

**PERAN KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERDONASI MELALUI KEPUASAN DONATUR
DI LAZISMU JAWA TENGAH**

Mohammad Wildan, S.T. 22221242

Program Magister Manajemen STIE Bank BPD Jateng

22221242@learning.stiebankbpdjateng.ac.id

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Zakat sebagai salah satu rukun Islam merupakan *fardlu'ain*. Allah SWT mewajibkan zakat kepada seluruh umat Islam atas kekayaan yang mencapai nisab. Zakat merupakan sumber keuangan yang mempunyai potensi besar dan dapat dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Kewajiban mengeluarkan Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS) diatur dalam UU No. 38 tahun 1999 yang diperbaharui dengan Undang-Undang No. 23 tahun 2011 kemudian dengan diterbitkannya Instruksi Presiden (Inspres) No. 3 Tahun 2014 yang berisi untuk mengatur optimalisasi penghimpunan zakat di kementerian/lembaga, Sekretariat Jenderal Lembaga Negara, Sekretariat Jenderal Komisi Negara, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas). Di lain sisi, kualitas pertumbuhan zakat di Indonesia luar biasa, dengan rata-rata tingkat pertumbuhan zakat sekitar 24% per tahun (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2019). Berdasarkan data statistik Zakat Indonesia, total pendanaan (Zakat, Infaq, CSR dan dana lainnya) pada tahun 2020 mencapai lebih dari Rp 12,4 triliun. Angka tersebut mengalami selisih sebesar Rp 2,2 triliun, lebih besar dibandingkan tahun lalu yang berkisar Rp 10,2 triliun.

Tabel 1.1
Jumlah Penghimpunan Dana ZIS secara Nasional

Tahun	Jumlah Penghimpunan Dana ZIS (dalam Milyar Rupiah)	Pertumbuhan (%)
2016	5.017,29	
2017	6.224,37	24,06
2018	8.117,60	30,42
2019	10.227,94	26,00
2020	12.429,25	42,12

Sumber : Outlook Zakat Indonesia 2022

Tabel di atas menunjukkan peningkatan penggalangan dana Nasional dari tahun ke tahun. Tahun 2016 sampai tahun 2017 mengalami pertumbuhan 24,06%, tahun 2017 sampai tahun 2018 tumbuh sebesar 30,42%, 2018 ke 2019 bertumbuh sebesar 26% dan di tahun 2019 ke 2020 mengalami pertumbuhan sebesar 42,12%.

Hingga Januari 2023, menurut data dari Kemenag, tercatat 37 LAZ berskala Nasional, 33 LAZ berskala Provinsi dan 70 LAZ skala Kabupaten/Kota yang memiliki izin legalitas dari Kementerian Agama. Dengan banyaknya LAZ di

Indonesia, hal ini membuka peluang bagi masyarakat untuk menyalurkan dana Zakat, Infaq, dan Sedekahnya melalui LAZ. Pada tahun 2023, Lazis Muhammadiyah memenangkan empat penghargaan dalam Indonesia *Fundraising Award* (IFA) yang diselenggarakan oleh Institut *Fundraising* Indonesia (IFI), termasuk kategori *Fundraising* ZIS Berbasis Ormas terbaik, *Fundraising* Infak Sedekah terbaik, Lembaga Pendukung Gerakan *Fundraising*, dan *Fundraising* Kemanusiaan Terbaik.

Tabel 1.2 Jumlah Penghimpunan Dana ZIS Lazisnu dan Lazismu Nasional

Tahun	Lazisnu	%	Lazismu	%
2018	Rp 294.859.161.476,00		Rp 92.729.493.213,00	
2019	Rp 515.485.705.611,00	75%	Rp 143.063.122.043,00	54%
2020	Rp 781.740.400.439,90	52%	Rp 192.356.774.509,00	34%
2021	Rp 1.044.387.877.222,00	34%	Rp 404.449.908.731,00	110%
2022	Rp 935.541.436.360,00	-10%	Rp 437.889.581.580,00	8%

Sumber : Lazisnu Nasional dan Lazismu Nasional

Penghimpunan dana lembaga zakat di Indonesia saat ini umumnya dilakukan secara langsung. Banyak lembaga, termasuk Lazismu Jawa Tengah, telah mendirikan fasilitas Amil Zakat di berbagai daerah. Lazismu mengelola dana Zakat, Infaq, dan Sedekah secara profesional, dengan fokus pada pemberdayaan masyarakat melalui berbagai program, seperti Beasiswa Sang Surya, *Save Our School*, Pemberdayaan UMKM, *Indonesian Mobile Clinic* (IMC), dan lainnya, yang mencakup pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial kemanusiaan, dakwah, dan lingkungan hidup. Lazismu Jawa Tengah berperan sebagai koordinator wilayah Provinsi Jawa Tengah. (Samsudin, 2022).

Masuk ke abad ke-21, perkembangan teknologi sangat pesat dengan lahirnya berbagai inovasi, terutama dalam bidang ilmu pengetahuan. Fenomena ini mencirikan era industri baru yang umumnya terhubung dengan digitalisasi di berbagai aspek kehidupan. Para ahli menyebut periode ini sebagai Revolusi Industri 4.0. Perubahan yang cepat ini membutuhkan respons dan adaptasi dari masyarakat, termasuk para pengelola Zakat seperti BAZNAS dan LAZ (Lembaga Amil Zakat). Dalam menghadapi transformasi ini, para pengelola Zakat perlu terus berinovasi, terutama dalam hal penggalangan dana, dengan memanfaatkan teknologi *digital* untuk meningkatkan efisiensi dalam pengumpulan Zakat, Infaq, dan Sedekah.

Kemajuan teknologi informasi, khususnya dalam *digital fundraising*, membuka peluang baru bagi organisasi amal seperti Lazismu Jawa Tengah untuk meningkatkan cakupan dan efektivitas penggalangan dana. *Digital fundraising* memungkinkan donatur berpartisipasi dengan cepat dan mudah melalui *platform online*. Kualitas sistem, kualitas informasi, dan kepuasan donatur menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan donatur untuk memberikan sumbangan.

Kualitas sistem mencakup aspek teknis dan fungsional dari *platform digital fundraising*, seperti kecepatan, kehandalan, dan keamanan. Sejalan dengan itu, kualitas informasi memainkan peran penting dengan menyediakan donatur informasi yang jelas, akurat, dan relevan mengenai tujuan penggalangan dana, penggunaan dana, dan dampak yang dicapai oleh Lazismu Jawa Tengah. Di sisi lain, kepuasan donatur mencerminkan tingkat kepuasan dan pengalaman positif donatur dalam menggunakan *platform digital fundraising* Lazismu Jawa Tengah.

Dalam inovasi *digital fundraising*, pemahaman yang mendalam tentang kualitas sistem, kualitas informasi, dan kepuasan donatur sangat penting. Penelitian ini bertujuan menganalisis sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi perilaku donatur di platform Lazismu Jawa Tengah. Dengan pemahaman yang lebih baik, diharapkan dapat dikembangkan strategi efektif untuk meningkatkan partisipasi donatur melalui *digital fundraising* dan memastikan transparansi serta kepuasan dalam penggalangan dana amal.

Dalam penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan hasil. Menurut Azy Athoiillah Yazid (2017), kualitas sistem dan kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat. (Yazid, 2017). Namun, Hanifah Nur'aini dan M. Rasyid Ridla (2015) menyimpulkan bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan membayar zakat. (Nur & Ridla, 2015). Dalam penelitian lain juga terdapat research gap yang menunjukkan bahwa Muzaki yang memutuskan untuk membayar zakat melalui *platform crowdfunding* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan pengguna. Persepsi kemudahan pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku. Hal ini karena pengguna merasa tidak perlu usaha berlebih untuk menggunakan sistem dengan benar, dan sistem mudah dipelajari, sehingga intensi untuk menggunakan sistem lebih tinggi. Pengguna juga meyakini bahwa kualitas sistem yang baik dapat memudahkan mereka, sehingga tingkat kegunaan *platform crowdfunding* dapat dirasakan. Hasil studi Bernadeta Asri Rejeki Tulodo dan Achmad Solichin (2019) disimpulkan bahwa kualitas sistem tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna. (Tulodo & Solichin, 2019). Oleh karena itu perlu untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas sistem terhadap keputusan berdonasi dengan menggunakan mediasi kepuasan pengguna.

Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan di atas, penulis tertarik untuk meneliti terkait manajemen lembaga zakat khususnya tentang *fundraising* dan judul penelitian ini adalah **“PERAN KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI MELALUI KEPUASAN DONATUR DI LAZISMU JAWA TENGAH”**.

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kepuasan donatur mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan donatur untuk berdonasi, dan bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi juga mempunyai dampak terhadap kepuasan donatur.

1.3. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik untuk ilmiah maupun praktis.

1. Secara Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk pengembang keilmuan khususnya pada bidang *digital marketing* dan *digital fundraising* atau penghimpunan dana melalui *digital* serta dapat dijadikan sebagai sumber referensi atau rujukan pada perpustakaan STIE Bank BPD Jateng.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan dijadikan suatu sumber informasi bagi masyarakat umum serta para pengampu kebijakan untuk memberikan perhatian pada Zakat, Infaq dan Sedekah di Indonesia.

2. Kajian Pustaka

2.1. Grand Theory dan Konsep Variabel

A. Grand Theory

TAM merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dirancang khusus untuk memodelkan penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap sistem informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) – Model Penerimaan Teknologi – diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. Model TAM diperkenalkan untuk menjawab (1) mengapa pengguna menerima atau menolak teknologi informasi dan (2) bagaimana penerimaan pengguna (*user*) dipengaruhi oleh fitur desain sistem (Berakon et al., 2023). Ada tiga faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem yang dikemukakan oleh Fred Davis :

1. *Perceived Usefulness*

Suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.

2. *Perceived Ease of Use*

Suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah

3. *Intention To Use*

Kecenderungan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi.

Beberapa faktor di atas dapat digunakan sebagai variabel dalam penelitian untuk menentukan bagaimana penerimaan dari user terhadap suatu sistem / sistem informasi yang ingin dibangun atau sudah berjalan. Kurangnya penerimaan pengguna (*user acceptance*) telah lama menjadi hambatan utama bagi keberhasilan sistem informasi.

Dalam konteks TAM, persepsi tentang kualitas sistem mencakup keberhasilan teknis dan fungsional dari suatu teknologi. Kualitas sistem dalam *digital fundraising* mencakup aspek teknis dan fungsional *platform*, seperti kecepatan, kehandalan, dan keamanan. Persepsi positif terhadap kualitas sistem dapat meningkatkan penerimaan teknologi. Kualitas informasi dalam TAM dapat terkait dengan sejauh mana informasi yang disediakan oleh suatu teknologi dianggap berguna dan dapat diandalkan. Dalam konteks *digital fundraising*, kualitas informasi mencakup ketepatan, kejelasan, dan relevansi informasi terkait penggalangan dana. Donatur yang merasa informasinya berkualitas lebih tinggi mungkin lebih cenderung untuk berdonasi. Kepuasan pengguna adalah faktor kunci dalam penerimaan teknologi menurut TAM. Jika pengguna merasa puas dengan pengalaman menggunakan teknologi, kemungkinan mereka untuk menerima dan terus menggunakannya lebih tinggi. Kepuasan donatur dapat dipengaruhi oleh pengalaman mereka menggunakan *platform digital fundraising*. Faktor seperti kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan hasil akhir dari penggalangan dana dapat berkontribusi pada tingkat kepuasan donatur. Keputusan untuk menerima atau menolak teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan. Dalam konteks *digital fundraising*, keputusan donasi dapat dipengaruhi oleh penerimaan teknologi

(TAM), kualitas informasi, kualitas sistem, dan tingkat kepuasan donatur. Jika donatur puas dengan pengalaman *digital fundraising* dan memiliki persepsi positif terhadap kualitas sistem dan informasi, mereka mungkin lebih cenderung untuk melakukan donasi.

Berdasarkan jurnal *An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University Students' Behavioral Intention to Use e-Learning* (Park, 2009) menggunakan TAM untuk menganalisis kebiasaan dari mahasiswa untuk menggunakan *e-Learning*. Dan berdasarkan jurnal *Using the Technology Acceptance Model in Understanding Academics' Behavioural Intention to Use Learning Management Systems* (Alharbi & Drew, 2014) juga menggunakan TAM untuk melihat keinginan pelaku akademik menggunakan *Learning Management System*. Berbagai penelitian telah menggunakan TAM dan menunjukkan bahwa TAM adalah model yang valid untuk menguji diterimanya suatu sistem / sistem informasi. Jadi model TAM direkomendasikan sebagai variabel penelitian jika ingin menguji tentang penerimaan sebuah sistem / sistem informasi.

B. Konsep Variable

1. Kualitas Sistem

Kualitas sistem mengacu pada bagaimana suatu sistem mampu berfungsi dengan baik dan optimal serta menghasilkan keluaran (*output*) yang memenuhi harapan pengguna sistem. DeLone & McLean (2003) mendefinisikan kualitas sistem sebagai indikasi atau acuan kualitas kualitas yang diharapkan dari sistem dan informasi yang sesuai tentang karakteristik produk. Kualitas sistem dalam sistem informasi adalah kombinasi fungsi perangkat lunak dan perangkat keras dalam sistem.

2. Kualitas Informasi

Kualitas informasi adalah cara informasi disajikan secara lengkap dan jelas sehingga pengguna dapat teredukasi. Jika Anda ingin membeli produk tersebut. Integritas informasi menjadi dasar terpenting dalam pengambilan keputusan konsumen saat membeli produk. Seddon (1997), mendefinisikan manfaat yang dicapai adalah manfaat yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pengguna layanan informasi. Bagi konsumen, kualitas informasi merupakan ukuran terpenuhinya kebutuhan dan harapan pihak yang membutuhkan informasi untuk mengambil keputusan. Di sisi lain, menurut Seddon (1997), kualitas informasi mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Kualitas informasi mengacu pada kemudahan pengguna sistem dalam mencerna dan mengambil manfaat dari informasi. Adapun indikator pengukuran kualitas informasi menurut Jogiyanto (2009), yaitu: (1) akurat; (2) relevan; (3) kelengkapan; (4) mudah dimengerti.

3. Kepuasan Pengguna

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (baik, pantas) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat memiliki arti “memiliki perasaan yang baik ketika kita berhasil meraih sesuatu yang kita inginkan”, “suatu cara untuk pemenuhan kebutuhan”, dan “perbuatan yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah”. Hornby, (2015).

Kotler & Keller (2009), mendefinisikan kepuasan pengguna sebagai melibatkan perasaan senang dan kecewa karena perbandingan antara kinerja yang diharapkan dan kenyataan. Jika hasilnya sesuai dengan yang diharapkan maka pengguna akan puas. Kepuasan pengguna terjadi ketika harapan pengguna sesuai dengan harapan awal sebelum menggunakan produk (Lupioadi & Hamdani, 2006).

4. Keputusan Berdonasi

Pengambilan keputusan terjadi di setiap bidang dan kegiatan serta pemikiran manusia itu sendiri, maka dari itu banyak sekali disiplin ilmu yang menjelaskan dan membuat sistematika dari seluruh proses pengambilan keputusan. Keputusan yang diambil itu diartikan sebagai suatu tindakan yang telah dipertimbangkan oleh seseorang. Dalam konteks penelitian ini membahas tentang pengambilan keputusan dalam berdonasi yang didefinisikan sebagai langkah seseorang dalam melakukan suatu Tindakan donasi (Faradilah et al., 2022). Menurut Kotler dan Keller (2019), Keputusan adalah suatu perilaku konsumen dalam berkeinginan untuk membeli melakukan sesuatu (Azizah et al., 2021). Kotler mengemukakan beberapa hal yang menjadi indikator suatu keputusan, yaitu : Kemantapan terhadap suatu produk, Kebiasaan dalam membeli suatu produk, Memberikan rekomendasi kepada orang lain dan Melakukan pemebelian kembali.

Tabel 2.1 Jumlah Pengunjung *Paltform Digital Fundraising* Lazismu Jawa Tengah

Situs	Total Pengunjung	Total Donatur
lazismupeduli.id	1569	227

Sumber : Lazismu Jawa Tengah

Meskipun jumlah pengunjung *website* mencapai 1569, namun hanya 227 yang menunjukkan memutuskan untuk berdonasi, rendahnya persentase pengunjung yang bertransformasi menjadi donatur menjadi faktor masalah yang perlu mendapatkan perhatian serius. Hal ini menunjukkan potensi hambatan atau kendala yang mungkin dihadapi dalam mengubah keputusan menjadi tindakan konkrit berupa donasi.

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Saragih & Ramdhany, 2013) <i>Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (Fjb) Kaskus</i>	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara keseluruhan memiliki pengaruh yang lebih kuat pada keinginan untuk kembali belanja online daripada kepercayaan dan persepsi harga.
2.	(Amarin & Wijaksana, 2021) <i>Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Infromasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka Di Kota Bandung)</i>	Temuan penalitian menunjukan hasil bahwa secara parsial tidak ada hubungan antara kualitas sistem dengan kepuasan konsumen, sementara itu untuk kualitas informasi dan kualitas layanan ada kaitannya dengan kepuasan konsumen.
3.	(Li et al., 2023) <i>The Use Of Social Media For A Better World</i>	Hasil penelitian menunjukan secara parsial tidak ada hubungan antara kualitas sistem dengan kepuasan

	: <i>Roles Of Social Experience, Empathy And Personal Impulsiveness In Charitable Crowdfunding</i>	konsumen, sementara itu untuk kualitas informasi dan kualitas layanan ada kaitannya dengan kepuasan konsumen.
4.	(Sofiani, 2019) <i>Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Dengan Minat Sebagai Variabel Mederating (Studi Kasus Pada Lazismu Cabang Suruh)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra lembaga tidak berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat di Lazis Mu, (2) kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat di Lazis Mu.

2.2. Pengembangan Hipotesis

Hubungan Kualitas Sistem terhadap Keputusan Berdonasi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Adika, L. Ayu (2021), menyatakan kualitas sistem memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pengguna. Maka dapat disimpulkan semakin baik persepsi kualitas sistem akan semakin meningkatkan keputusan pengguna Shopee *Paylater* (Adika, 2021).

H1 : Bila kualitas sistem semakin baik, maka keputusan pengguna untuk berdonasi semakin tinggi

Hubungan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Berdonasi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fuad dan Monika (2020), menyatakan terdapat pengaruh positif pada variabel kualitas informasi terhadap keputusan (Maulana & Tiarawati, 2020).

H2 : Bila kualitas informasi semakin baik, maka keputusan pengguna untuk berdonasi semakin tinggi

Hubungan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Donatur

Kualitas sistem dapat dikaitkan dengan proses pemrosesan suatu sistem informasi. Pengguna dapat dinilai puas terhadap sistem informasi yang diberikan jika mereka merasa sistem tersebut stabil, memudahkan pekerjaannya, mempercepatnya, dan menghemat waktu dalam menggunakan sistem. Tingginya tingkat kestabilan yang dihasilkan, maka pemakai pun akan puas dengan hasilnya (DeLone & McLean, 2003). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah dan Yunanto (2018), menyatakan bahwa kualitas sistem dinyatakan dapat mempengaruhi serta meningkatkan kepuasan pengguna (Khairunnisa & Yunanto, 2018).

H3 : Bila kualitas sistem semakin baik, maka kepuasan donatur semakin tinggi.

Hubungan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Donatur

Kualitas informasi merupakan karakteristik hasil yang dicapai dalam sistem informasi, termasuk manajemen dan Web (DeLone & McLean, 2003). Berdasarkan hal tersebut dapat diukur seberapa tepat hasil dari sistem informasi yang digunakan. Kualitas informasi merupakan hasil pengumpulan informasi untuk digunakan dan dijadikan referensi lebih lanjut (Puspa, 2017). Jika kualitas yang dihasilkan bagus, otomatis Anda bisa mengandalkannya saat mengambil keputusan. Apabila informasi yang dihasilkan kurang baik maka akan mempengaruhi kepuasan penggunaan sistem.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Shanaz dan Tri (2021), menyatakan bahwa kualitas informasi memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Alasan yang membuat kualitas informasi dinilai baik adalah kualitas informasi dari aplikasi Berrybenka memberikan kelengkapan informasi produk yang

mendetail sehingga konsumen merasa mudah mencari produk yang diinginkan (Amarin & Wijaksana, 2021)

H4 : Bila kualitas informasi semakin baik, maka kepuasan donatur semakin tinggi.

Hubungan Kepuasan Donatur terhadap Keputusan Berdonasi

Niat mengukur seberapa keras orang mau mencoba dan seberapa besar usaha yang mereka lakukan untuk melakukan sesuatu (Ajzen, 1991). Dengan demikian definisi dari keputusan berdonasi pada penelitian ini yaitu sejauh mana pengguna berencana untuk memanfaatkan teknologi berupa digital fundraising dalam kegiatan berzakat.

H5 : Bila kepuasan donatur baik, maka keputusan untuk berdonasi semakin tinggi
Pengaruh kualitas sistem melalui kepuasan terhadap keputusan berdonasi

Kualitas suatu sistem informasi merupakan karakteristik informasi yang melekat pada sistem itu sendiri, dan kegunaan yang dirasakan mengacu pada seberapa mudah suatu teknologi komputer dianggap untuk dipahami dan digunakan. Sebagai *perceived ease of use* yang merupakan tingkat seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pengguna sistem informasi merasa sistemnya mudah digunakan, tidak memerlukan banyak tenaga dan waktu dalam penggunaannya, serta lebih senang bekerja dan merasa puas. Penelitian sebelumnya mengenai *Theory of Reasoned Action* (TRA) atau teori tindakan bersama dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), dimana seseorang akan memanfaatkan sistem informasi dengan alasan bahwa sistem tersebut akan menghasilkan manfaat bagi dirinya. TRA ini menggambarkan tahapan perilaku manusia. Pada tahap awal, perilaku (*behavior*) diasumsikan ditentukan oleh niat (*intention*). Pada langkah selanjutnya, niat dapat dijelaskan dalam kaitannya dengan norma subjektif berupa sikap terhadap perilaku (*attitudes toward the behavior*) dan norma subyektif (*subjective norms*) dalam bentuk kepercayaan tentang konsekuensi perilaku tersebut dalam kaitannya dengan harapan normatif orang yang bersangkutan. Orang yang mempunyai sistem dengan kualitas sistem yang baik akan merasa puas dan senang dengan sistem informasi yang ada di pikirannya.

Kepuasan pelanggan adalah inti dari pemasaran dalam proses pertukaran karena memberikan kontribusi terhadap keberhasilan penyedia layanan (Darian, Tucci dan Wiman, 2001). Semakin konsumen mendapatkan apa yang mereka harapkan ketika membeli atau menerima suatu layanan, semakin besar kemungkinan mereka untuk membeli lagi pada tingkat yang sama. Semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas terhadap produk atau jasa tersebut (Wong dan Sohal, 2003). Penelitian mengenai pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan beli ulang dilakukan oleh Budi dan Sihombing, 2010. Terdapat hubungan positif antara kepuasan dan keputusan pelanggan.

H6 : Kualitas Sistem berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi melalui kepuasan donatur sebagai mediasi.

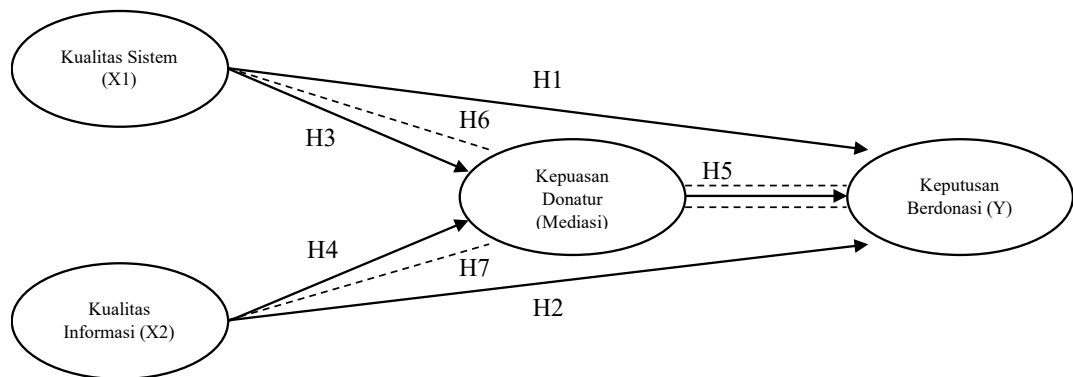
Pengaruh kualitas informasi melalui kepuasan terhadap keputusan berdonasi

Sebuah studi yang dilakukan Supriatna (2012) menemukan bahwa peningkatan kualitas informasi menyebabkan peningkatan kepuasan pengguna. Kristianto (2013) juga menemukan bahwa kualitas informasi berdampak positif

terhadap kepuasan pengguna akhir terhadap perangkat lunak SIASAT UKS. Pernyataan tersebut didukung oleh Zai dan Anastasya (2016) yang berpendapat bahwa kualitas informasi berdampak positif terhadap kepuasan pengguna. Nurhayati et al. (2016) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas informasi mempunyai dampak positif terhadap kepuasan pengguna terhadap sistem informasi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Kusumadewi et al., 2020) memberikan hasil bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli ulang. Hal sejenis juga dapat ditemukan pada penelitian (Maharani Purbasari & Aini, 2019) bahwa kepuasan nasabah dan keputusan beli ulang saling mempengaruhi secara signifikan satu sama lain.

H7 : Kualitas Informasi berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi melalui kepuasan donatur sebagai mediasi.



Gambar 2.1 : Gambar Empirik Penelitian

2.3. Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mendistribusikan kuisioner kepada masyarakat umum di wilayah Jawa Tengah. Dan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini yaitu menggunakan rumus *Infinite Population* dimana rumus tersebut digunakan untuk menghitung banyaknya sampel minimum suatu survei populasi yang tidak diketahui jumlahnya, dimana tujuan utama dari survei tersebut adalah untuk mengestimasi proporsi populasi.

3. Metode Penelitian

3.1. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2017), definisi operasional variabel merupakan penjabaran atau konkritisasi dari variabel penelitian ke dalam bentuk yang dapat diukur atau diamati secara empiris. Definisi operasional menghubungkan konsep atau sifat yang abstrak dengan indikator-indikator yang dapat diobservasi atau diukur secara konkret.

Penelitian ini akan dilakukan secara online, disebabkan responden yang dibutuhkan adalah masyarakat umum di seluruh Kota/Kabupaten di Jawa Tengah, penelitian ini dilakukan dengan bantuan *google form* yang disebarakan melalui aplikasi *Whatsapp*. Data yang digunakan adalah data primer yang dihasilkan dari jawaban responden yang dipergunakan untuk membuktikan dari tujuan penelitian. Dan diolah dengan menggunakan aplikasi *Smart PLS*.

Berdasarkan pengertian diatas, maka definisi operasional dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut : 1). Kualitas Sistem. Kualitas sistem adalah kemampuan

atau kinerja suatu sistem dalam memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna (DeLone dan McLean, 1992). Indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada skala Likert 5 poin. Indikator pertanyaan dari variabel kualitas sistem ini berkaitan dengan kemudahan untuk digunakan (*ease of use*), keandalan sistem (*reliability*), kecepatan akses (*response time*), fleksibilitas sistem (*flexibility*) dan keamanan sistem (*security*). 2). Kualitas Informasi. Kualitas informasi merupakan ukuran kinerja suatu sistem informasi (DeLone dan McLean, 1992). Indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada skala Likert 5 poin. Indikator pertanyaan dari variabel kualitas informasi ini berkaitan dengan akurasi (*accuracy*), ketepatan waktu (*timeliness*), kelengkapan (*completeness*), relevansi (*relevance*), dan konsistensi (*consistency*). 3). Kepuasan Donatur. Kepuasan pengguna merupakan reaksi pengguna terhadap penggunaan keluaran suatu sistem informasi (Jogiyanto, 2007). Indeks untuk mengukur kepuasan pengguna mencakup "kepuasan sistem", "kepuasan informasi", dan "kepuasan layanan". 4). Keputusan Berdonasi. Kotler dan Keller (2019), Keputusan adalah suatu perilaku konsumen dalam berkeinginan untuk membeli melakukan sesuatu. Indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada skala Likert 5 poin. Menurut Kotler ada 4 indikator yang berhubungan dengan keputusan, yaitu : Kemantapan terhadap suatu produk, Kebiasaan dalam membeli suatu produk, Memberikan rekomendasi kepada orang lain dan Melakukan pembelian kembali.

3.2. Populasi dan Sampel

A. Populasi

Sugiyono (2019: 126) menyatakan bahwa populasi adalah suatu wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari obyek-obyek atau benda-benda dengan jumlah dan ciri-ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dan sampel pada data penelitian yang akan dibuktikan diambil dari masyarakat umum yang pernah berdonasi di Lazismu dan berada di wilayah Provinsi Jawa Tengah.

B. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian yang digunakan akan mewakili dari jumlah populasi yang ada. Populasi dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan dengan pasti berapa jumlahnya untuk dijadikan sampel maka populasi ini tergolong populasi tidak terhingga (*Infinite Population*) sehingga penentuan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Infinite Population* dari Daniel dan terrel dalam (Churiyah dan Hagayuna ,2012) dengan menggunakan rumus:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p(1-p)}{e^2}$$

Gambar 3.1 : Rumus *Infinite Population*

Keterangan :

n = jumlah sampel minimum

Z_{α/2} = tingkat kepercayaan

P = estimasi proporsi

e = tingkat kesalahan maksimum

Pada penelitian ini minimal sampel sejumlah 73 responden. Sampel yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 75 responden.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer pada penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner pada masyarakat umum yang berada di wilayah Jawa Tengah. Setelah jawaban responden didapat maka akan dilanjutkan dengan melakukan uji dengan aplikasi *Smart PLS*.

3.4. Metode Analisis Data

Penelitian ini mengembangkan model kausal, atau bukti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, berdasarkan teori yang ditetapkan peneliti. Teori yang dipilih untuk penelitian adalah teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap sistem informasi. Dengan melakukan pengujian *Partial Least Square* (PLS), Analisa Model Pengukuran (*Outer Model*), Analisa Model Struktural (*Inner Model*), dan Uji Hipotesis.

A. Uji *Partial Least Square* (PLS)

Penggunaan PLS adalah untuk mengetahui kerumitan hubungan variabel laten dan variabel laten yang lainnya, serta hubungan variabel laten dengan indikator-indikatornya. PLS diuraikan dengan dua persamaan yaitu inner model dan outer model. *Inner model* (model struktural) berfungsi untuk menetapkan spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Sedangkan *outer model* (model pengukuran) berfungsi untuk menentukan cara mengukur variabel laten. Dalam penelitian ini berikut persamaannya :

$$M = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_1 \quad \text{persamaan....(1)}$$

$$Y = \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2 + \beta_5 M + e_2 \quad \text{persamaan....(2)}$$

Keterangan

M = Kepuasan Donatur

Y = Keputusan Berdonasi

X1 = Kualitas Sistem

X2 = Kualitas Informasi

β = Koefisien Regresi

e = Kesalahan Regresi

B. Analisa Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model Pengukuran dalam uji PLS dilakukan untuk menguji validitas internal dan reliabilitas. Analisa model pengukuran (*outer model*) ini akan menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya, atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Analisa model pengukuran (*outer model*) dengan melihat validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*).

1. Validitas konvergen (*convergent validity*) adalah nilai faktor loading pada laten dengan indikator-indikatornya. Faktor loading adalah koefisien jalur yang menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya. Validitas konvergen (*convergent validity*) dievaluasi dalam dua tahap.

Indikator validitas: dilihat dari nilai faktor loading dan t-statistic sebagai berikut:

- i. Jika nilai faktor loading antara 0,5-0,6 maka dikatakan cukup, sedangkan jika nilai faktor loading $\geq 0,7$ maka dikatakan tinggi (Imam Ghozali, 2006).
 - ii. Nilai t-statistic $\geq 1,96$ menunjukkan bahwa indikator tersebut sah (Uce Indahyanti, 2013).
2. Reliabilitas konstruk: dilihat dari nilai *output Composite Reliability* (CR). Kriteria dikatakan reliabel adalah nilai CR lebih besar dari 0,7 (Uce Indahyanti, 2013).
 3. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE): nilai AVE yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,5 (Uce Indahyanti, 2013). Validitas diskriminan (*discriminant validity*) dilakukan dalam dua tahap, yaitu dengan cara melihat nilai *cross loading* faktor dan membandingkan akar AVE dengan korelasi antar konstruk/variabel laten. Cross loading faktor untuk mengetahui apakah variabel laten memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan korelasi indikator dengan variabel latennya harus lebih besar dibandingkan korelasi antara indikator dengan variabel laten yang lain. Jika korelasi indikator dengan variabel latennya memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi indikator tersebut terhadap variabel laten lain, maka dikatakan variabel laten tersebut memiliki validitas diskriminan yang tinggi (Uce Indahyanti, 2013). Nilai AVE direkomendasikan $\geq 0,5$.

C. Analisa Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* (R^2) untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji *t-statistic* serta signifikan dari koefisien parameter jalur *structural*. R^2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Kriteria batasan nilai R^2 ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,75, 0,5, dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, *moderate* dan lemah. Pengaruh besarnya f^2 dapat dihitung dengan R^2 *included* dan R^2 *excluded* adalah *R-square* dari variabel laten dependen ketika prediktor variabel laten digunakan atau dikeluarkan didalam persamaan structural.

Nilai f^2 sama dengan 0,02, 0,15, dan 0,35. Disamping melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-square predictive relevance* untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

D. Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis dapat dilakukan melalui menu bootstrapping serta dapat dilihat tabel Path Coefficients nilai p -values dan t-statistic. Ghozali (2015) menyatakan bila nilai signifikansi dari p -value lebih kecil dari 0,05 dan nilai signifikansi sebesar 0,05 dan nilai t-statistik $> 1,96$ path coefficient dinilai signifikan (Hair, J., Ringle, C. and Sarstedt, 2011). Sedang untuk melihat

besarnya pengaruh hubungan bisa dilihat di koefisien jalur. (Diamantopoulos,A. & Siguaw, 2000) menyatakan bahwa apabila koefisien jalur kurang dari 0,30 artinya menunjukkan pengaruh moderat/sedang, lalu 0,30 sampai dengan 0,60 artinya menunjukkan pengaruh kuat, sedangkan lebih dari 0,60 artinya menunjukkan sangat kuat pengaruhnya.

E. Uji VAF (*Variance Accounted For*)

Pengujian tahap akhir, jika pengaruh variabel Kualitas Sistem dan variabel Kualitas Informasi terhadap variabel Keputusan Berdonasi tidak signifikan sedangkan pengaruh variabel Kepuasan Donatur terhadap variabel Keputusan Berdonasi signifikan pada *T-Statistic* > 1,96, maka variabel mediasi terbukti memediasi pengaruh variabel eksogen terhadap endogen.

Alternatif pengujian model mediasi SEM-PLS dengan metode VAF (*Variance Accounted For*). Menghitung Nilai VAF dengan rumus (Hair *et.al*, 2013)

$\text{VAF} = \frac{\text{Indirect Effect}}{\text{Total Effect}}$	$\text{VAF} = \frac{a \times b}{ab \times c}$
---	---

Gambar 3.2 : Rumus VAF

Pengambilan kesimpulan mediasi :

- a) Jika nilai VAF > 80% maka mediasi penuh / sempurna;
- b) Jika nilai VAF > 20% dan < 80% maka mediasi parsial;
- c) Jika nilai VAF < 20% maka tidak ada efek mediasi.