (LAZNAS) Nurul Hayat Cabang Sidoarjo yang berada di Kota Sidoarjo. LAZNAS Nurul Hayat merupakan lembaga filantropi yang mengelola zakat, infaq, sedekah, dana sosial, serta dana lainnya yang halal dan legal. Baik dari perorangan, kelompok, maupun perusahaan/ lembaga yang dioptimalkan melalui program di bidang pendidikan, pemberdayaan ekonomi *dhuafa*, dakwah dan kesehatan.

LAZNAS Nurul Hayat ini memiliki banyak program dalam upaya pendayagunaan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf), seperti Program Pendidikan : SMP Tahfidhul Entrepreneurship Khairunnas, Pesantren Anak Sholeh (PAS), Sahabat Yatim Cemerlang, Sekolah Anak Sholeh (SAS), Kampus Entrepreneur Penghafal Al-Qur'an (KEPQ), Senyum Hari Raya (SERAYA). Program Pemberdayaan Ekonomi Dhuafa: Penciptaan Lapangan Kerja Mandiri, Insentif Bulanan Guru Al-Qur'an, Tanda Cinta Untuk Penghafal Al-Qur'an. Program Dakwah : Dakwah Center Nurul Hayat, Majelis Ta'lim Abang Becak (MATABACA). Program Kesehatan : Praktek Medis Sosial, Santunan Ibu Hamil dan Pengobatan, Aksi Tanggap Bencana.

Dalam menjalankan program LAZNAS (Lembaga Amil Zakat, Sedekah, dan Wakaf), diperlukan berbagai strategi yang efektif dan terencana. Strategi ini memiliki peran yang sangat penting guna terwujudnya kepuasan donatur. Kepuasan donatur merupakan faktor utama dalam peningkatan jumlah donatur dan donasi yang dikeluarkan. Adapun strategi yang diterapkan dalam peningkatan kepuasan donatur pada LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo adalah *Tangible* (berwujud), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), dan *Assurance* (terpercaya). Peneliti akan memfokuskan penelitian pada Strategi Peningkatan Kepuasan Donatur

terhadap Pertambahan Donasi di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Lembaga Amil Zakat (LAZ)

Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah institusi yang didirikan oleh masyarakat dengan fokus pada dakwah, pendidikan, sosial, atau pelayanan umat Islam. Mereka diakui dan dilindungi oleh pemerintah. Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat telah digantikan oleh Undang-Undang No. 23 Tahun 2011, karena dinilai tidak lagi relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Pengelolaan zakat yang diatur oleh undang-undang ini mencakup perencanaan, pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan dana zakat. Untuk melaksanakan ini, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dibentuk di tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten/kota. BAZNAS adalah lembaga pemerintah independen yang bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri. Masyarakat juga dapat membentuk LAZ dengan izin dari pejabat yang berwenang, seperti Menteri, dan mereka harus melaporkan aktivitas mereka secara berkala (Aras P, 2022).

Selain menerima zakat, BAZNAS atau LAZ juga dapat menerima infak, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya. Pendistribusian dan penggunaan dana ini harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan dicatat secara terpisah dalam pembukuan.

### Donatur

Donatur adalah orang yang memberikan sumbangan berupa uang atau barang secara sukarela kepada suatu perkumpulan dan sejenisnya seperti kepada korban bencana alam dan masyarakat yang membutuhkan bantuan (AS et al, 2022). Sedangkan donasi adalah pemberian dari perorangan atau badan hukum yang berwujud fisik, dengan sukarela tanpa adanya paksaan dan tidak mengharapkan keuntungan adalah donasi. Donasi bisa

berbentuk zakat, infak, dan sedekah (Mubarok, 2023).

### Strategi

Dalam mencapai sebuah tujuan dibutuhkan strategi yang tepat dalam mencapainya. Semua organisasi memiliki strategi dalam rangka mencapai tujuan organisasinya. Hal ini menjadi pertimbangan bagi semua organisasi untuk memiliki strategi yang tepat. Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*strategos*" (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti "*generalship*" atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Secara umum, strategi sebagai cara mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan (Arifudin et al, 2021).

Setiap pengusaha memiliki tujuan dan pendekatan yang berbeda dalam mengembangkan bisnis mereka, baik dalam jangka waktu dekat maupun jangka waktu yang lebih panjang. Untuk mencapai tujuan tersebut, perencanaan dan tindakan diperlukan. Setiap pengusaha memiliki strategi dan rencana yang berbeda-beda, serta kebijakan yang menjadi panduan dalam melaksanakan strategi bisnis.

Strategi adalah model tujuan jangka panjang, kebijakan, tujuan, dan rencana untuk mencapainya yang ditujukan sedemikian rupa sehingga mereka mendefinisikan dalam bisnis apa perusahaan berada atau akan berada. Menurut teori lain yang dibahas oleh Fuertes et al, (2020) strategi juga melibatkan pemilihan serangkaian aktivitas di mana sebuah perusahaan menonjol untuk menetapkan perbedaan yang berkelanjutan di pasar.

Strategi adalah sebuah tindakan proses perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan melakukan hal-hal yang bersifat terus-menerus sesuai keputusan bersama dan berdasarkan sudut pandang kebutuhan pelanggan (Riani, 2021).

Dari pengertian diatas dapat diketahui bahwa strategi adalah suatu rencana yang akan dilakukan dalam usaha untuk

menghadapi persaingan. Jadi strategi dalam konteks penelitian ini adalah bagaimana LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo dalam peningkatan kepuasan donatur melalui pelayanan.

### **Kepuasan**

Menurut Amrullah dan Dahruji (2023) kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah membeli dan menggunakan produk atau jasa tertentu. Penting untuk bisnis karena dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen di masa mendatang.

Menurut Shokouhyar et al, dalam Jalaludin (2021) mendefinisikan kepuasan berarti memperoleh hal-hal yang diharapkan. Istilah "ingin" merujuk pada sesuatu yang tidak diungkapkan secara eksplisit. Oleh karena itu, dalam konteks pemasaran, sensitivitas pelaku usaha terhadap keinginan pelanggan sangatlah penting. Setidaknya, pelaku usaha dapat menilai kepuasan pelanggan dari perubahan perilaku mereka. Contohnya, ketika pelanggan merasa nyaman berlama-lama, mengajak teman atau kolega ke tempat tersebut, berinteraksi akrab dengan karyawan, mengucapkan terima kasih tanpa ragu, atau tertawa bersama, ini dapat dianggap sebagai indikator kepuasan.

Menurut Gerson dalam (Gultom et al, 2020) Kepuasan konsumen adalah penilaian yang dibuat oleh pelanggan tentang sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau melampaui dalam pengalaman menggunakan suatu produk. Bila produk memenuhi atau melebihi harapan, konsumen akan merasa puas; sebaliknya, jika tidak memenuhi harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Kepuasan ini tergantung pada perbandingan antara ekspektasi dan pengalaman nyata penggunaan produk.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan**

Menurut Parasuraman et al, (1994) dalam Nuzula (2019) mengemukakan lima dimensi pokok kepuasan pelanggan, yaitu:

1. *Tangible* (berwujud) : Ini mencakup semua yang bisa dilihat oleh publik,

seperti fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan pegawai.

2. *Reliability* (keandalan) : Ini berarti perusahaan harus memberikan layanan yang akurat dan dapat diandalkan sesuai dengan harapan pelanggan. Semakin andal perusahaan, semakin puas pelanggan.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) : Kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat, serta menyampaikan informasi dengan jelas kepada pelanggan.
4. *Assurance* (terpercaya) : Ini melibatkan perilaku dan pengetahuan karyawan perusahaan yang dapat menciptakan kepercayaan pelanggan. Ini termasuk pengetahuan tentang produk, keramahan karyawan, dan memberikan rasa aman kepada pelanggan.
5. *Empathy* (empati) : Ini mencakup memberikan perhatian kepada pelanggan dengan usaha untuk memahami keinginan mereka. Perusahaan harus memiliki pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan memberikan pengalaman yang nyaman bagi pelanggan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih untuk mendapatkan hasil penelitian yang sedalam-dalamnya dari informan sehingga dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya (Safani & Hasan, 2022). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara secara mendalam mengenai permasalahan yang akan diteliti. Dalam hal ini sumber data yang digunakan peneliti adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan data langsung kepada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Adapun data pendukung yakni melalui beberapa jurnal sebagai upaya penelitian yang relevan. Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) jenis informan, yaitu informan kunci

dan informan pendukung (Almasuddini, 2019) yaitu pertama, informan kunci merupakan pihak yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Dalam hal ini Kepala Cabang LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo atau yang mewakili. Kedua informan utama yakni pihak Staff LAZNAS terkait pelayanan dalam meningkatkan kepuasan donatur. Ketiga informan pendukung dalam penelitian ini adalah donatur dari LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo. Metode pengujian data yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian yang berdasarkan pada pengolahan data yang sifatnya deskriptif.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Strategi Dalam Peningkatan Kepuasan Donatur

Pentingnya strategi bagi organisasi atau lembaga berperan sebagai penentu tujuan dan sasaran jangka panjang suatu organisasi. Dengan menerapkan strategi, organisasi mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Organisasi yang memiliki strategi cenderung lebih efektif karena strategi membimbing aktivitas perusahaan dan koordinasi, memungkinkan adaptasi terhadap lingkungan yang selalu berubah. Strategi yang baik berkontribusi positif pada kesuksesan organisasi, sementara strategi yang kurang baik dapat membawa organisasi menuju kegagalan dengan dampak buruk.

Kepuasan donatur memiliki nilai yang tinggi bagi lembaga atau perusahaan, sehingga tak heran selalu terdengar slogan bahwa pelanggan adalah yang utama dan harus diberikan pelayanan terbaik. Untuk memastikan apakah pelanggan atau donatur puas atau tidak dengan LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, penting memiliki indikator strategi yang dapat menilai tingkat kepuasan donatur terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam menentukan seberapa besar kepuasan donatur terhadap LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo dapat dilakukan dengan cara :

### Tangible (bukti langsung)

Fasilitas dan sumber daya manusia yang diberikan oleh perusahaan atau lembaga dalam pelayanan kepada pelanggan, seperti yang dijelaskan oleh (Irma & Saputra, 2020) adalah bentuk layanan yang dapat dirasakan oleh pelanggan. Di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, ini mencakup fasilitas fisik yang nyaman seperti kantor cabang dengan sofa, air minum, brosur, serta fasilitas lainnya seperti *musholla* kecil, kamar mandi, dan tempat parkir. Selain itu, terdapat fasilitas modern seperti komputer, alat tulis, kwitansi, dan printer yang membantu *front office* dalam melayani konsumen. Sumber daya manusia di sini adalah *front office* yang selalu berpenampilan rapi, bersih, dan profesional. Para karyawan baik pria maupun wanita, memiliki jadwal berpakaian tertentu, seperti mengenakan batik pada hari Rabu dan pakaian putih pada hari Jumat.

Menurut Difathur Riza Afif dalam hal ini “kepala cabang selalu melakukan pengecekan terhadap sarana dan prasarana yang terdapat di kantor Nurul Hayat Sidoarjo. Memastikan majalah *ready* untuk di sampaikan ke donatur (fasilitas fisik). Melakukan pembekalan kepada pegawai baik dari penampilan, sikap, dan produk *knowledge* Nurul hayat.” (Wawancara, Difathur Riza Afif *Branch Manager*, 29 September 2023).

LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo dalam mencapai kepuasan donatur menerapkan beberapa strategi, menurut hasil wawancara Ridha Rohimah sebagai staff ZIS yakni dengan menyajikan laporan program keuangan secara transparan. Laporan program keuangan tersebut bisa ditemukan di majalah Nurul Hayat dan biasanya juga disampaikan lewat media sosial LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo . (Wawancara, Ridha Rohimah staff ZIS, 23 September 2023). Ditambah penuturan dari *Branch Manager* Difathur Riza Afif, strategi yang digunakan yakni dengan membuat beberapa program sosial dan kemanusiaan, seperti *outbond* bersama anak yatim, bedah rumah, membantu daerah korban bencana alam dan

masih banyak lagi. Beberapa program tersebut di kemas dalam bentuk *campaign* yang mampu menarik donatur untuk menitipkan sebagian hartanya di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo. Tentu dengan strategi tersebut memiliki dampak yang cukup signifikan dalam peningkatan jumlah donasi di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo. Contohnya, pada saat bulan suci Ramadhan, LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo memiliki beberapa program sosial, seperti bagi *takjil* gratis, SERAYA (santunan hari raya) serta kado lebaran yatim, program-program tersebut yang hanya ada di bulan Ramadhan mampu menarik banyak dermawan dan membuat donasi yang terkumpul bisa 2 kali lipat dibandingkan bulan biasanya. (Wawancara, Difathur Riza Afif *Branch Manager*, 29 September 2023)

Untuk mengukur tingkat kepuasan donatur, LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo mengecek *software system* donasi. Dari *software* ini LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo dapat melihat rutinitas transaksi donaturnya untuk melihat keaktifan donaturnya berdonasi. Sebagaimana telah disebutkan oleh Difathur Riza Afif “satu indikator dalam kepuasan konsumen adalah banyak donatur yang percaya menyalurkan dananya di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo setiap bulan, tidak hanya itu donatur yang awalnya menjadi donatur insidental (tidak tetap) bisa menjadi donatur tetap (donasi rutin tiap bulan). Bahkan beberapa *customer aqiqah*, yang notabenehnya menjadi pembeli bisa memiliki kepercayaan untuk menjadi donatur di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo. (Wawancara, Difathur Riza Afif *Branch Manager*, 29 September 2023).

Dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan sumber daya manusia yang diberikan oleh perusahaan atau lembaga dalam hal ini LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo dalam pelayanan kepada pelanggan atau donatur sangatlah penting karena memiliki dampak langsung pada pengalaman dan persepsi pelanggan atau donatur terhadap layanan yang diberikan. Kepala cabang berperan aktif dalam memastikan sarana dan prasarana kantor siap digunakan, memberikan pembekalan kepada pegawai terkait

penampilan, sikap, dan pengetahuan produk LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo. Transparansi pelaporan memberikan kepercayaan kepada donatur, menjadikan mereka puas dengan kontribusi mereka dan dapat mendorong mereka untuk terus mendukung organisasi tersebut. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengalaman pelayanan yang baik kepada konsumen.

### **Responsiveness (Ketanggapan)**

Menurut Putra et al, (2023) *responsiveness* (daya tanggap) adalah kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Responsivitas dalam pelayanan kepada konsumen adalah memberikan pelayanan yang cepat dan efisien. Menurut Rohimah indikator yang menjadi faktor kepuasan konsumen yakni dengan memberikan pelayanan yang *fast respon*, baik itu dari penerimaan ataupun dalam melaporkan program penyaluran. (Wawancara, Ridha Rohimah staff ZIS, 23 September 2023)

Menurut Difathur Riza Afif dalam hal ini, Kepala Cabang selalu melakukan Monev (*Monitoring* dan Evaluasi) terhadap semua staffnya, baik yang berada di kantor maupun yang berada di lapangan. Selain itu, Kepala Cabang menerapkan *roleplay* saat kedatangan *customer* kepada semua staff guna melatih komunikasi jika berhadapan langsung dengan *customer*. (Wawancara, Difathur Riza Afif *Branch Manager*, 29 September 2023).

Dapat disimpulkan bahwa pentingnya *Responsiveness* (Ketanggapan) bertujuan membantu dan memberikan layanan yang efisien dan sesuai kepada donatur dengan penyampaian informasi yang cepat dan tepat. Ketanggapan sangat penting bagi donatur karena menunjukkan kesediaan dan kemauan untuk memberikan layanan yang baik, memberikan informasi yang diperlukan, dan menanggapi pertanyaan atau kebutuhan dengan cepat. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan donatur dan membina hubungan positif, yang pada akhirnya dapat mendorong donatur untuk terus mendukung dan berkontribusi pada LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo.

### Reliability (Kehandalan)

Dalam pelayanan kepada konsumen mengacu pada kemampuan memberikan pelayanan yang cermat dan dapat dipercaya, seperti yang dijelaskan oleh (Saragih, 2021). Di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, kehandalan ini tercermin dalam penyediaan pelayanan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan, baik melalui metode *offline* maupun *online*. Karyawan *front office* diwajibkan untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang informasi program dan layanan yang ditawarkan oleh organisasi ini, dan mereka menjalani pelatihan untuk memastikan bahwa mereka mampu memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Menurut Difathur Riza Afif, dalam menjaga keamanan para staffnya LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo memiliki sebuah lembar kerja yaitu berupa Trello yang berguna memantau kinerja dan produktivitas karyawan. Selain itu LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo selalu menerapkan nilai-nilai keislaman disetiap aktifitas kerja. (Wawancara, Difathur Riza Afif *Branch Manager*, 29 September 2023).

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan kepada konsumen di organisasi ini berfokus pada kehandalan dalam menyediakan pelayanan sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Ini terlaksana baik melalui metode *offline* maupun *online*. Karyawan *front office* diwajibkan memiliki pemahaman yang kuat tentang program dan layanan yang ditawarkan, dengan menjalani pelatihan untuk memastikan pelayanan sesuai prosedur yang berlaku. Selain itu, keamanan dan produktivitas karyawan dijaga dengan memanfaatkan lembar kerja seperti Trello untuk memantau kinerja. Penting juga dicatat bahwa LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo selalu menerapkan nilai-nilai keislaman dalam setiap aktivitas kerja. Keseluruhan inisiatif ini bertujuan untuk memberikan pelayanan yang cermat, dapat dipercaya, dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman kepada konsumen.

### Assurance (Jaminan)

Menurut Marande (2017) Dimensi jaminan adalah dimensi dari kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kemampuan, pengetahuan keramahan dan sopan santun serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai dalam memberi pelayanan. Pegawai yang ramah akan menjadi salah satu faktor pendukung bagi pengguna layanan untuk memberikan penilaian yang baik atas pelayanan yang disajikan. Di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, *front office* memiliki pemahaman yang baik tentang program dan layanan yang tersedia. Mereka juga menunjukkan sikap yang ramah, sopan, sabar, dan cepat dalam melayani konsumen, menggunakan bahasa yang benar, dan memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa transaksi akan dilakukan dengan akurat, terutama dalam kasus layanan *Aqiqah* yang menghitung secara otomatis. Untuk transaksi manual seperti infaq dan sedekah, konsumen diberi kesempatan untuk memeriksa ulang kwitansi yang diberikan oleh *front office*.

Menurut Difathur Riza Afif “Untuk mengetahui pengetahuan yang mendalam, Kepala Cabang selalu melakukan *review* terkait produk *knowledge* yang ada di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo terhadap semua staffnya. Peran keramahan karyawan tentu sangat penting, hal tersebut berpengaruh terhadap kenyamanan dan loyalitas konsumen terhadap LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo. (Wawancara, Difathur Riza Afif *Branch Manager*, 29 September 2023).

Menurut Ridha Rohimah “Karena kita memang harus bersikap ramah terhadap pelanggan yang datang, terlebih pada *first encounter*. Kesan pertama yang diciptakan oleh seseorang bisa jadi akan selalu diingat. Caranya dengan melakukan *test product knowledge*. Jika memang dirasa karyawan belum menguasai atau mendalami produknya, bisa diadakan pelatihan khusus atau sosialisasi yang membahas tentang produk tersebut, tentu saja pelatihannya tidak hanya diikuti oleh satu dua orang, akan tetapi semua karyawan agar semuanya memiliki

pengetahuan produk perusahaannya. Karena seringkali jika ada produk baru, tidak ada sosialisasi secara khusus.” (Wawancara, Ridha Rohimah staff ZIS, 23 September 2023)

Dapat disimpulkan bahwa salah satu metode yang digunakan LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo untuk memastikan pengetahuan yang memadai adalah melalui *test product knowledge*. Jika ditemukan kekurangan dalam pemahaman produk, perusahaan perlu mengadakan pelatihan khusus atau sosialisasi yang membahas produk tersebut untuk semua karyawan. Pelatihan ini harus melibatkan seluruh staff agar mereka memiliki pengetahuan yang komprehensif tentang produk perusahaan. Pentingnya pelatihan ini terkait dengan interaksi awal dengan pelanggan (*first encounter*). Kesan pertama yang terbentuk saat interaksi awal dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, pengetahuan mendalam tentang produk adalah kunci untuk memberikan pelayanan yang baik dan membuat pelanggan merasa dihargai saat berinteraksi dengan karyawan. Selain itu, perlu ditekankan bahwa sosialisasi terhadap produk baru juga sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh tim memahami produk-produk terbaru yang ditawarkan oleh perusahaan.

### **Empathy (Empati)**

Menurut Lupiyoadi dikutip oleh Setiawan et al, (2019) dalam pelayanan mengacu pada pendekatan individual kepada konsumen, komunikasi yang baik, dan pemahaman terhadap kebutuhan mereka. Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan. Di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, *front office*

menunjukkan perhatian khusus kepada konsumen dengan senyum dan sikap rendah hati saat melayani. Mereka selalu memprioritaskan kepentingan konsumen di atas pekerjaan lain dan memiliki kemampuan untuk memahami kebutuhan serta keinginan konsumen. Contoh konkret adalah kesabaran yang mereka tunjukkan saat mendengarkan keluhan dari konsumen.

Menurut Difathur Riza Afif “Untuk menarik preferensi konsumen atau donatur, pelayanan yang diberikan harus mampu memberikan kesan yang baik di benak konsumen, salah satunya yakni dengan memberi kesan pertama yang baik, serta memberikan rasa nyaman saat konsumen atau donatur bertanya terkait produk yang diinginkan”. (Wawancara, Difathur Riza Afif *Branch Manager*, 29 September 2023).

Menurut Ridha Rohimah “pendekatan individual yang dilakukan kepada konsumen atau donatur dengan menampung masukan saran, baik itu tentang pendapatan atau penyaluran program dari petugas lapangan yang ketemu langsung dengan pelanggan”. (Wawancara, Ridha Rohimah staff ZIS, 23 September 2023)

Berdasarkan wawancara dengan Difathur Riza Afif dan Ridha Rohimah dari LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, pelayanan di organisasi ini berfokus pada pendekatan individual kepada konsumen atau donatur. Mereka memberikan perhatian khusus dengan senyum dan sikap rendah hati, selalu memprioritaskan kepentingan konsumen, dan mampu memahami serta menampung kebutuhan serta masukan konsumen. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan kesan baik dan rasa nyaman bagi konsumen, sekaligus meningkatkan preferensi konsumen atau donatur terhadap organisasi. Salah satu contoh konkret dari pelayanan yang baik adalah kesabaran dalam mendengarkan keluhan konsumen.

Namun dari beberapa strategi yang sudah dijalankan pastinya terdapat tantangan, salah satunya permasalahan terkait komplain dari donatur, untuk kasus di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo sendiri biasanya terjadi masalah dalam pengambilan Infak dan



Sedekah. Hal ini disampaikan oleh Ridha Rohimah bahwa pengambilan infaq dan sedekah yang belum sempat terambil petugas. Cara menanganinya dengan mengkonfirmasi donatur dengan mengedukasikan cara bertransaksi menggunakan *E-Mobile*, tanpa harus bertatap muka. (Wawancara, Ridha Rohimah staff ZIS 23 September 2023). Menurut Difathur Riza Afif “Salah satu permasalahan yang sering terjadi yakni beberapa donasi tidak diambil oleh petugas ke rumah donatur, hal tersebut bisa terjadi karena adanya miss komunikasi”.

Untuk mengatasinya, donatur bisa langsung memberikan donasinya ke kantor LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo atau melakukan donasi secara *transfer* ke nomor rekening Yayasan Nurul Hayat Sidoarjo. (Wawancara, Difathur Riza Afif *Branch Manager*, 29 September 2023).

Ketika LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo telah selesai menerapkan strategi yang digunakan dalam peningkatan kepuasan donatur, LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo tidak langsung puas dengan pencapaian-pencapaian yang ada melainkan dijadikan motivasi untuk LAZNAS Nurul Hayat

Sidoarjo menjadi lebih baik lagi. Jika semua program dan strategi yang digunakan berjalan sesuai rencana maka LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo akan membuat target yang lebih baik lagi. (Wawancara, Difathur Riza Afif *Branch Manager*, 29 September 2023).

**Pengaruh Kepuasan Donatur Terhadap Pertambahan Dana ZIS**

Dana ZIS haruslah ditingkatkan setiap tahun untuk berbagai program-program lembaga amil zakat. Karena setiap tahunnya lembaga haruslah mengemas program-program barunya sebagai suatu lembaga yang professional untuk memberikan rasa kepercayaan kepada para donatur atas dananya untuk suatu hal yang lebih baik dalam program setiap amil dalam pengentasan kemiskinan umat.

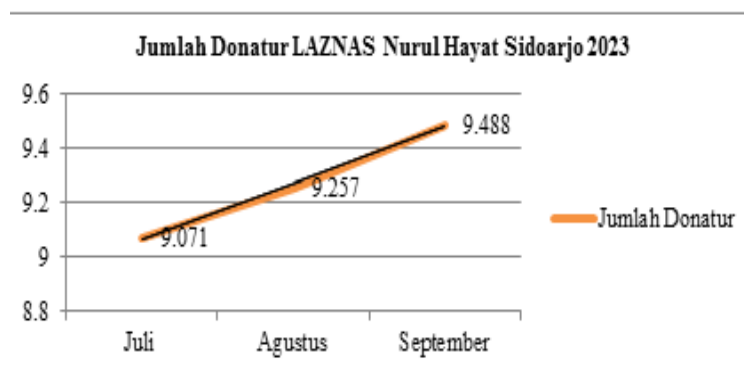
Dalam penerapan membangun kepuasan donatur di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, hal ini akan membangun kepuasan donatur dalam menunaikan dana ZIS nya di lembaga tersebut sehingga terjadi suatu peningkatan dana zakat. Dari hasil penelitian diperoleh data pertumbuhan donatur sebagai berikut :

**Table 1. Pertumbuhan Donatur LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo Periode Juli-September**

Per Juli-September	Jumlah Donatur
Juli	9.071
Agustus	9.257
September	9.488

Sumber : LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo (2023)

**Gambar 1. Peningkatan Jumlah Donatur Nurul Hayat Sidoarjo Periode Juli-September**



Sumber : LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo (2023)

Dalam tabel pertumbuhan donatur diatas, pertumbuhan donatur setiap bulan bertambah cukup besar. Hal ini terlihat dari data pada periode Juli 2023 ke periode Agustus 2023 naik sebesar 2,05%. Kemudian bertambah naik lagi pertumbuhan donatur pada periode Agustus 2023 ke periode September 2023 sebesar 2,49%. Ini menunjukkan bahwa LAZNAS Nurul Hayat

Sidoarjo dari periode Juli-Agustus ke periode Agustus-September memakai strategi dalam memberikan rasa puas terhadap para donatur sehingga dapat mempertahankan para donatur yang sudah ada di bulan sebelumnya dan juga menambah para donatur karena timbulnya rasa percaya terhadap LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo.

**Tabel 2. Peningkatan Dana ZIS LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo Periode Juli-Agustus**

Per Juli-September	Jumlah Donasi
Juli	434 Juta
Agustus	458 Juta
September	486 Juta

*Sumber : LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo (2023)*

Dalam tabel diatas peningkatan dana ZIS di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo setiap bulannya mengalami peningkatan. hal ini merupakan pengaruh membangun kepuasan donatur yang diaplikasikan oleh LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo cukup memperoleh hasilnya. Dari strategi ini, donatur dapat mengabarkan kepada teman atau saudaranya sehingga semakin banyak yang membayarkan ZIS-nya di LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo karena kepuasan para donatur atas pelayanan lembaga.

Kepuasan donatur sangatlah penting bagi lembaga amil zakat agar lembaga mampu mempertahankan donaturnya untuk peningkatan dana ZIS nya dan donaturpun menjadi loyal dan akhirnya datang lagi untuk menunaikan Zakat, Infaq, dan Sedekah di lembaga tersebut. sehingga dapat dikatakan donatur tersebut sebagai donatur rutin. Karena pelanggan adalah orang yang berkali-kali datang untuk membeli suatu produk atau jasa dari sebuah perusahaan atau lembaga karena rasa puasanya yang diberikan lembaga atau perusahaan.

Strategi yang dilakukan memberikan pengaruh terhadap donatur, hal ini dikonfirmasi oleh Ridha Rohimah "Ada pengaruhnya. Donatur masih mempercayai ZIS-nya melalui LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo dengan transparansinya LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo dalam penyampaian laporan. Fakta ini terkonfirmasi melalui hasil

wawancara dengan donatur, yang menyatakan bahwa saat karyawan dari LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo ketika memberikan penjelasan mengenai produk mereka, mereka menyampaikannya dengan sangat jelas dan memiliki pemahaman yang mendalam tentang segala hal yang terkait dengan produk tersebut. Selain itu, mereka juga menjalankan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan kepada mereka dengan disiplin yang tinggi. (Wawancara, Ridha Rohimah, 23 September 2023). Menurut Difathur Riza Afif "Strategi pelayanan yang dilakukan oleh petugas lapangan atau *fundriser* adalah dengan menjemput donasi di rumah donatur secara langsung dan rutin. Tidak hanya itu para *fundriser* juga selalu mendoakan para donatur. Strategi pelayanan yang dilakukan oleh *front office* LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo adalah dengan menyambut donatur saat datang ke kantor dengan 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun), serta tak lupa pula petugas *front office* mendoakan para donatur yang donasi langsung ke kantor. Pengaruhnya adalah yakni rasa kepercayaan donatur kepada LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, tidak hanya itu beberapa donatur juga memiliki rasa loyal dalam memberikan donasi serta menjadi LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo sebagai sahabat sejuak. (Wawancara, Difathur Riza Afif *Branch Manager*, 29 September 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi dan kepercayaan donatur. Transparansi LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo dalam penyampaian laporan mempengaruhi tingkat kepercayaan donatur terhadap ZIS yang disalurkan melalui organisasi tersebut. Hasil wawancara dengan donatur menunjukkan bahwa pelayanan yang jelas, pemahaman mendalam tentang produk, dan disiplin tinggi dari karyawan LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo juga mempengaruhi pandangan positif donatur terhadap organisasi. Strategi pelayanan yang dilakukan, seperti penjemputan donasi secara langsung dan rutin, pelayanan ramah, dan doa-doa untuk donatur, membentuk rasa kepercayaan dan loyalitas donatur terhadap LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo. Hal ini juga menciptakan hubungan yang lebih erat antara donatur dengan organisasi, di mana donatur merasa bahwa mereka adalah sahabat sejati bagi LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo. Dengan demikian, strategi pelayanan yang diterapkan oleh organisasi ini secara efektif mempengaruhi hubungan positif dengan donatur dan membangun kepercayaan yang kuat.

Berikut hasil wawancara dengan para donatur tetap LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo diantaranya: Pertama: “Donatur memilih untuk mendukung LAZNAS yang telah terpercaya karena melakukan audit rutin dan membiayai pegawai melalui usaha mandiri tanpa memotong donasi. LAZNAS ini memiliki beragam program yang sangat bermanfaat bagi masyarakat, dan memiliki kelebihan dalam hal program-program tersebut serta kepercayaan dan usaha mandiri yang berkembang. Selanjutnya, ada usulan agar LAZNAS ini dapat lebih aktif dalam mengajak para donatur yang bersedia untuk terlibat langsung dalam pelaksanaan program dan distribusi, serta berinteraksi dengan penerima manfaat seperti anak yatim. Hal ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang luar biasa dalam menggerakkan hati dan memperkuat silaturahmi antara donatur atau orang tua asuh dengan penerima

manfaat”. (Wawancara, Donatur Tetap Sejak Tahun 2009, 23 September 2023) Kedua: “Infaq diambil dan didistribusikan oleh petugas yang melakukan penyebaran dana secara luas, bahkan hingga ke luar negeri. Kegiatan penyebaran dana ini selalu disampaikan secara rutin setiap bulan dalam bentuk majalah yang dikirim kepada mereka. Selain dari apa yang telah disebutkan sebelumnya, mereka merasa tidak terikat oleh aturan yang menghambat mereka sebagai donatur rutin. Ini memudahkan mereka dalam menabung pahala”. (Wawancara, Donatur Tetap Sejak Tahun 2007, 23 September 2023) Ketiga: “Donatur telah berkontribusi selama sekitar 10 tahun. Mereka memiliki keinginan untuk berbagi dan selalu tetap terinformasi tentang setiap kejadian bencana atau musibah yang terjadi”. (Wawancara, Donatur Tetap Sejak Tahun 2013, 23 September 2023) Keempat: “Donatur yang telah berkontribusi selama 7 tahun. Penyaluran donasi dijalankan dengan jelas. Sampai saat ini, mereka belum menemukan kekurangan, dan mereka menganggap bahwa transparansi dalam penggunaan donasi sangat baik”. (Wawancara, Donatur Tetap Sejak Tahun 2016, 23 September 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para donatur tetap LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo, dapat disimpulkan donatur memilih mendukung LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo karena dianggap terpercaya, melakukan audit rutin, dan membiayai pegawai melalui usaha mandiri tanpa memotong donasi. Mereka melihat banyak program bermanfaat yang dijalankan dan mengapresiasi kelebihan program dan transparansi yang berkembang. Donatur juga mengusulkan agar LAZNAS lebih aktif mengajak mereka terlibat langsung dalam pelaksanaan program dan berinteraksi dengan penerima manfaat. Infaq donatur diambil dan didistribusikan dengan baik oleh petugas, bahkan hingga ke luar negeri. Donatur merasa senang karena kegiatan penyebaran dana disampaikan secara rutin setiap bulan melalui majalah. Mereka juga merasa tidak terikat oleh aturan yang menghambat sebagai donatur rutin, memudahkan mereka dalam menabung

pahala. Penyaluran donasi dijalankan dengan jelas dan transparansi dalam penggunaan donasi dianggap sangat baik. Hingga saat ini, mereka belum menemukan kekurangan yang signifikan. Dalam hal ini donatur tetap LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo mengapresiasi transparansi, program bermanfaat, dan kelebihan yang ditawarkan organisasi ini. Mereka juga menginginkan keterlibatan lebih aktif dalam kegiatan program dan berharap hubungan dengan penerima manfaat dapat diperkuat.

Hasil dari LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo peningkatan ZIS selalu berada dalam pelayanan yang bagus dengan membawa hasil kepada rasa puasnya para donatur yang akhirnya menjadi loyal terhadap lembaga tersebut. peningkatan ini akan terus dipertahankan dan juga terus ditingkatkan dengan cara para amil-amil akan selalu ditingkatkan dalam pelayanan kepada donatur dan dalam segi peningkatan kerja maupun segi keilmuannya. Dan LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo akan terus mengemas program-program yang lama yang telah dijelankannya.

## KESIMPULAN

Sejauh ini strategi yang diterapkan oleh LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo telah terbukti efektif dalam menjaga dan meningkatkan kepercayaan para donatur, hal ini dibuktikan dengan data donatur yang terus bertambah dalam laporan jumlah donatur triwulan LAZ Nurul hayat sidoarjo pada periode Juli 2023 ke periode Agustus 2023 dengan kenaikan sebesar 2,05%. Kemudian bertambah naik lagi pertumbuhan donatur pada periode Agustus 2023 ke periode September 2023 sebesar 2,49%, persentase tersebut bisa di katakan bagus mengingat LAZ sendiri merupakan lembaga non bank yang fungsi utamanya adalah untuk tujuan ibadah sehingga sifatnya sukarela dan tumbuh dari kesadaran ibadah masing masing setiap orang berbeda dengan lembaga keuangan bank yang peminatnya lebih banyak karena merupakan lembaga yang fleksibel, profitabel, dan memiliki banyak program investasi, dibalik kesuksesan LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo dalam

meningkatkan kepuasan donatur LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo menggunakan 5 indikator keberhasilan yakni, *tangible, responsiveness, reliability, assurance, empathy*. Strategi yang dinilai paling efektif dalam meningkatkan kepuasan donatur terhadap pertambahan dana ZIS yakni transparansi, pelayanan yang baik, kesadaran atas kebutuhan donatur, dan keterlibatan aktif donatur dalam program-program lembaga merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan donatur. Pengukuran dan pemantauan terhadap tingkat kepuasan donatur, seperti yang dilakukan melalui *software* sistem donasi, memungkinkan LAZNAS Nurul Hayat Sidoarjo untuk terus melakukan peningkatan dan penyesuaian strategi agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan donatur dengan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Ahmad Sudirman. 2017. *Zakat : Ketentuan dan Pengelolaannya*. CV. Anugrah Berkah Sentosa. Bogor
- Almasuddini, Hajar. 2019. Strategi Penghimpunan Zakat di Yayasan Nurul Hayat Surabaya. *Skripsi*, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Amrulloh, Yuzakky., & Dahruji. 2023. Pengaruh Harga, Label Halal Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Bakso Aci Taubat Food. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), p. 682-697.
- Aras P, Muh., Mappaming., & Umar, M. Amin. 2022. Pengelolaan Zakat Di Bidang Amil Zakat Nasional Kabupaten Mamuju. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 3(4), p. 1077-1087.
- Arifudin, Opan., Tanjung, Rahman., & Sofyan, Yayan. 2021. *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Pena Persada. Jawa Tengah.

- AS, Rike Apriliani, Aji, Pramuko., & Budiwati, Sari Dewi. 2022. Aplikasi Penggalangan Dana Donasi Bencana Alam Berbasis Web (Modul Donatur). *eProceedings of Applied Science*, 8(5), p. 624-630.
- Fuertes, Guillermo., Alfaro, Miguel., Vargas, Manuel., Gutierrez, Sebastian., Ternero, Rrodrigo., & Sabattin, Jorge. 2020. Conceptual Framework for the Strategic Management : A Literature Review-Descriptive. *Journal of Engineering*, p. 1-21.
- Gultom, Dedek Kurniawan., Arif, Muhammad., & Fahmi, Muhammad. 2020. Determinasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), p. 171-180.
- Irma, Ade., & Saputra, Hendra. 2020. Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel. *NIAGAWAN*, 9(3), p. 164-171.
- Jalaludin, Jojo. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 1(2), p. 40-48
- Marande, Yunruth. 2020. Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Kelurahan Gebangrejo Kecamatan Poso Kota Kabupaten Poso. *Jurnal Ilmiah Administratie*, 8(1), p. 33-39.
- Mubarok, Iqbal Syauqi. 2023. Donasikita : Sistem Informasi Transparansi Donasi. *Skripsi*, Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
- Nuzula, Jannatul Firdausi. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Muzakki Menyalurkan Zakat Profesi Melalui BAZNAS Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), p. 1-17.
- Putra, Cahya Gilang Ananda Kresna., Fatimah, Dinda Putri., & Nugraha, Rizki Nurul. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Front Office Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengelolaan Hotel Horison Bekasi. *Daya Saing : Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), p. 92-104.
- Riani, Ni Ketut. 2021. Strategi Peningkatan Pelayanan Publik. *JIP : Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), p. 2443-2452.
- Safani, Ria Meta., & Hasan, Dony Burhan Nor. 2022. Analisis Strategi Pengembangan Eduwisata Cakra Suramadu dalam Tinjauan Ekonomi Islam. *JIEFeS Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2), p. 141-156.
- Saragih, Sriayu Wulandari Br. 2021. Faktor-Faktor E-Service Quality Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Marelان). *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Setiawan, Aji., Qomariah, Nurul., & Hermawan, Haris. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), p. 114-126.