

Evaluasi Website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) Ditinjau dari Perspektif *Public Value* (Studi pada OPZ Skala Nasional)

Putri Dwi Agustina, Faizatul Ansoriyah

Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret
email: putridwiagustina@student.uns.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui evaluasi website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) skala nasional ditinjau dari perspektif *public value*. Perspektif *public value* dilihat dari pandangan teori yang disampaikan oleh Jorgensen dan Bozeman (2007). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan bantuan perangkat lunak sortsite dan pendekatan kuantitatif analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan pada perspektif teknis menghasilkan bahwa hanya website milik LAZ Al-Azhar yang memiliki kesalahan paling minimal dan dikatakan lebih baik dari rata-rata pada semua aspek. Sedangkan website lainnya masih ditemukan kesalahan di bawah rata-rata baik di aspek *errors*, *accessibility*, *compatibility*, *standards*, atau *usability*. Sementara pada evaluasi perspektif *public value* dengan analisis isi kuantitatif menunjukkan website OPZ mendapat nilai relatif cukup baik dalam memenuhi minimal prinsip *public value*. Tiga dari lima aspek *public value* yaitu amanah, transparansi, dan dialog memiliki rerata lebih dari 2 yang artinya baik. Sedangkan 2 lainnya keterlibatan warga dan *responsiveness* memiliki rerata kurang dari 2. Adapun dari 36 website yang memiliki nilai rerata *public value* paling baik yaitu LAZ Inisiatif Zakat Indonesia.

Kata Kunci: website evaluation; public value; OPZ nasional

Abstract

This research aims to determine the evaluation of the national scale Zakat Management Organization (OPZ) website from a public value perspective. The public value perspective is seen from the theoretical views presented by Jorgensen and Bozeman (2007). This research uses descriptive quantitative methods with the help of sortsite software and a quantitative content analysis approach. The research results show that from a technical perspective it is only LAZ Al-Azhar's website that has the minimum errors and is said to be better than average in all aspects. Meanwhile, other websites still found errors below average in the aspects of errors, accessibility, compatibility, standards, or usability. Meanwhile, the evaluation of the public value perspective with quantitative content analysis shows that the OPZ website received a relatively good score in fulfilling the minimum public value principles. Three of the five aspects of public value, namely trust, transparency and dialogue, have a mean of more than 2, which means good. Meanwhile, the other 2 citizen involvement and responsiveness have an

average of less than 2. Of the 36 websites that have the best public value average, namely LAZ Indonesian Zakat Initiative.

Keywords: evaluasi website; nilai publik; national OPZ

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi menuntut negara dan pemerintah melakukan pengembangan dalam tata kelola pemerintahan negara. Termasuk pengelolaan pelayanan informasi secara elektronik diharapkan bias lebih transparan, terpadu dan terpercaya. Elektronik Government atau sering disebut e-gov dituntut untuk menerapkannya di seluruh organisasi publik di Indonesia termasuk Organisasi Pengelola Zakat. Regulasi e-gov diatur dalam Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan Dan Strategi Nasional Pengembangan E-government. Regulasi tersebut menerangkan bahwa organisasi publik harus memanfaatkan ICT dalam pengelolaan pelayanan dan informasinya.

Potensi zakat di Indonesia akan lebih mudah tercapai dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) sesuai dengan regulasi e-gov Inpres Nomor 3 Tahun 2003. Pesatnya perkembangan teknologi digital memberikan manfaat bagi organisasi publik untuk mengembangkan organisasinya dan melakukan aktivitas yang lebih efektif dan efisien. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) menggunakan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana pengelolaan zakat untuk mengoptimalkan pengumpulan dan pendayagunaan zakat di Indonesia. Berbagai adaptasi dilakukan oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dalam menghadapi perkembangan teknologi, seperti implementasi sistem informasi zakat, sosial media dan digital marketing, serta penggunaan platform online dan aplikasi mobile seperti website sebagai poros pelayanan dan transparansi data.

Berdasarkan hasil perhimpunan zakat pada tahun 2022 sebesar 22,43 triliun, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) memproyeksikan perolehan dana zakat pada tahun 2023 dapat mencapai 33,8 triliun. Namun besaran hasil perhimpunan zakat nasional tersebut masih dikatakan jauh dari potensi zakat dalam negeri di Indonesia. Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode Indeks Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ) dengan data tahun 2016, 2017 dan 2018 diketahui bahwa jumlah potensi zakat di Indonesia sebesar 233,8 triliun (Badan Amil Zakat Nasional, 2019). Penelitian website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) menyatakan bahwa rata-rata tingkat akuntabilitas dan transparansi website milik Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) skala nasional tahun 2021 berada di tingkat rendah (Merdeka, Niki 2022). Oleh karena itu sebagai upaya meningkatkan minat muzaki untuk berzakat salah satunya dengan membangun

kepercayaan masyarakat melalui website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Jadi penciptaan sebuah website perlu mempertimbangkan komponen-komponen di dalamnya yang memuat nilai public (*public value*) guna mencapai potensi zakat sehingga mampu mewujudkan kesejahteraan di Indonesia

Penciptaan website layanan informasi dan pembayaran zakat merupakan salah satu perwujudan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) sebagai organisasi publik untuk memenuhi *public value* kepada masyarakat. Moore 1995 berpendapat bahwa tujuan manajer publik adalah menciptakan nilai public (*public value*). Sedangkan Bozeman menekankan tak hanya organisasi pemerintah saja namun juga organisasi publik lainnya bahkan masyarakat berkontribusi menciptakan *public value*. (Jørgensen and Bozeman, 2007) dalam artikelnya menyampaikan 72 nilai publik yang bersifat fleksibel sesuai dengan konten pelayanan. Nilai-nilai publik tersebut dapat diterapkan baik di organisasi pemerintah atau organisasi non-pemerintah, namun pada intinya organisasi tersebut berorientasi pada kepentingan publik. Hal ini sesuai dengan pandangan ilmu administrasi publik sebagai studi kepublikan.

Penelitian terkait evaluasi website pemerintah telah banyak dilakukan, salah satunya penelitian (Karkin and Janssen, 2014) mengevaluasi pada website pemerintahan dengan perspektif *public value* menghasilkan bahwa sebagian website memiliki nilai baik pada perspektif umum tetapi rendah pada kriteria *public value*. Sedangkan penelitian website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) juga banyak dilakukan dalam lingkup akuntansi, seperti (Wulandari, 2020) meneliti website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dengan perspektif akuntabilitas, transparansi dan efisiensi berdasarkan penerapan *Internet Financial Reporting (IFR)* di dalam website setiap organisasi tersebut.

Artikel jurnal (Ansoriyah, Purnaweni and Astuti, 2023) dengan judul “*Identifying Public Value Of Zakat Management Organizations: A Review Of Muzaki's Perception*”, di dalamnya mengidentifikasi public value Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dari perspektif muzaki. Artikel jurnal ini menemukan terdapat 4 nilai publik yang dimiliki Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dalam mengelola zakat yaitu amanah, professional, akuntabilitas, transparansi, dan sinergi. Penelitian oleh (Irawan and Hidayat, 2022) juga melakukan evaluasi website pada 10 website pemerintah kota/kabupaten pada provinsi Kalimantan Timur. Adapun model evaluasi yang digunakan terbagi menjadi 2 dimensi yaitu dimensi teknis dan dimensi demokrasi. Penelitian terbaru juga dilakukan oleh (Akgül, 2022), evaluasi website publik dilakukan dengan 3 dimensi yaitu *public value*, *usability*, dan *readability*. Evaluasi dimensi public value pada penelitian ini menggunakan beberapa kriteria, diantaranya 1) aksesibilitas (*accessibility*), 2) partisipasi publik (*public participation*), 3)

kepercayaan dan legitimasi (*trust and legitimacy*), 4) transparansi (*transparency/openness*), 5) keamanan dan privasi (*security and privacy*), 6) akuntabilitas (*accountability*), 7) dialog, 8) kualitas penyampaian pelayanan (*service delivery quality*).

Pada intinya sudah banyak penelitian evaluasi website perspektif public value dilakukan pada organisasi pemerintah. Penelitian evaluasi website organisasi non-pemerintah pun banyak dilakukan namun tidak menggunakan perspektif public value di dalamnya. Oleh karena itu kebaruan pada penelitian ini yaitu melakukan evaluasi website non-pemerintah yaitu website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) skala nasional dengan perspektif public value.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan penelitian ini yaitu data primer yang yang diperoleh secara langsung yaitu bersumber dari tampilan website-website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) skala nasional yang ada di Indonesia. Data yang digunakan tersebut bersifat data digital (*big data*) yang terbuka oleh publik (*open data*). Selain itu data sekunder juga digunakan berupa regulasi, buku, dan jurnal literature yang berguna sebagai studi terdahulu dan pendukung analisis. Adapun penelitian ini menggunakan validitas konsep dan uji reliabilitas inter penilai (*inter-rater*).

Analisis data pada penelitian ini dengan dua tahap yaitu analisis data secara otomatis dengan bantuan software Sortsite dan analisis data dengan pendekatan kuantitatif analisis isi. Langkah-langkah yang dilakukan yaitu: 1) Tinjauan literature untuk menemukan dan mengeksplorasi konsep evaluasi yang digunakan. 2) Merumuskan model evaluasi melalui pedoman penelitian. 3) Pengambilan data melalui perangkat lunak sortsite dan analisis isi kuantitatif pada website. 4) penyajian data.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mengevaluasi website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) skala nasional dengan perspektif teknis dan *public value*. Hasil evaluasi website berdasarkan kriteria-kriteria yang telah di desain digambarkan ke dalam tabel 4.37. Tabel 4.37 menunjukkan bahwa pada perspektif teknis menggunakan perangkat lunak sortsite, website OPZ memiliki kinerja yang relatif rendah pada aspek *usability* dan beberapa permasalahan pada 3 aspek lainnya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya website dengan nilai warna hitam yang artinya lebih buruk dari rata-rata nilai aspek *usability*. *Usability* adalah salah satu faktor penting dalam mengevaluasi kesiapan dan kematangan website (Karkin and Janssen, 2014). Sedangkan website dengan kinerja

relatif lebih baik dari rata-rata *sortsite* ditunjukkan pada aspek *compatibility*. Meskipun demikian pada perspektif teknis website milik LAZ Al-Azhar memiliki kesalahan minimal dengan nilai di atas rata-rata pada semua aspek. Sedangkan website lainnya masih banyak ditemukan masalah pada masing-masing aspek. Oleh karena itu perlu meningkatkan kualitas website khususnya *usability*, *standards*, *accessibility*, *errors*, dan *compatibility* guna meminimalisir masalah tersebut pada website.

Di sisi lain evaluasi pada perspektif *public value* website OPZ relatif cukup baik dalam memenuhi minimal prinsip *public value*. Dikatakan cukup baik karena 3 dari 5 aspek *public value* yaitu amanah, transparansi, dan dialog memiliki rerata lebih dari 2. Hal ini menunjukkan sekurang-kurangnya website menyediakan informasi atau layanan yang dibutuhkan publik, meskipun belum sempurna. Hal ini sesuai dengan paradigma Public Value Management (PVM) dimana situs website publik harus membantu menghasilkan Public Value (PV) (Karkin and Janssen, 2014). Public value memberikan gambaran yang lebih besar dan menyertakan nilai jangka panjang yang seharusnya dicapai oleh organisasi publik. Salah satu syarat untuk menghasilkan nilai publik pada situs website yaitu desain yang berorientasi pengguna. Hal ini sejalan dengan makna jamak *public value*, dimana warga negara, pengguna dan pelanggan termasuk dalam struktur *public value* (Jørgensen and Bozeman, 2007). Meski demikian 2 aspek *public value* masih memiliki rerata dibawah 2 yaitu aspek keterlibatan warga dan *responsiveness*. Untuk lebih mewujudkan *public value* OPZ perlu melengkapi fitur-fitur yang merepresentasikan keterlibatan warga dan *responsiveness*.

Adapun hasil evaluasi website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) skala nasional perspektif teknis dan *public value* disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1.
Hasil evaluasi website OPZ skala nasional

Evaluasi 2		TEKNIS					PUBLIC VALUE																
No	Nama OPZ	Errors	Accessibility	Compatibility	Standards	Usability	Amanah (3)			Transparansi (2)			Keterlibatan Warga (3)			Dialog (4)					Responsiveness		
							Profil Mustahik Sukses	Penyaluran sesuai asnaf	Pemisahan pengelolaan ZIS	Rata-rata	Laporan Keuangan	Program Zakat	Rata-rata	Fitur Ajuan Bansos	Feedback Masyarakat	Layanan Zakat	Rata-rata	Email Aktif	Online Chat	Panggilan Hotline		Tautan Sosmed	Rata-rata
1	BAZNAS RI	53%	53%	3%	55%	55%	3	3	3	3.00	3	3	3	1	1	3	1.67	3	1	1	3	2	1
2	LAZ Rumah Zakat Indonesia	24%	25%	12%	28%	33%	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	2	2.67	3	1	3	3	2.5	3
3	LAZ Daarut Tauhid	29%	34%	1%	38%	39%	3	1	1	1.67	1	3	2	1	1	3	1.67	3	3	3	3	3	1
4	LAZ Baitul Maal Hidayatullah	19%	19%	6%	26%	34%	2	3	3	2.67	2	1	1.5	1	1	3	1.67	3	1	3	3	2.5	2
5	LAZ Dompot Dhuafa Republika	3%	22%	5%	25%	27%	3	3	3	3.00	3	3	3	1	1	3	1.67	3	1	3	3	2.5	1
6	LAZ Nurul Hayat	22%	22%	26%	28%	33%	3	3	3	3.00	3	2	2.5	1	1	2	1.33	3	1	1	3	2	1
7	LAZ Inisiatif Zakat Indonesia	51%	51%	53%	57%	57%	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	2
8	LAZ Yatim Mandiri Surabaya	3%	32%	6%	33%	31%	2	1	1	1.33	2	3	2.5	1	3	3	2.33	3	1	3	3	2.5	2
9	LAZ LMI Ukhawah Islamiyah	2%	19%	9%	11%	12%	3	3	3	3.00	3	2	2.5	1	1	2	1.33	3	1	3	3	2.5	3
10	LAZ Dana Sosial Al Falah Surabaya	33%	33%	3%	39%	38%	2	1	1	1.33	1	3	2	1	1	2	1.33	3	1	3	3	2.5	1
11	LAZ Pesantren Islam Al-Azhar	1%	1%	0%	1%	1%	3	2	3	2.67	3	3	3	1	1	3	1.67	3	1	3	3	2.5	3
12	LAZ Baitulmaal Muamalat	36%	36%	2%	1%	37%	1	3	3	2.33	3	2	2.5	1	3	3	2.33	3	1	3	3	2.5	1
13	LAZ Nahdatul Ulama (LAZIS NU)	6%	26%	0%	26%	26%	2	1	1	1.33	1	2	1.5	1	2	1	1.33	3	1	3	3	2.5	1
14	LAZ Muhammadiyah	1%	55%	0%	55%	55%	2	3	3	2.67	3	2	2.5	1	1	2	1.33	3	1	3	3	2.5	1
15	LAZ Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia	1%	57%	11%	57%	38%	2	3	3	2.67	3	2	2.5	1	3	2	2.00	3	1	3	3	2.5	1
16	LAZ Perkumpulan Persatuan Islam	23%	23%	1%	23%	24%	2	1	1	1.33	1	3	2	1	1	2	1.33	1	1	1	3	1.5	1
17	LAZ Yayasan Rumah Yatim Indonesia	23%	58%	0%	58%	60%	3	3	3	3.00	3	2	2.5	1	3	2	2.00	3	1	3	3	2.5	3
18	LAZ Yayasan Kesejahteraan Madani	12%	12%	3%	16%	21%	2	3	3	2.67	2	3	2.5	1	1	2	1.33	3	1	3	3	2.5	1
19	LAZ Yayasan Griya Yatim dan Dhuafa	31%	32%	34%	37%	40%	1	3	3	2.33	3	3	3	1	3	3	2.33	3	1	3	3	2.5	1
20	LAZ Daarul Qur'an Nusantara (PPPA)	49%	49%	4%	52%	55%	2	3	1	2.00	3	3	3	1	1	3	1.67	3	1	3	3	2.5	1
21	LAZ Yayasan Mizan Amanah	15%	16%	1%	18%	18%	2	2	3	2.33	3	2	2.5	1	1	2	1.33	3	1	1	3	2	1
22	LAZ Pantti Yatim Indonesia Al Fajr	41%	41%	11%	53%	48%	2	1	1	1.33	1	3	2	1	3	2	2.00	3	1	3	3	2.5	3
23	LAZ Wahdah Islamiyah	2%	15%	21%	31%	36%	2	1	1	1.33	1	3	2	1	1	2	1.33	1	1	1	3	1.5	1
24	LAZ Yayasan Hadji Kalla	17%	17%	13%	25%	28%	1	1	1	1.00	1	3	2	1	3	1	1.67	3	1	3	3	2.5	1
25	LAZ Djalaludin Pane Fondation (DPF)	10%	10%	6%	18%	15%	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1	1	1.00	3	1	3	3	2.5	1
26	LAZ LAGZIS Peduli	1%	15%	10%	21%	21%	1	1	1	1.00	1	1	1	1	3	2	2.00	3	1	3	3	2.5	1
27	LAZ Al Irsyad Al Islamiyyah	24%	25%	18%	41%	41%	1	3	3	2.33	3	2	2.5	1	3	2	2.00	3	1	3	3	2.5	1
28	LAZ Sahabat Yatim Indonesia	33%	33%	38%	43%	48%	2	1	3	2.00	2	2	2	1	1	2	1.33	3	1	3	3	2.5	1
29	LAZ Membangun Keluarga Utama	44%	44%	5%	49%	20%	1	1	1	1.00	1	3	2	1	1	2	1.33	3	1	3	3	2.5	1
30	LAZ Yayasan BSM Umat	tidak dapat dideteksi sortsite					1	2	3	2.00	3	2	2.5	2	3	1	2.00	3	1	3	3	2.5	1
31	LAZ Yayasan Mandiri Amal Insani	4%	28%	29%	30%	49%	2	3	3	2.67	2	1	1.5	1	1	3	1.67	3	1	3	3	2.5	2
32	LAZ Yayasan Assalam Fil Alamin	9%	9%	7%	17%	23%	2	1	3	2.00	1	1	1	1	1	1	1.00	3	1	1	3	2	1
33	LAZ WIZ Pesantren	38%	38%	1%	38%	40%	1	1	1	1.00	1	2	1.5	1	1	2	1.33	3	1	3	3	2.5	1
34	LAZ Yayasan CT Arsa	27%	36%	0%	34%	34%	1	1	1	1.00	1	2	1.5	1	2	2	1.67	1	1	1	3	1.5	1

Sumber: data diolah

a. Evaluasi website perspektif teknis

Pelaksanaan evaluasi pada perspektif teknis telah dilakukan pada 36 website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) skala nasional. Evaluasi dilakukan melalui pengujian menggunakan perangkat lunak Sortsite dengan 4 aspek penilaian yaitu *errors*, *accessibility*, *compatibility*, *standards*, dan *usability*. Perangkat lunak sortsite menyajikan hasil evaluasi ke dalam bentuk angka yaitu jumlah halaman yang ditemukan kesalahan dan persentasenya. Keduanya memiliki hubungan dimana semakin kecil presentase kesalahan yang yang muncul berarti semakin sedikit halaman bermasalah yang ditemukan begitu pula sebaliknya. Selain itu sortsite juga memberikan keterangan “*better than average*” atau “*worse than average*” pada masing-masing aspek penilaiannya sesuai dengan benchmark yang telah ditetapkan oleh perangkat lunak sortsite itu sendiri.

Pada aspek penilaian *errors*, sortsite memindai situs website bertujuan untuk menemukan masalah berupa menemukan tautan yang rusak dan gambar yang hilang, mendeteksi masalah konfigurasi server, memeriksa kesalahan dan peringatan *script ASP/ASPX/PHP*. Adapun fitur pengecekan tautan rusak Sortsite mencakup *CSS*, *PDF*, *Office*, *RSS*, *Script Errors*, dan *Plus*. Hasil evaluasi pada aspek *errors* menunjukkan 16 website memiliki keterangan “*better than average*” dan 15 website memiliki keterangan “*worse than average*”. Adapun berdasarkan hasilnya terdapat 4 website OPZ dengan masalah *errors* paling rendah yaitu 1%. Website tersebut adalah LAZ Dana Sosial Islam Al Azhar, LAZ Muhammadiyah, LAZ Dewan Da’wah Islamiyah Indonesia (DDII), dan LAZ LAGZIS Peduli. Kemudian disusul oleh website LAZ Lembaga Management Infak Ukhuwah Islamiyah dan LAZ Wahdah Islamiyah dengan 2% masalah *errors*. Sedangkan website dengan masalah *errors* paling banyak yaitu BAZNAS RI mencapai 53%, kemudian disusul oleh LAZ Inisiatif Zakat Indonesia sebesar 51 %.

Pada aspek penilaian *accessibility*, sortsite memindai website untuk menemukan masalah aksesibilitas dengan panduan WCAG 2.1 dan Section 508 refresh 2017. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1 adalah standar internasional yang dikembangkan oleh World Wide Web Consortium (W3C) untuk membuat konten web lebih dapat diakses oleh berbagai kelompok pengguna, termasuk individu dengan disabilitas. Adapun tingkat kepatuhan pada WCAG 2.1 terdiri dari 3 level yaitu Level A: Tingkat minimum aksesibilitas yang harus dipenuhi. Level AA: Tingkat menengah, mencakup kriteria yang harus dipenuhi oleh kebanyakan situs web. Level AAA: Tingkat tertinggi, yang mencakup kriteria tambahan untuk aksesibilitas maksimal, namun tidak semua situs web diwajibkan untuk memenuhi ini.

Hasil evaluasi menunjukkan terdapat 13 website dengan keterangan “*better than average*” dan 23 website dengan keterangan “*worse than average*”. Berdasarkan hasil pengujian ditemukan website dengan masalah *accessibility* paling rendah yaitu LAZ Dana Sosial Islam Al Azhar dengan hanya ditemukan presentase masalah sebesar 1%. Kemudian disusul oleh LAZ Yayasan Assalam Fil Alamin dengan ditemukan masalah sebesar 9%. Sedangkan website dengan masalah aksesibilitas paling banyak ditemukan

pada website LAZ Yayasan Rumah Yatim Ar-Rohman Indonesia dengan presentase masalah 58%.

Pada aspek penilaian *compatibility*, sortsite memindai situs website bertujuan untuk melihat sejauh mana situs website dapat diakses oleh berbagai browser. Adapun sortsite melakukan pengecekan pada browser *chrome*, *edge*, *firefox*, *opera*, *safari macOS*, *android*, dan *iPhone/iPad*. Hasil evaluasi menunjukkan terdapat 17 website dengan keterangan “*better than average*” dan 18 website dengan keterangan “*worse than average*”. Berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan tidak ditemukan atau 0% masalah *compatibility* pada 5 website yaitu LAZ Dana Sosial Islam Al-Azhar, LAZIS NU, LAZ Muhammadiyah, LAZ Yayasan Rumah Yatim Ar-Rohman Indonesia, dan LAZ Yayasan CT Arsa. Kemudian website dengan permasalahan paling rendah atau dengan presentase masalah 1% ditemukan pada 5 website juga, diantaranya LAZ Daarut Tauhid, LAZ Perkumpulan Persatuan Islam, LAZ Yayasan Mizan Amanah, LAZ Wakaf Infaq Zakat dan Shodaqoh Pesantren, dan LAZ Yayasan Bakrie Amanah. Sedangkan website dengan presentase paling buruk yaitu 53% pada LAZ Inisiatif Zakat Indonesia.

Pada aspek penilaian *standards*, sortsite memindai situs website bertujuan untuk mengidentifikasi halaman website yang tidak mematuhi standar World Wide Web Consortium (W3C). Hasil evaluasi menunjukkan terdapat 9 website dengan keterangan “*better than average*” dan 26 website dengan keterangan “*worse than average*”. Berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan 2 website dengan presentase masalah paling rendah atau 1% yaitu LAZ Dana Sosial Islam Al Azhar dan LAZ Baitulmaal Muamalat. Disusul oleh LAZ Lembaga Management Infak Ukhuwah Islamiyah dengan presentase masalah 11%. Sedangkan website dengan presentase masalah paling tinggi yaitu LAZ Yayasan Rumah Yatim Ar-Rohman Indonesia dengan presentase 58%.

Pada aspek penilaian *usability* perangkat lunak sortsite memindai situs website bertujuan untuk menemukan masalah *usability*. Perangkat lunak sortsite digunakan untuk mengidentifikasi masalah navigasi untuk semua pengguna. Hasil evaluasi menunjukkan hanya terdapat 2 website dengan keterangan “*better than average*” dan 33 website dengan keterangan “*worse than average*”. Website dengan nilai baik yaitu LAZ Dana Sosial Islam Al Azhar dengan presentase masalah 1% dan LAZ Management Infak Ukhuwah Islamiyah dengan presentase masalah 12%. Sedangkan website dengan presentase masalah paling tinggi yaitu sebesar 57% yaitu pada website LAZ Inisiatif Zakat Indonesia.

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa website LAZ Dana Sosial Islam Al Azhar adalah website Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) nasional terbaik dilihat dari perspektif teknis. Hal ini dibuktikan dengan hasil evaluasi yang menunjukkan website LAZ Dana Sosial Islam Al Azhar memiliki presentase kesalahan paling rendah diantara 36 website yang diuji menggunakan perangkat lunak sortsite. Kemudian website terbaik kedua dengan presentase kesalahan 11% yaitu LAZ Yayasan Bakrie Amanah dan LAZ Management Infak Ukhuwah Islamiyah. Website terbaik ketiga adalah LAZ Djalaludin

Pane Fondation (DPF) dengan presentase kesalahan 12%. Disusul oleh LAZ Yayasan Kesejahteraan Madani, LAZ Yayasan Assalam Fil Alamin, dan LAZISKU KBPII dengan presentase masalah 13%. Selanjutnya LAZ Yayasan Mizan Amanah dan LAZ LAGZIS Peduli dengan presentase masalah 14%. Kemudian LAZ Dompot Dhuafa Republika dengan presentase masalah 16%, LAZIS NU dengan presentase masalah 17%, LAZ Perkumpulan Persatuan Islam dengan presentase masalah 19%, dan LAZ Yayasan Hadji Kalla dengan presentase masalah 20%.

Diikuti LAZ Baitul Maal Hidayatullah, LAZ Yatim Mandiri Surabaya, dan LAZ Wahdah Islamiyah dengan presentase masalah 21%. Selanjutnya LAZ Baitulmaal Muamalat 22%, LAZ Rumah Zakat Indonesia 24%, LAZ Nurul Hayat dan LAZ Yayasan CT Arsa dengan presentase masalah 26%. LAZ Daarut Tauhid dan LAZ Yayasan Mandiri Amal Insani mencapai 28%, LAZ Dana Sosial Al Falah Surabaya 29%, Al Irsyad Al Islamiyyah 30%, LAZ WIZTREN 31%, LAZ Membangun Keluarga Utama 32%. Selanjutnya LAZ Muhammadiyah dan LAZ DDII 33%, LAZ Yayasan Griya Yatim dan Dhuafa 35%, LAZ Panti Yatim Indonesia Al Fajr dan LAZ Sahabat Yatim Indonesia 39%, LAZ Yayasan Rumah Yatim Ar-Rohmah Indonesia 40%, dan LAZ PPPA 42%, Kemudian BAZNAS RI ditemukan 44%, dan yang yang paling banyak ditemukan kesalahan adalah website LAZ Inisiatif Zakat Indonesia dengan presentase masalah 54%.

b. Evaluasi website perspektif Public Value

Pada evaluasi perspektif *Public Value* secara umum website OPZ dikatakan paling baik pada aspek dialog dengan rerata 2,4. Disusul dengan aspek transparansi dengan rerata 2,21. Kemudian aspek amanah dengan rerata 2,07, selanjutnya aspek keterlibatan warga dengan rerata 1,72. Sedangkan aspek dengan nilai paling buruk yaitu aspek *responsiveness* dengan rerata 1.39. Sementara secara keseluruhan aspek website OPZ dengan nilai paling baik yaitu milik LAZ Inisiatif Zakat Indonesia dengan rerata 2.92. Sedangkan website OPZ dengan rerata *Public Value* paling rendah yaitu LAZ Yayasan CT Arsa dengan rerata 1.38.

Pada aspek amanah diketahui terdapat 8 website OPZ dengan rerata 3 atau memenuhi ketiga kriteria amanah yaitu profil mustahik sukses, penyaluran zakat sesuai asnaf, dan pemisahan pengelolaan ZIS. OPZ tersebut diantaranya BAZNAS RI, LAZ Rumah Zakat Indonesia, LAZ Dompot Dhuafa Republika, LAZ Nurul Hayat, LAZ Inisiatif Zakat Indonesia, LAZ LMI Ukhuwah Islamiyah, LAZ Yayasan Rumah Yatim Indonesia, dan LAZ Yayasan Bakrie Amanah. Sedangkan terdapat 5 website dengan rerata 1 yang artinya tidak memenuhi seluruh kriteria amanah yaitu LAZ Yayasan Hadji Kalla, LAZ Djalaludin Pane Fondation (DPF), LAZ Lagzis Peduli, LAZ Membangun Keluarga Utama, LAZ WIZ Pesantren, dan LAZ Yayasan CT Arsa.

Pada aspek transparansi diketahui terdapat 8 website OPZ dengan rerata 3 yang artinya memenuhi 2 kriteria transparan yaitu laporan keuangan dan program zakat. OPZ dengan rerata 3 diantaranya BAZNAS RI, LAZ Rumah Zakat Indonesia, LAZ Dompot Dhuafa Republika, LAZ Inisiatif Zakat Indonesia, LAZ Al Azhar, LAZ Yayasan Griya

Yatim dan Dhuafa, LAZ Daarul Qur'an Nusantara (PPPA), dan LAZ Yayasan Bakrie Amanah. Sementara OPZ dengan rerata 1 terdapat 3 website yaitu LAZ Djalaludin Pane Foundation (DPF), LAZ Lagzis Peduli, dan LAZ Yayasan Assalam Fil Alamin. Artinya ketiga website OPZ tersebut tidak memenuhi 2 kriteria dari aspek transparansi.

Selanjutnya pada aspek keterlibatan warga memiliki 3 kriteria yaitu fitur ajuan bantuan sosial, fitur feedback masyarakat, dan layanan zakat. Hasil evaluasi menunjukkan hanya terdapat 1 website yang memenuhi ketiga kriteria tersebut yaitu LAZ Inisiatif Zakat Indonesia. Sementara website dengan rerata paling rendah atau tidak memenuhi ketiga kriteria keterlibatan warga adalah LAZ Djalaludin Pane Foundation (DPF) dan LAZ Yayasan Assalam Fil Alamin. Sedangkan website lainnya memiliki nilai rerata yang beragam dan berbeda-beda.

Pada aspek Dialog memiliki 4 kriteria diantaranya email aktif, layanan online chat, panggilan hotline, dan tautan sosmed. Berdasarkan tabel... terdapat 2 website OPZ yang memenuhi keempat kriteria dialog yaitu LAZ Daarut Tauhid dan LAZ Inisiatif Rumah Zakat Indonesia dengan nilai rerata 3. Pada aspek ini tidak ada satupun website yang tidak memenuhi seluruh kriteria, namun diketahui website dengan rerata 1.5 diantaranya LAZ Perkumpulan Persatuan Inslam, LAZ Wahdah Islamiyah dan LAZ Yayasan CT Arsa.

Aspek terakhir yaitu responsiveness dinilai dengan seberapa cepat respon organisasi dalam menjawab pesan yang dikirim oleh penulis melalui email, Berdasarkan hasil evaluasi diketahui terdapat 4 website OPZ dengan skor 3 yang artinya OPZ merespon email dalam waktu 1-3 hari. OPZ tersebut adalah LAZ Rumah Zakat Indonesia, LAZ LMI Ukhuwah Islamiyah, LAZ Al-Azhar, LAZ Yayasan Rumah Yatim Indonesia, dan LAZ Panti Yatim Indonesia Al Fajr. Selanjutnya terdapat 4 OPZ yang merespon email dalam waktu 4-7 hari yaitu LAZ Baitul Maal Hidayatullah, LAZ Inisiatif Zakat Indonesia, LAZ Yatim Mandiri Surabaya, dan LAZ Yayasan Mandiri Amal Insani. Sementara 28 OPZ lainnya tidak merespon email.

Penutup

Penelitian ini melihat permasalahan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang perolehan zakatnya belum mencapai potensi zakat di Indonesia. Website sebagai sarana baru Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) meningkatkan perolehan zakat. Meskipun demikian belum banyak penelitian yang mengukur *public value* pada organisasi publik. Penelitian ini melakukan evaluasi terhadap 36 website OPZ skala nasional dengan perspektif teknis dan perspektif *public value*. Berdasarkan keseluruhan pembahasan dapat disimpulkan bahwa dari 36 website yang dievaluasi belum sepenuhnya memiliki nilai yang baik secara teknis maupun *public value*. Evaluasi perspektif teknis yang dilakukan menggunakan perangkat lunak sortsite menghasilkan bahwa hanya website milik LAZ Al-Azhar yang memiliki kesalahan paling minimal dan dikatakan lebih baik dari rata-rata

pada semua aspek. Sedangkan website lainnya masih ditemukan kesalahan di bawah rata-rata baik di aspek *errors*, *accessibility*, *compatibility*, *standards*, atau *usability*.

Sementara pada evaluasi perspektif *public value* dengan analisis isi kuantitatif menunjukkan website OPZ mendapat nilai relatif cukup baik dalam memenuhi minimal prinsip *public value*. Tiga dari lima aspek *public value* yaitu amanah, transparansi, dan dialog memiliki rerata lebih dari 2 yang artinya baik. Sedangkan 2 lainnya keterlibatan warga dan *responsiveness* memiliki rerata kurang dari 2. Adapun dari 36 website yang memiliki nilai rerata *public value* paling baik yaitu LAZ Inisiatif Zakat Indonesia.

Berdasarkan pembahasan diketahui pada perspektif teknis masih banyak ditemukan masalah di setiap aspeknya, namun total masalah paling banyak adalah *standards* dan *usability*. Sementara pada perspektif *public value* nilai yang paling rendah yaitu keterlibatan warga dan *responsiveness*. Oleh karena itu hal ini dapat menjadi urgensi untuk mendapat perhatian dan pembenahan komponen website dalam rangka peningkatan kualitas website bagi masyarakat. Dalam rangka optimalisasi website dapat ditekankan pada perbaikan komponen kepatuhan website berdasarkan W3C dan kegunaan. Sedangkan untuk optimalisais *public value* pada website, perlu menekankan pada kelengkapan fitur-fitur zakat yang dapat melibatkan warga dalam hal ini pengguna website baik mustahik/muzzaki. Selain itu perlu peningkatan responsivitas pada khususnya melalui media email.

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan penulis, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, diantaranya: Penelitian ini hanya terbatas pada 1 perangkat lunak saja, terbatas pada 100 halaman pertama dengan 5 aspek di dalamnya. Untuk itu, pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menggunakan perangkat lunak atau metode evaluasi lainnya atau dengan elaborasi aspek evaluasi website di luar aspek yang dievaluasi oleh sortsite. Untuk penelitian selanjutnya dapat dielaborasi dengan melibatkan pengguna atau pengelola website untuk menilai *public value*. Direkomendasikan agar Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) skala nasional untuk meningkatkan kualitas website secara teknis dan *public value*. Diharapkan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) mampu meminimalisir masalah yang ditemukan pada website. Seperti pada masalah *standards* diatasi dengan memperbaiki komponen website agar mematuhi W3C. Selain itu diharapkan website dapat dikelola dengan mengoptimalkan nilai *public value* yang berorientasi pada pengguna. Misal menambahkan fitur keterlibatan warga dan meningkatkan responsivitas organisasi.

Referensi

Akgül, Y. (2022) 'Evaluating the performance of websites from a public value, usability, and readability perspectives: a review of Turkish national government websites', *Universal Access in the Information Society* [Preprint], (0123456789). Available at: <https://doi.org/10.1007/s10209-022-00909-4>.

Ansoriyah, F., Purnaweni, H. and Astuti, R.S. (2023) 'IDENTIFYING PUBLIC VALUE

OF ZAKAT MANAGEMENT ORGANIZATIONS : A REVIEW OF MUZAKI ' S PERCEPTION', 8(1). Available at: <https://doi.org/10.22515/dinika>.

Badan Amil Zakat Nasional (2019) Indikator Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ), Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional.

Irawan, B. and Hidayat, M.N. (2022) 'Evaluating Local Government Website Using a Synthetic Website Evaluation Model', *International Journal of Information Science and Management*, 20(1), pp. 449–470.

Jørgensen, T.B. and Bozeman, B. (2007) 'Public Values', *Administration & Society*, 39(3), pp. 354–381. Available at: <https://doi.org/10.1177/0095399707300703>.

Karkin, N. and Janssen, M. (2014) 'Evaluating websites from a public value perspective: A review of Turkish local government websites', *International Journal of Information Management*, 34(3), pp. 351–363. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.11.004>.

Lee-Geiller, S., & Lee, T. (David). (2019). Using government websites to enhance democratic E-governance: A conceptual model for evaluation. *Government Information Quarterly*, 36(2), 208–225. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.01.003>

Meynhardt, T. (2009). Public value inside: What is public value creation? *International Journal of Public Administration*, 32(3–4), 192–219. <https://doi.org/10.1080/01900690902732632>

Mohd Sharif, M. H., Mohd Ariff, A. H., Abdullah, Z., Nasir, M. H., Md Hussain, M. H., & Said, R. A. J. (2023). Exploring Quality Dimensions of Zakat Institutions' Website. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 4(1), 23–38. <https://doi.org/10.51377/azjaf.vol4no1.124>

Wulandari, F.A. (2020) 'Analisis Penerapan Internet Reporting Pada Organisasi Pengelola Zakat (Opz) Di Indonesia', *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 8(1), pp. 1–22. Available at: <https://doi.org/10.22146/abis.v8i1.58887>.