

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Meningkatkan kesejahteraan masyarakat merupakan tujuan dari pemberdayaan masyarakat melalui lembaga pengelolaan zakat, infak, dan sedekah Inisiatif Zakat Indonesia. Kota Bengkulu, sebagai salah satu tempat di mana Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) berlangsung, menjadi fokus utama dalam mempelajari hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat komitmen donatur. Kunci utama untuk memperkuat komitmen para donatur adalah dengan membangun kepercayaan.¹ Donatur memiliki komitmen untuk melahirkan generasi muslim yang berkualitas.² Faizal Huda Ramadhan, Firly Rio Triono mengatakan Faktor-faktor yang mempengaruhi minat atau pemanfaatan E-Zakat untuk pembayaran Zakat, Infaq dan Sedekah dipengaruhi oleh faktor ketersediaan layanan, risiko dan transparansi, sementara faktor tanggung jawab tidak cukup untuk memberikan pengaruh.³

M.Syarif Hidayatullah Elmas dkk, mengatakan kualitas layanan juga merupakan salah satu faktor menentukan loyalitas komitmen, dimana pelanggan menerima pelayanan dengan baik akan meningkatkan

¹ Handrian. "Bentuk Loyalitas Donatur pada Organisasi Filantropi". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, vol.8 No.3, 2016.165–182.

² Afdhal, Faizah. "Proses Kegiatan Penghimpunan Dan Distribusi Wakaf Tunai Di Baitul Maal Hidayatullah Surabaya". *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, Vol.3. No.6, Hal.490-503.

³ Faizal Huda Ramadhan, Firly Rio Triono. "Pengaruh online payment terhadap minat untuk berzakat online". *Jurnal ekonomi dan perbankan syariah*. Vol.8. 2022

loyalitas pelanggan donatur kepada inisiatif zakat Indonesia (IZI).⁴ Pemberdayaan masyarakat melalui IZI di Kota Bengkulu berfokus pada peningkatan kesejahteraan melalui keterlibatan donator. Minat donatur dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kesediaan layanan, resiko dan transparansi e-zakat, sedangkan kualitas layanan menentukan loyalitas. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan keterlibatan donator, menumbuhkan generasi muslim yang berkualitas dan mendukung tujuan pemberdayaan masyarakat.

Dalam dinamika Badan Amil Zakat, Infaq dan Sedekah IZI di Bengkulu, partisipasi donatur menjadi faktor krusial untuk menjamin keberlangsungan program pemberdayaan masyarakat. Montazemi, Oaki-Saremi, menunjukkan komitmen donatur terhadap lembaganya, begitu donatur yakin bahwa lembaganya adalah bagian yang sangat penting sebelum donatur memutuskan untuk berkomitmen pada lembaga tersebut.⁵ Gounaris mengatakan bahwa kepercayaan dapat berkontribusi pada tingkat komitmen yang tinggi, semakin banyak kepercayaan yang dimiliki investor, maka semakin besar komitmen mereka terhadap institusi.⁶

Mengenai lembaga-lembaga Islam, sebagian besar peneliti mengatakan bahwa kepercayaan donatur terhadap lembaga-lembaga Islam berasal dari komitmen mereka untuk mempercayai lembaga-

⁴ M.Syahril Hidayatullah dkk."Kepuasan pelanggan sebagai mediator hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan donatur pada baitul maal hidayatullah unit penghimpunan perwakilan bmh upp probolinggo. *Jurnal Ecobuss*. Vol. 4.2016

⁵ Montazemi, Oaki-Saremi dalam Mohamad Yusak Anshori." Analisis Loyalitas Donatur dan Brand Trust: Studi pada YDSF Al-Falah Surabaya". *Journal of Management and Business Review*. Vol 19, No 2. 2022 Hal: 92-107

⁶ Gouaris dalam Mohamad Yusak Anshori." Analisis Loyalitas Donatur dan Brand Trust: Studi pada YDSF Al-Falah Surabaya". *Journal of Management and Business Review*. Vol 19, No 2. 2022 Hal: 92-107

lembaga tersebut. Untuk lembaga Islam, Sumaedi juga menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan terhadap komitmen menunjukkan hasil yang tidak signifikan.⁷ Dengan demikian donatur bisa mempercayai mereka. Oleh karena itu, penting bagi Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) untuk memahami secara kontekstual peran partisipasi dan kepercayaan donatur dalam konteks kelembagaan Islam Kota Bengkulu, untuk memperkuat keterlibatan dan menjamin keberlangsungan program pemberdayaan yang dilaksanakan.

Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah donatur yang berkontribusi pada Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Bengkulu mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data yang tersedia, jumlah donatur pada tahun 2022 tercatat sebanyak 1.125 orang, meningkat menjadi 1.365 orang pada tahun 2023. Tren positif ini terus berlanjut pada tahun 2024 dengan jumlah donatur mencapai 1.477 orang, dan pada tahun 2025 mencapai 1.480 orang.⁸ Peningkatan ini menunjukkan adanya kepercayaan masyarakat yang semakin tinggi terhadap IZI Bengkulu sebagai lembaga pengelola zakat yang kredibel dan memiliki nilai yang dirasakan (*perceived value*) yang tinggi oleh para donatur. Dengan meningkatnya jumlah donatur setiap tahunnya, dapat diasumsikan bahwa IZI Bengkulu berhasil membangun citra positif dan memberikan pengalaman yang memuaskan kepada para donatur. Dalam ajaran Islam, sedekah merupakan salah satu bentuk amal kebaikan yang dianjurkan dan memiliki nilai ibadah yang tinggi.⁹ Konsep ini sejalan

⁷ Sumaedi dkk. "The Empirical Study on Patient Loyalty: The Role of Trust, *Perceived Value*, and Satisfaction (A Case Study from Bekasi, Indonesia)". *Clinical Governance: An International Journal*, Vol. 19 No. 3, 2014. Hal. 269-283.

⁸ Yunis, (staf Zakat Indonesia (IZI) Cabang Bengkulu), Wawancara 27 januari 2025

⁹ Arviana "Harta dan Pengelolaannya dalam Al-Qur'an: Tinjauan Surah Al-Kahfi ayat 46." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5.3 (2024) Hal.15

dengan prinsip *perceived value*, di mana seorang donatur memberikan sumbangan tidak hanya karena faktor material, tetapi juga karena manfaat emosional, sosial, dan spiritual yang dirasakan. Al-Qur'an menegaskan pentingnya bersedekah dengan janji pahala yang berlipat ganda serta dampak positif bagi individu dan masyarakat.

Sebagaimana firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 261:

مَثَلُ الَّذِي يَنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ ۗ وَاللَّهُ يُضَعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

"Perumpamaan orang-orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir ada seratus biji. Allah melipatgandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah Mahaluas lagi Maha Mengetahui." (QS. Al-Baqarah: 261)

Ayat ini menggambarkan bahwa sedekah memiliki nilai yang jauh lebih besar daripada jumlah yang diberikan, karena Allah akan melipatgandakan balasan bagi orang-orang yang bersedekah dengan ikhlas. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived value* dalam konteks donasi bukan hanya berupa manfaat duniawi, tetapi juga keyakinan akan balasan dari Allah.

Selain itu, dalam Surah Al-Hadid ayat 18, Allah juga berfirman:

إِنَّ الْمُسْدِقِينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضَعْفُ لَهُمْ وَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ

"Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah, baik laki-laki maupun perempuan, dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipatgandakan (ganjarannya) bagi mereka, dan bagi mereka pahala yang mulia." (QS. Al-Hadid: 18).

Ayat ini mempertegas bahwa sedekah bukanlah sekadar pemberian, melainkan investasi spiritual yang akan dikembalikan dengan balasan yang lebih besar. Dalam konteks penelitian ini, ayat-ayat tersebut memperkuat argumentasi bahwa *perceived value* dapat memengaruhi komitmen donatur, karena mereka menyadari bahwa kontribusi mereka memiliki manfaat yang lebih luas, baik di dunia maupun di akhirat.

Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk mengkaji bagaimana *perceived value* memengaruhi tingkat komitmen donatur dalam mendukung Inisiatif Zakat Indonesia, dengan mempertimbangkan aspek spiritual, sosial, dan emosional yang melatar belakangnya.

Salah satu aspek yang menjadi perhatian dalam konteks ini adalah *perceived value*, atau nilai yang dirasakan oleh donatur dalam kontribusinya. Dita Permata Syafitri mengatakan bahwa, nilai produk yang memuaskan dapat mempengaruhi keputusan donator pada IZI.¹⁰ Muhammad Wicaksono dkk, menyatakan bahwa donator mempertimbangkan variabel kualitas layanan gunakan peringkat untuk menentukan kepuasan terhadap layanan lembaga wakaf (Nadzir).¹¹ Dalam konteks kontribusi donatur Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), nilai yang dirasakan dan kepuasan terhadap layanan lembaga wakaf (Nazir) memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan donator. Donatur cenderung dipengaruhi oleh laporan dan produk yang memuaskan serta mempertimbangkan kualitas layanan lembaga wakaf untuk menentukan kepuasan mereka.

¹⁰ Dita Permata Syafitr.” Pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi donatur baitul maal hidayatullah cabang Kediri”. 1(2). (2014)

¹¹ muhammad wicaksono hasdyani putra,tika widiastuti,effendie. “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wakif terhadap Pelayanan Lembaga Wakaf”. *Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*. 13 (1). (2020)

Fenomena ini menciptakan landasan untuk mengeksplorasi lebih jauh dampak dari *perceived value* terhadap tingkat komitmen donatur dalam mendukung IZI di Kota Bengkulu. Sugiarto mengatakan bahwa *perceived value* perlu diperhatikan, sebab hal tersebut akan berpengaruh pada minat pewakaf atau donatur yang ingin mewakafkan harta bendanya. David Firmansyah dkk, mengatakan bahwa *perceived value* mempengaruhi loyalitas Nilai yang dirasakan yang mendorong pelanggan pada perusahaan atau penyedia layanan yang digunakan.¹² Fenomena ini menunjukkan bahwa pentingnya memahami dan mengelola *perceived value* dalam konteks mendukung kegiatan Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) di Kota Bengkulu. Dengan memperhatikan aspek ini, dapat meningkatkan tingkat komitmen donatur dan loyalitas mereka, sejalan dengan pemahaman bahwa *perceived value* dapat menjadi faktor kunci dalam memotivasi pewakaf atau donatur untuk berpartisipasi aktif dalam mendukung penyelenggaraan kegiatan amal seperti IZI. Peneliti menyoroti pentingnya kepercayaan dan nilai yang dirasakan dalam meningkatkan komitmen donatur terhadap kegiatan Badan Amil Zakat, Infaq dan Sedekah Inisiatif Zakat Indonesia di kota Bengkulu. Faktor-faktor seperti ketersediaan layanan, transparansi dan kualitas layanan Islami merupakan kunci untuk membangun kepercayaan dan loyalitas donatur. Dalam dinamika IZI, kepercayaan dan nilai yang dirasakan juga mempengaruhi keputusan donatur untuk berkomitmen dan membangun hubungan yang saling memperkuat untuk mendukung program pemberdayaan masyarakat. Berfokus pada nilai yang dirasakan oleh para donatur dan upaya untuk membangun

¹² David Firmansyah, Dorojatun Prihandono." Pengaruh kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan". *Management Analysis Journal*. 7 (1). (2018)

kepercayaan dapat menjadi strategi penting bagi Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) untuk memotivasi dan mempertahankan dukungan donator.

B. Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Perceived value* mempengaruhi komitmen donatur IZI ?
2. Apa saja faktor yang membentuk *Perceived Value* dari sudut pandang donator IZI?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka terdapat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap komitmen donatur Izi
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi *perceived value* terhadap komitmen donatur Izi

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana *perceived value* atau nilai yang dirasakan mempengaruhi partisipasi dan komitmen donatur terhadap inisiatif zakat Indonesia (IZI), serta memperluas teori yang ada dalam konteks filantropi. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan teori nilai yang dirasakan, keterlibatan donatur, dan evaluasi dalam konteks filantropi serta membuka jalan

bagi pengembangan model konseptual yang lebih komprehensif dalam bidang ini.

b. Manfaat secara praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi manajemen dakwah dalam meningkatkan loyalitas donatur dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi perceived value mereka. Dengan hasil penelitian, manajemen dakwah dapat merancang strategi penggalangan dana yang lebih efektif, meningkatkan transparansi, serta membangun kepercayaan donatur agar tetap berkontribusi secara berkelanjutan. Selain itu, dakwah kampus dapat menyesuaikan pendekatan komunikasi dan program sosial agar lebih relevan dengan kebutuhan serta harapan donatur, sehingga pengelolaan zakat menjadi lebih efisien dan berdampak luas bagi masyarakat.

E. Tinjauan pustaka

1. Penelitian yang dilakukan oleh Haryoko dan Dina meneliti tentang dampak atau pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas donatur pada Yayasan Yatim Indonesia Cabang Graha Raya Bintaro. Penelitian ini menggunakan metode Metode deskriptif kuantitatif melalui wawancara dan observasi langsung. Metode analisis yang digunakan uji validitas, uji reabilitas, uji koefisien regresi sederhana, uji koefisien determinasi, uji signifikansi (uji t). Hasil penelitiannya sebesar 0,280, artinya ada pengaruh yang Rendah antara Kualitas Pelayanan (Variabel X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Variabel Y). Dan jika dilihat dari Analisis Koefisien Determinasi didapat hasil 8% yang artinya pengaruh kualitas pelayanan sebesar 8% terhadap loyalitas donatur sedangkan 92% dipengaruhi oleh faktor lain yang memang tidak diteliti dalam penelitian ini, dan jika dilihat dari Analisis Regresi Linier Sederhana $Y = 22,415 + 0,215 X$, serta hasil Uji Hipotesis mendapatkan nilai t

hitung lebih besar dari t tabel sebesar $2,8855 > 1,6605$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas donatur pada Yayasan Sahabat Yatim Indonesia Cabang Graha Raya Bintaro.¹³ Persamaan penelitian ini Sama-sama meneliti faktor yang memengaruhi loyalitas donatur, menggunakan metode kuantitatif, serta menggunakan analisis regresi dan uji hipotesis sedangkan Perbedaannya dalam Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan sebagai variabel independen, sedangkan penelitian yang dilakukan meneliti *perceived value* sebagai faktor yang memengaruhi komitmen donatur.

2. Dalam penelitian Pasaribu dkk yang meneliti tentang analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas donatur dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif Jenis penelitian menggunakan metode angket yang mana pelaksanaannya dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner pada responden secara tidak langsung yaitu melalui google form. Hasil penelitiannya Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas donatur dalam membayar zakat, infaq dan sedekah. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas donatur dalam membayar zakat, infaq dan sedekah. Kepuasan pelanggan, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas donatur dalam membayar zakat, infaq dan sedekah. Pasaribu dkk

¹³ Ugeng Budi Haryoko, Rahma Dina. "pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas donatur pada yayasan yatim indonesia cabang graha raya bintaro". *Jurnal pemasaran kompetitif* Vol. 2No.3 Juni 2019. Hal.30

menyarankan keterbatasan dalam penelitian ini hendaknya lebih disempurnakan dengan memperluas atau menambah variabel lain dengan perkiraan variabel itu dapat mempengaruhi loyalitas donatur, sehingga penelitian ini mampu mencapai titik perbaikan kedepannya yang dapat mengembangkan penelitian dan mendapatkan hasil yang berbeda pada peneliti selanjutnya.¹⁴ Penelitian ini Sama-sama membahas faktor yang memengaruhi loyalitas donatur dalam membayar zakat, infak, dan sedekah serta menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, tetapi Penelitian Pasaribu dkk meneliti kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh perceived value terhadap komitmen donatur.

3. Penelitian yang dilakukan oleh muawanah meneliti tentang mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh dua faktor utama, yaitu kepercayaan dan citra lembaga, terhadap minat donatur membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (LAZ-UQ) di Jombang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Hasil penelitiannya kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat donatur dengan t -hitung sebesar $4.479 > t$ -tabel 1.665 dan tingkat signifikansinya $0,000$. Citra lembaga berpengaruh positif terhadap minat donatur dengan nilai t -hitung sebesar $3.122 > t$ -tabel 1.665 dan tingkat signifikansinya $0,000$. kepercayaan dan citra lembaga, secara

¹⁴ Nur Asriza Pasaribu, Zuhrinal M. Nawawi, Nur Ahmadi Bi Rahmani. "analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas donatur membayar zakat, infaq dan sedekah pada lembaga amil zakat dompet dhuafa di kota medan". *Intelektiva*. Vol 3 no 7 maret 2022. Hal.20-41

simultan berpengaruh positif terhadap minat donatur dengan nilai F hitung sebesar $43.293 >$ nilai F tabel 0.312 dan tingkat signifikansinya $0,000$.¹⁵ Dalam penelitian ini sama-sama Meneliti faktor yang mempengaruhi perilaku donatur dalam membayar zakat, infak, dan sedekah serta menggunakan metode kuantitatif, akan tetapi Penelitian Muawanah meneliti kepercayaan dan citra lembaga terhadap minat donatur, sedangkan penelitian ini meneliti bagaimana perceived value mempengaruhi komitmen donatur.

4. Syakuro dan Fikriyah meneliti tentang dampak kualitas pelayanan Islami terhadap tingkat kepuasan donatur di Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah (LAZISMU) Kabupaten Mojokerto. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini dengan jumlah sampel sebanyak 77 orang donatur LAZISMU Kabupaten Mojokerto. Hasil penelitiannya menemukan bahwa uji t berada pada nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan donatur. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) berada pada nilai 36.3% artinya variabel kualitas pelayanan berperan sebesar 36.3% terhadap kepuasan donatur. Syakuro dan Fikriyah menyarankan bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang sama dapat menambahkan variabel bebas agar dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih lengkap mengenai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan donatur. Semakin banyak variabel bebas yang digunakan diharapkan dapat semakin memberikan gambaran yang lebih luas mengenai masalah

¹⁵ Risalatul Muawanah.” Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar Zis (Zakat, Infaq dan Shadaqah) di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-Uq) Jombang”. *Journal of Business and Innovation Management*. Vol.1. No 2, Februari 2019. Hal. 111

yang diteliti. Persamaa dalam penelitian ini Sama-sama meneliti faktor yang berpengaruh pada donatur lembaga zakat dan menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan Perbedaan Penelitian ini meneliti perceived value dan hubungannya dengan komitmen donatur, sedangkan penelitian Syakuro dan Fikriyah lebih fokus pada kualitas pelayanan Islami dan dampaknya terhadap kepuasan donatur.¹⁶

5. Penelitian yang dilakukan oleh Abdillah dkk yang meneliti dinamika psikologis yang mendasari minat donatur dalam berkontribusi melalui penyaluran donasi. Penelitian ini menggunakan metode analisis dengan regresi linear berganda, uji korelasi dan determinasi serta uji hipotesis yaitu uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat donatur pada DPU Cabang Samarinda. semakin tinggi tingkat kepercayaan menurut persepsi para donatur DPU, maka semakin meningkatkan minat para donatur untuk konsisten menjadi donatur dan menjadi donatur tetap pada lembaga dana peduli ummat cabang Samarinda.¹⁷ Penelitian ini Sama-sama meneliti aspek psikologis yang memengaruhi keputusan donatur serta menggunakan metode regresi linear dalam analisis data. Perbedaannya Abdillah dkk meneliti citra lembaga dan kepercayaan terhadap minat donatur,

¹⁶ Ahmad Abdan Syakuro, Khusnul Fikriyah." Pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan donatur di lembaga amal zakat muhammadiyah (lazismu) kabupaten Mojokerto". *Jurnal Ekonomika dan bisnis islam*. Vol. 3. No.2.(2020). Hal. 200-209

¹⁷ Satria Abdillah, Eny Rochaida, Dirga Lestasi." Pengaruh citra lembaga dan kepercayaan terhadap minat donatur untuk menyalurkan donasi". *Jurnal ilmu ekonomi mulawarman*. Vol.4. NO.1. (2019). Hal.109

sementara penelitian ini lebih spesifik melihat pengaruh perceived value terhadap komitmen donatur.

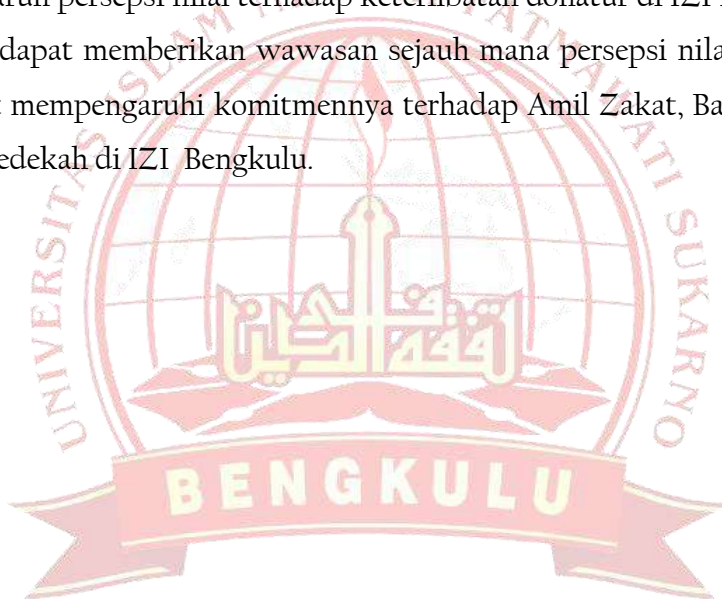
6. Lestari dan Lubis meneliti strategi digunakan untuk meningkatkan donatur berdonasi pada Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZ-WASHAL). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitiannya bahwa strategi modern yang menggunakan fitur donasi online guna mempermudah ibadah sedekah, platform donasi online dengan fitur pembayaran transfer via bank dan QRIS ini juga memudahkan donatur dalam menitipkan infaq, serta wakaf.¹⁸ Penelitian ini Sama-sama membahas strategi peningkatan jumlah donatur dalam lembaga zakat. Sedangkan Perbedaa penelitian ini dimana Penelitian Lestari dan Lubis berfokus pada strategi donasi online sebagai pendekatan modern untuk meningkatkan donatur, sementara penelitian ini membahas bagaimana perceived value berperan dalam membentuk komitmen donatur.
7. Syakuro dan Fikriyah, meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Donatur Di Lembaga Amil Zakat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran angket (kuesioner). Hasil penelitiannya kualitas pelayanan islami memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan donatur.¹⁹ Persamaan dalam penelitian ini Sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan meneliti faktor yang berpengaruh terhadap perilaku

¹⁸ Eka Lestari, Fauzi Arif Lubis." Strategi lembaga amil zakat al-washliyah beramal (laz-washal) untuk meningkatkan donatur berdonasi". *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, Vol. 1 No. 04, (2021). Hal.60-67

¹⁹ Syakuro, Fikriyah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Donatur Di Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah (Lazismu) Kabupaten Mojokerto". *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, vol.3,NO.2, (2020). Hal 200-209.

donatur di lembaga zakat. Adapun Perbedaannya Penelitian ini berfokus pada *perceived value*, sedangkan penelitian Syakuro dan Fikriyah lebih menekankan kualitas pelayanan Islami sebagai variabel utama yang berpengaruh terhadap kepuasan donatur.

Dari penelitian yang diuraikan diatas, terdapat banyak penelitian yang hampir mirip dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, namun tidak ada satupun yang meneliti pengaruh persepsi nilai terhadap keterlibatan donatur. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji pengaruh persepsi nilai terhadap keterlibatan donatur di IZI Bengkulu, yang dapat memberikan wawasan sejauh mana persepsi nilai donatur dapat mempengaruhi komitmennya terhadap Amil Zakat, Badan Infaq dan sedekah di IZI Bengkulu.



G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan penelitian ini, peneliti telah mempersiapkan sistem penulisan sedemikian rupa sehingga tidak menyimpang dari tujuan skripsi ini, yaitu:

BAB I Pendahuluan

Bab ini yang terdiri dari, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori:

Bab ini menggambarkan berbagai teori mengenai judul dalam penelitian ini yang terdiri dari, kajian teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian:

Bab yang terdiri dari, pendekatan dan jenis penelitian, definisi operasional variabel, waktu dan lokasi penelitian, sumber data penelitian, populasi sampel dan teknik sampling, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas data, teknik analisis data, dan Jadwal Penelitian.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang, deskripsi wilayah penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan penelitian.

BAB V Penutup

Bab yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

