

**PENGARUH AKUNTABILITAS, TRANSPARANSI, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPERCAYAAN MUZAKKI DI LAZISMU KOTA DAN
KABUPATEN MAGELANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh:
Ervina Setyowati
NPM. 17.0102.0064

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2021**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara harfiah zakat mempunyai arti pembersihan, penambahan, dan berkah. Zakat merupakan kewajiban bagi umat beragama islam untuk membayarkan sebagian harta dari kekayaannya yang diserahkan kepada *mustahik* dengan beberapa syarat yang sudah ditetapkan (Andri Soemitra, 2017). Menurut Rasyid (2003) kata zakat disebutkan sebanyak 32 kali didalam Al-Quran, dan disebutkan sebanyak 115 kali dalam Al-Quran apabila digabung dengan perintah memberikan infak dan sedekah untuk kebaikan dan memberi bantuan fakir miskin maka. Menurut UU NO. 23 Tahun (2011) mengenai pengelolaan zakat, zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan oleh umat beragama islam atau badan usaha yang diberikan kepada pihak yang berhak menerimanya sesuai syariat islam. Zakat merupakan ibadah yang memiliki nilai dimensi ganda, trasentral, dan horizontal. Terdapat banyak hikmah pada ibadah zakat, baik yang berhubungan dengan Allah SWT maupun yang berhubungan dengan sosial kemasyarakatan diantara manusia. Maka dari itu zakat mempunyai arti yang besar pada kehidupan umat umat manusia dan umat muslim.

UU No 38 Tahun (1999) tentang pengelolaan zakat yang mengatur semua aktivitas dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan pada penghimpunan dan penyaluran serta pemanfaatan perolehan dana zakat. Organisasi pengelola zakat di Indonesia terdiri dari

Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan Badan Amil Zakat (BAZ). Badan Amil Zakat (BAZ) merupakan organisasi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah, sedangkan Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah lembaga yang dibentuk oleh swasta atau non pemerintahan UU NO. 23 Tahun (2011). Dalam pelaksanaan pengumpulan, penyaluran dan pemanfaatan zakat, maka LAZ dapat membantu BAZNAS dalam pelaksanaan pengelolaan zakat tersebut. Kementerian Agama Republik Indonesia telah meresmikan Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) sebagai Lembaga Zakat Nasional (LAZNAS). LAZISMU mendapatkan izin sebagai lembaga amil zakat nasional pada tanggal 14 Desember 2016 dengan dikeluarkannya surat keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 730 tahun 2016. Kementerian Agama RI telah menyerahkan surat keputusan tersebut kepada LAZISMU pada Jum'at 30 Desember 2016 di gedung pusat dakwah Muhammadiyah Jakarta (Forum Zakat, 2017).

Salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia adalah Indonesia dan sebagian besar penduduknya beragama islam yaitu sebesar 87,18% BPS (2020). Jumlah umat muslim yang cukup banyak seharusnya dapat sebanding dengan besarnya potensi zakat. Pada tahun 2020 potensi zakat di Indonesia sebanyak Rp 233,84 triliun dengan porsi terbesar berasal dari zakat penghasilan dengan nilai Rp139,07 triliun, zakat uang sebesar Rp58,76 triliun, zakat pertanian Rp19,79 triliun, zakat perusahaan sebesar Rp6,71 triliun, dan zakat peternakan sebesar Rp9,51 triliun. Namun pada tahun 2020 dana zakat baru terkumpul sebesar Rp8 triliun dari total potensi

zakat nasional Rp233,84 triliun. Hal ini menggambarkan terjadinya kesenjangan antara potensi zakat dan pendapatan riilnya (Supriyanto, 2021). Berdasarkan laporan realisasi penghimpunan zakat oleh LAZISMU nasional yang terdata tahun 2019 hingga pertengahan 2020 diperoleh sebesar Rp239,003 miliar. Realisasi penghimpunan zakat tersebut dapat dikatakan belum optimal (Supriyanto, 2021). Ketua LAZISMU Pusat Hilman Latief mengungkapkan bahwa literasi zakat warga muhammadiyah terbilang cukup tinggi, meskipun masih terdapat kendala dalam penghimpunan di masyarakat (Supriyanto, 2021).

Realisasi dana zakat di Indonesia tidak sepadan dengan potensi zakat yang ada. Prosentase realisasi zakat di Indonesia tidak sampai 1% dari populasi zakat dengan jumlah populasi Muslim yang banyak di Indonesia. Sejalan dengan pendapat dari Bambang Sudibyo selaku ketua BAZNAS, menyatakan bahwa zakat yang dihimpun oleh organisasi zakat di tingkat nasional jika dibandingkan dengan ruang penghimpunan zakat yang besar terhitung masih rendah sekali (Afiyana, 2019). Penghimpunan zakat yang tidak seimbang dengan potensi zakat bisa dipengaruhi oleh banyak hal diantaranya yaitu kepercayaan terhadap lembaga zakat, pengetahuan tentang zakat, tingkat pendidikan, rendahnya kesadaran muzakki, perilaku muzakki yang masih berorientasi jangka pendek. (Istiqomah & Asrori, 2019). Rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat atau muzakki mengenai zakat merupakan permasalahan yang menjadi problematika pada penghimpunan zakat. Terdapat beberapa anggapan bahwa pemahaman

mengenai zakat diprioritaskan pada orang-orang tertentu saja. Pemahaman mengenai zakat pada masyarakat belum sepenuhnya disosialisasikan oleh organisasi zakat yang ada, sedangkan sistem ekonomi yang kembangkan semakin meningkat dan beragam, dan hal tersebut menuntut agar visi-misi mengenai zakat juga harus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan yang ada (Mujahiddin, 2007).

Terdapat tantangan eksternal yang dihadapi oleh LAZISMU yaitu semakin banyaknya lembaga amil zakat profesional yang didirikan dan beroperasi di Indonesia, hasil survey sementara ini menunjukkan bahwa sebagian warga muhammadiyah menyalurkan zakat mereka tidak hanya melalui LAZISMU, tetapi juga melalui lembaga lain (Lazismu, 2015). Masyarakat belum memiliki kepercayaan sepenuhnya terhadap lembaga pengelola zakat, mereka lebih memilih langsung menyalurkan ZIS nya kepada mustahik atau yang dikehendaki (Canggih, 2017).

Tabel 1. 1
Jumlah Potensi ZIS Realisasi Pendapatan ZIS di LAZISMU Kabupaten Magelang Tahun 2017-2020

Tahun	Potensi ZIS	Realisasi Pendapatan Dana ZIS
2017	Rp 1.000.000.000	Rp 107.914.654
2018	Rp 1.100.000.000	Rp 219.928.158
2019	Rp 1.200.000.000	Rp 237.120.940
2020	Rp 1.500.000.000	Rp 400.012.999

Sumber: LAZISMU Kab. Magelang

Tabel 1.1 menggambarkan bahwa jumlah pendapatan ZIS pada LAZISMU Kabupaten Magelang dari tahun 2017 hingga 2020 mengalami peningkatan. Kenaikan pesat terjadi pada tahun 2018 dan 2020. Namun jika

dibandingkan dengan potensi ZIS maka realisasi penerimaan ZIS dapat dikatakan belum melampaui dan dapat menggambarkan kesenjangan antara potensi ZIS dan realisasi penerimaan ZIS di LAZISMU Kabupaten Magelang.

Tabel 1. 2
Jumlah Potensi ZIS dan Realisasi Pendapatan ZIS di LAZISMU Kota Magelang Tahun 2017-2020

Tahun	Potensi ZIS	Realisasi Pendapatan Dana ZIS
2017	-	Rp 340.064.396
2018	-	Rp 705.244.628
2019	Rp 1.084.750.500	Rp 615.538.265
2020	Rp 1.051.000.000	Rp 820.430.110

Sumber: LAZISMU Kota. Magelang

Tabel 1.2 menggambarkan bahwa jumlah penerimaan ZIS di LAZISMU Kota Magelang pada tahun 2018 mengalami kenaikan, namun mengalami penurunan pada tahun 2019. Perbandingan potensi ZIS dan realisasi penerimaan ZIS dapat menggambarkan bahwa penerimaan ZIS belum melampaui potensi ZIS dan hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ZIS dan realisasi penerimaan ZIS di LAZISMU Kota Magelang. Dari hal tersebut dapat diteliti mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki.

Faktor pertama yang berpengaruh pada kepercayaan muzakki membayar zakat yaitu akuntabilitas. Akuntabilitas harus diutamakan dalam mengelola zakat agar bisa meningkatkan kepercayaan muzakki dalam membayarkan zakatnya. Pengaruh akuntabilitas pada tingkat kepercayaan muzakki bisa dilihat dari bagaimana seorang muzakki akan

berkesinambungan dalam membayar zakatnya langsung kepada mustahiq. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hasrina et al. (2018) dan Rahayu et al. (2019) menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Junjuna et al. (2020) memberikan hasil bahwa akuntabilitas tidak berpengaruh tingkat kepercayaan muzakki secara signifikan.

Transparansi merupakan faktor lain yang mempengaruhi kepercayaan muzakki dalam membayar zakat. Dalam pengelolaan zakat transparansi menjadi faktor yang penting, muzakki dapat mengetahui realisasi pengelolaan zakat yang telah disetorkan melalui transparansi yang diberikan organisasi pengelolaan zakat. Transparansi menjadi tuntutan masyarakat sehingga menjadi kepedulian masyarakat terhadap organisasi pengelolaan zakat. Penelitian Rahayu et al. (2019) memberikan hasil yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Penelitian Junjuna et al. (2020) menyatakan bahwa Transparansi berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Penelitian yang dilakukan oleh Hasrina et al. (2018) memberikan hasil bahwa transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepercayaan muzakki dalam membayar zakat yaitu kualitas layanan. Lembaga pengelola zakat merupakan lembaga yang bergerak di bidang jasa, sehingga kualitas layanan menjadi hal yang penting. Karyawan lembaga pengelola zakat yang memberikan pelayanan terbaik dan memenuhi harapan para muzakki dan

masyarakat penting untuk menarik keinginan masyarakat untuk membayar zakat dan mendapatkan kepercayaan dari mereka. Husna & Farid (2020) melakukan penelitian yang hasilnya menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki. Hasil penelitian Elmi (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki. Potensi zakat di LAZISMU setiap tahunnya meningkat, sehingga kualitas layanan di LAZISMU penting untuk diteliti apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Hasrina et al. (2018). **Persamaan** penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menggunakan variabel yang sama dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel akuntabilitas dan transparansi. Masih menggunakan variabel tersebut karena masih terdapat hasil yang tidak konsisten antara signifikan berpengaruh dan tidak berpengaruh. **Perbedaan pertama** dengan penelitian yang sebelumnya adalah adanya penambahan variabel kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Nasution 2004). Baik buruknya kualitas layanan menjadi tanggung jawab seluruh bagian suatu organisasi dalam memenuhi harapan para pelanggan. Alasan penambahan variabel kualitas layanan karena kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting pada suatu lembaga untuk mencapai keberhasilan. Lembaga pengelola zakat yang berusaha di

bidang pelayanan tidak terlepas dari kualitas layanan yang diberikan kepada beberapa pihak salah satunya muzakki berupa pelayanan dari pihak lembaga zakat dengan harapan dapat memenuhi keinginan muzakki dengan pelayanan yang memuaskan. Peran Lembaga zakat dalam memberikan kualitas layanan yang terbaik kepada muzakki adalah faktor yang penting untuk menarik dan mendorong para muzakki untuk percaya dalam membayarkan zakatnya (Husna & Farid, 2020). **Perbedaan kedua** terletak pada pemilihan sampel. Sampel pada penelitian ini adalah lembaga amil zakat LAZISMU di Kota dan Kabupaten Magelang, karena berdasarkan jumlah penerimaan ZIS dan jumlah muzakki pada LAZISMU Kota dan Kabupaten pada tahun 2017-2020 telah mengalami peningkatan. Meskipun mengalami peningkatan namun pada tahun 2019 terdapat penurunan, dan Perbandingan potensi ZIS dan realisasi penerimaan ZIS dapat menggambarkan bahwa penerimaan ZIS belum melampaui potensi ZIS dan hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ZIS dan realisasi penerimaan ZIS di LAZISMU Kota Magelang dan Kabupaten Magelang. Kesenjangan yang cukup tinggi ini bisa dipengaruhi oleh banyak hal diantaranya yaitu kepercayaan terhadap lembaga zakat. Masyarakat belum sepenuhnya percaya pada lembaga pengelola zakat, dan tidak semua warga muhammadiyah mendistribusikan zakat melalui LAZISMU. Maka perlu dilakukan penelitian mengenai kepercayaan muzakki untuk mengetahui apakah akuntabilitas, transparansi, dan kualitas layanan mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh akuntabilitas terhadap tingkat kepercayaan muzakki di LAZISMU Kota dan Kabupaten Magelang?
2. Bagaimana pengaruh transparansi lembaga zakat terhadap tingkat kepercayaan muzakki di LAZISMU Kota dan Kabupaten Magelang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepercayaan muzakki di LAZISMU Kota dan Kabupaten Magelang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis akuntabilitas terhadap tingkat kepercayaan muzakki di LAZISMU Kota dan Kabupaten Magelang.
2. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis transparansi terhadap tingkat kepercayaan muzakki di LAZISMU Kota dan Kabupaten Magelang.
3. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis kualitas layanan terhadap tingkat kepercayaan muzakki di LAZISMU Kota dan Kabupaten Magelang.

D. Kontribusi Penelitian

1. **Manfaat Teoritis**
 - a. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas layanan terhadap tingkat kepercayaan muzakki di Kota dan Kabupaten Magelang.

- b. Menambah pengetahuan mengenai akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepercayaan muzakki di Kota dan Kabupaten Magelang.

2. **Manfaat Praktis**

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini disajikan untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pemahaman bagi penulis sendiri, mengenai pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas layanan terhadap tingkat kepercayaan muzakki di Kota dan Kabupaten Magelang. Selain itu diharapkan juga sebagai alat untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh selama dibangku kuliah dengan kenyataan dilapangan.

b. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bacaan ilmiah bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang. Khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini menjabarkan mengenai telaah teori, hasil penelitian terdahulu, hipotesis dan model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjabarkan mengenai objek penelitian dan sumber data, teknik pengambilan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik analisis data serta pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjabarkan mengenai hasil dan pembahasan melalui uji kualitas data yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis yang meliputi uji koefisien determinasi, uji F, dan uji t.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini menjabarkan mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Teori

1. *Syariah Enterprise Theory*

Syariah Enterprise Theory (SET) dikembangkan oleh (Triyuwono, 2007) merupakan *entreprise theory* dengan konsep teoritis yang dapat memberikan dasar dalam pembentukan prinsip dan teknik akuntansi yang menghasilkan bentuk akuntabilitas (*accountability*) manajemen terhadap *stakeholders* dan juga sebagai akuntabilitas kepada Allah SWT. *Entreprise theory* mengandung nilai-nilai keadilan, kebenaran, kejujuran, amanah dan pertanggungjawaban serta merupakan bentuk penanggungjawaban utamanya kepada Allah SWT, sehingga nilai-nilai tersebut tidak hanya memperhatikan kepentingan individu dalam yaitu kepentingan perusahaan atau organisasi itu sendiri, tetapi juga memperhatikan kepentingan dari pihak-pihak lain yang dalam hal ini adalah para *stakeholder* (Mulawarman et al., 2011).

Teori ini yang terpenting adalah Allah SWT sebagai pencipta dan pemilik tunggal semua sumber daya yang ada di Dunia. *Syari'ah Enterprise Theory* (SET) juga memiliki kepedulian yang besar terhadap *stakeholder* secara luas. Menurut teori ini, *stakeholder* yang dimaksud meliputi Allah, manusia, dan alam. Allah merupakan pihak yang paling tinggi dan menjadi satu-satunya tujuan hidup manusia. Konsekuensi menetapkan Allah sebagai *stakeholder* tertinggi adalah digunakannya

Sunatullah atau segala ketentuan dan ketetapan Allah sebagai basis dalam melakukan segala hal yaitu proses pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan atau organisasi (Mulawarman et al., 2011).

Stakeholder kedua yaitu manusia, Mulawarman et al. (2011) menyatakan bahwa manusia dalam teori ini dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu *direct-stakeholders* dan *indirect-stakeholders*. *Direct-stakeholders* merupakan pihak-pihak yang secara langsung memberikan kontribusi pada perusahaan, baik dalam bentuk kontribusi keuangan maupun kontribusi non-keuangan karena kontribusi mereka kepada perusahaan, maka mereka memiliki hak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan. *Indirect-stakeholders* adalah pihak-pihak yang tidak memberikan kontribusi kepada perusahaan baik secara keuangan dan non-keuangan, tetapi secara syariah mereka berhak mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan.

Stakeholder yang terakhir adalah alam. Alam adalah pihak yang memberikan kontribusi bagi keberlangsungan perusahaan. Perusahaan secara fisik didirikan diatas bumi, menggunakan energi yang tersebar di alam, memproduksi dengan bahan baku dari alam, memberikan jasa kepada pihak lain dengan menggunakan energi yang tersedia di alam dan lain sebagainya. Namun demikian, alam tidak menghendaki distribusi kesejahteraan dari perusahaan dalam bentuk uang sebagaimana yang diinginkan manusia, melainkan wujud distribusi

kesejahteraan berupa kepedulian perusahaan terhadap kelestarian alam, pencegahan pencemaran, dan lain-lain.

Berdasarkan *Syariah Enterprise Theory* Organisasi pengelola zakat merupakan pihak yang bertanggungjawab untuk mengelola zakat yang yang diperoleh, dan harus memperhatikan kepentingan pihak *stakeholder* salah satunya muzakki atau donatur yang telah mempercayakan untuk mengelola zakatnya. Oleh karena itu organisasi pengelola zakat diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepercayaan para muzakki sehingga dapat memberi keyakinan kepada para muzakki untuk tetap menyalurkan zakatnya melalui organisasi pengelola zakat.

2. Tingkat Kepercayaan Muzakki

Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan juga dapat menjadi pondasi dari suatu hubungan. Kepercayaan tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, namun harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman (Amir, 2005).

Menurut Yilmaz & Atalay (2009), kepercayaan adalah perilaku seorang individu yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat

positif. Adanya kepercayaan adalah karena adanya individu yang dipercaya dapat memberi manfaat dan melakukan apa yang diinginkan oleh individu. Sehingga, kepercayaan bisa menjadi dasar bagi kedua pihak untuk melakukan kerjasama. Menurut Kirana & Moordinarsih (2010) bahwa dalam membangun kepercayaan pada orang lain merupakan hal yang tidak mudah. Kepercayaan terbentuk melalui rangkaian perilaku antara orang yang memberikan kepercayaan dan orang yang dipercayai tersebut. Kepercayaan muncul dari pengalaman dua pihak yang sebelumnya bekerja sama atau berkolaborasi dalam sebuah kegiatan atau organisasi. Pengalaman ini memberikan kesan positif bagi kedua pihak sehingga mereka saling mempercayai dan tidak berkhianat, yang dengan itu dapat merusak komitmen.

Menurut UU No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, muzakki adalah orang atau badan yang berkewajiban menunaikan zakat. Muzaki merupakan bagian yang penting dalam pelaksanaan zakat. Menurut Jannati (2007) Untuk menjadi muzakki memiliki beberapa syarat yaitu:

- a. Islam
- b. Merdeka
- c. Memiliki kelebihan harta yang digunakan untuk mencukupi kebutuhan pokok seperti sandang, pangan, papan, kendaraan, dan perabot rumah lainnya.

- d. Sempurnanya haul (waktu nisbah) hartanya kecuali biji-bijian dan buah-buahan karena tidak disyaratkan sempurnanya waktu.
- e. Terhindarnya harta zakat dari hutang, baik seluruhnya maupun sebagian besarnya dan tidak sedang dipersengketakan.

Kepercayaan muzakki merupakan aspek yang penting bagi lembaga pengelola zakat, perilaku muzakki dalam membayar zakat bergantung pada kepercayaan muzakki terhadap lembaga pengelola zakat.

3. Akuntabilitas

Menurut LAN (1999) Akuntabilitas adalah kewajiban untuk memberikan pertanggungjawaban atau untuk menjawab dan menerangkan kinerja dan tindakan seseorang atau badan hukum atau pimpinan kolektif suatu organisasi kepada pihak yang memiliki hak dan wewenang untuk meminta keterangan atau pertanggungjawaban. Menurut Mardiasmo (2002) akuntabilitas adalah sebagai keharusan yang memberi amanah menyajikan, melaporkan, pemberian tanggung jawab pengungkapan kegiatan yang ditanggung dengan mempunyai wewenang serta hak guna permintaan pertanggungjawabannya. Menurut (Halim, 2014) akuntabilitas adalah kewajiban untuk memberikan pertanggungjawaban atau menjawab dan menerangkan kinerja dan tindakan seseorang/ badan hukum atau pimpinan suatu organisasi kepada pihak atau berkewenangan untuk meminta keterangan atau pertanggungjawaban.

Akuntabilitas dalam perspektif islam dalam ilmu akuntansi memiliki cakupan yang lebih luas, bahwa tidak hanya hubungan *agent* dan *principal* saja melainkan juga hubungannya dengan masyarakat (*stakeholders*), lingkungan (alam), dan Tuhan. Konsep akuntabilitas sangat terkait dengan tradisi pemahaman islam tentang Tuhan, manusia, dan alam semesta (Triyuwono, 2002). Akuntabilitas kepada Tuhan merupakan bentuk akuntabilitas vertikal, sedangkan akuntabilitas kepada *stakeholders* yaitu masyarakat dan alam merupakan bentuk akuntabilitas horizontal. Menurut Triyuwono (2002) *stakeholders* dapat diklasifikasikan menjadi dua golongan yaitu *direct stakeholders* dan *indirect stakeholders*. *Direct stakeholders* adalah pihak yang terkait langsung dengan bisnis perusahaan yang terdiri dari: pemegang saham, manajemen, karyawan, pemerintah, dan lainnya. *Indirect stakeholders* adalah pihak yang tidak terkait langsung dengan bisnis perusahaan yang terdiri dari: masyarakat, mustahiq (penerima zakat, infaq, dan shodaqoh) dan lingkungan alam.

4. Transparansi

Menurut Aedy (2011) Transparansi ialah penyajian pelaporan semua orang dengan transparan dan tidak ada yang ditutupi, berkaitan dengan pelaksanaan dan pengelolaannya, dengan unsur yang menjadi dasar diambilnya keputusan dan dilaksanakannya aktivitas tersebut. Menurut Agoes & Ardana (2009) transparansi adalah kewajiban bagi para pengelola untuk menjalankan prinsip keterbukaan dalam proses

keputusan dan penyampaian informasi. Dalam menyampaikan informasi juga mengandung arti bahwa informasi yang disampaikan harus lengkap, benar, dan tepat waktu kepada semua pemangku kepentingan dan tidak ada hal yang dirahasiakan, disembunyikan atau ditunda-tunda pengungkapannya.

Transparansi menuntut adanya pertanggungjawaban terbuka, aksesabilitas terhadap laporan keuangan dengan mudah serta adanya publikasi laporan keuangan, hak untuk tahu hasil audit dan ketersediaan informasi kinerja lembaga Istiqomah & Asrori (2019). Dalam KK.SAP (2005) transparansi adalah pemberian informasi kepada masyarakat dengan alasan bahwa masyarakat juga berhak untuk mengetahui kemana saja aliran dana yang telah dibayarkan, sebagai bentuk pertanggung jawaban. Begitu juga dengan lembaga amil zakat, infaq dan shodaqoh yang bertanggung jawab mengelola dana zakat. Lembaga amil zakat, infaq dan shodaqoh harus memberikan informasi keuangan, dan pengelolaan kepada para muzakki dan para mustahiq, karena mereka memiliki hak untuk mengetahui sebagai bentuk pertanggung jawaban dari lembaga amil zakat. UU N0. 23 Tahun (2011) juga memerintahkan agar lembaga amil zakat harus transparan dalam laporan keuangan guna meningkatkan kepercayaan dari dara muzakki.

Salah satu syarat kerjasama adalah adanya transparansi atau kejujuran. Kejujuran akan mengikis kecurigaan dan persengketaan sehingga kerjasama dapat berjalan dalam jangka panjang dan saling

menguntungkan. Islam menjunjung tinggi nilai kejujuran dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam kerjasama bisnis sebagaimana islam menghargai nilai-nilai ekonomi islam salah satunya keadilan dan mencegah kedzaliman karena kedzaliman akan menciptakan kecurangan (Ali, 2009). Menurut Tapanjeh (2009) transparansi dalam prespektif islam adalah organisasi bersifat terbuka kepada muzakki. Seluruh fakta yang terkait aktivitas pengelolaan zakat termasuk informasi keuangan harus mudah di akses oleh pihak yang berkepentingan. Informasi harus diungkapkan secara jujur, lengkap, dan meliputi segala hal yang terkait dengan informasi yang diberikan. Pemberian informasi juga perlu dilakukan secara adil kepada semua pihak yang membutuhkan informasi.

5. Kualitas Layanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2006). Menurut Kotler (1985) pelayanan adalah setiap kegiatan yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas layanan adalah hasil evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap layanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan, oleh karena itu dari sudut pengguna kualitas layanan adalah sebagai sesuatu yang secara konsisten

memenuhi harapan pelanggan (Lovelock et al., 2020). Menurut Nasution (2004) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Baik buruknya kualitas layanan menjadi tanggung jawab seluruh bagian suatu organisasi dalam memenuhi harapan para pelanggan. Kualitas layanan merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Baik buruknya kualitas pelayanan menjadi tanggung jawab seluruh bagian suatu organisasi dalam memenuhi harapan para pelanggan.

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Tabel 2. 1
Telaah Penelitian Sebelumnya

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Nasim & Muhammad Rizqi (2014)	Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat, Dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki	Transparansi laporan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Pengelolaan zakat berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Sikap pengelola berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki.
2.	Hasrina et al.(2018)	Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh	Akuntabilitas berpengaruh signifikan kearah positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Transparansi Lembaga Zakat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki

Tabel 2.1
Lanjutan Telaah Penelitian Sebelumnya

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
3.	Rahayu et al. (2019)	Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki (Studi Kasus Pada Lembaga Amil Zakat Masjid Jogokariyan Yogyakarta)	Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Transparansi lembaga zakat berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki.
4.	Istiqomah & Asrori (2019)	Pengaruh Literasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Intervening	Literasi muzaki berpengaruh secara positif terhadap kepercayaan muzaki pada lembaga pengelola zakat. Akuntabilitas berpengaruh secara negatif terhadap kepercayaan muzaki pada lembaga pengelola zakat. Transparansi berpengaruh secara positif terhadap kepercayaan muzaki pada lembaga pengelola zakat. Literasi muzaki berpengaruh negatif terhadap kepercayaan muzaki pada lembaga pengelola zakat melalui akuntabilitas sebagai variabel intervening. Literasi muzaki berpengaruh negatif terhadap kepercayaan muzaki pada lembaga pengelola zakat melalui transparansi sebagai variabel intervening.
5.	Junjunan et al. (2020)	Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Dan IGCG Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Di Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat.	Transparansi berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Akuntabilitas tidak berpengaruh tingkat kepercayaan muzakki <i>Islamic good corporate governance</i> (IGCG) berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki.

Tabel 2. 1
Lanjutan Telaah Penelitian Sebelumnya

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
6.	Harjono & Zulkarnaen (2020)	Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat Dan Pengentasan Kemiskinan Terhadap Kepercayaan Muzakki.	Akuntabilitas LAZ berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki kepada LAZ. Transparansi LAZ berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki atas LAZ. Program pengentasan kemiskinan berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki atas LAZ.
7.	Husna & Farid (2020)	Pengaruh Reputasi, Kepuasan Dalam Distribusi Zakat, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.	Reputasi berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Kepuasan dalam Distribusi Zakat berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh.
8.	Elmi (2020)	Pengaruh Manajemen Zakat, Transparansi Laporan Keuangan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara.	Manajemen zakat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki. Transparansi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki. Manajemen zakat, transparansi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepercayaan muuzakki.

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh akuntabilitas terhadap tingkat kepercayaan muzakki

Akuntabilitas dalam perspektif islam dalam ilmu akuntansi memiliki cakupan yang lebih luas, bahwa tidak hanya hubungan *agent* dan *principal* saja melainkan juga hubungannya dengan masyarakat (*stakeholders*), lingkungan (alam), dan Tuhan. Konsep akuntabilitas sangat terkait dengan tradisi pemahaman islam tentang Tuhan, manusia, dan alam semesta (Triyuwono, 2002). Akuntabilitas kepada Tuhan merupakan bentuk akuntabilitas vertikal, sedangkan akuntabilitas kepada *stakeholders* yaitu masyarakat dan alam merupakan bentuk akuntabilitas horizontal. Akuntabilitas merupakan upaya untuk menghasilkan pengungkapan yang benar.

Menurut *Syariah Enterprise Theory* (SET), mengandung nilai keadilan, kejujuran, amanah dan pertanggungjawaban. Bentuk pertanggungjawaban tidak hanya dilakukan untuk kepentingan perusahaan saja, namun juga kepentingan *stakeholders*. Dalam *Syariah Enterprise Theory* (SET) akuntabilitas merupakan bentuk pertanggungjawaban yang diberikan kepada *stakeholders* salah satunya muzakki untuk memberikan keyakinan kepada para muzakki sehingga muzakki dapat percaya pada organisasi pengelola zakat. Oleh karena itu akuntabilitas pada organisasi pengelola zakat dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki. Semakin baiknya akuntabilitas pada

organisasi pengelola zakat maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat.

Penelitian yang dilakukan Hasrina et al. (2018) mengungkapkan bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rahayu et al. (2019) menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Penelitian dari Harjono & Zulkarnaen (2020) mengungkapkan bahwa akuntabilitas LAZ berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan muzakki kepada LAZ.

H1: Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki.

2. Pengaruh transparansi terhadap tingkat kepercayaan muzakki

Menurut Tapanjeh (2009) transparansi dalam prespektif islam adalah organisasi bersifat terbuka kepada muzakki. Seluruh fakta yang terkait aktivitas pengelolaan zakat termasuk informasi keuangan harus mudah di akses oleh pihak yang berkepentingan. Informasi harus diungkapkan secara jujur, lengkap, dan meliputi segala hal yang terkait dengan informasi yang diberikan. Pemberian informasi juga perlu dilakukan secara adil kepada semua pihak yang membutuhkan informasi. Transparansi dapat menciptakan timbal balik pada lembaga amil zakat dan masyarakat melalui penyediaan informasi dan jaminan kemudahan dalam memperoleh informasi.

Menurut *Syariah Enterprise Theory* (SET), mengandung nilai keadilan, kejujuran, amanah dan pertanggungjawaban. Bentuk pertanggungjawaban tidak hanya dilakukan untuk kepentingan perusahaan saja, namun juga kepentingan *stakeholders*. Dalam *Syariah Enterprise Theory* (SET) transparansi merupakan bentuk nilai kejujuran yang diberikan kepada *stakeholders* salah satunya muzakki untuk memberikan keyakinan kepada para muzakki bahwa organisasi pengelola zakat dapat mengelola dengan jujur dan amanah sehingga muzakki dapat percaya pada organisasi pengelola zakat. Maka dari itu transparansi pada organisasi pengelola zakat dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki. Semakin baiknya transparansi pada organisasi pengelola zakat maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Junjuna et al. (2020) menyatakan bahwa Transparansi berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Harjono & Zulkarnaen (2020) transparansi LAZ berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki atas LAZ. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu et al. (2019) memberi hasil bahwa transparansi lembaga zakat berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Penelitian yang dilakukan oleh (Hasrina et al., 2018) menyatakan bahwa Transparansi Lembaga Zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki

H2: Transparansi berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki di LAZISMU.

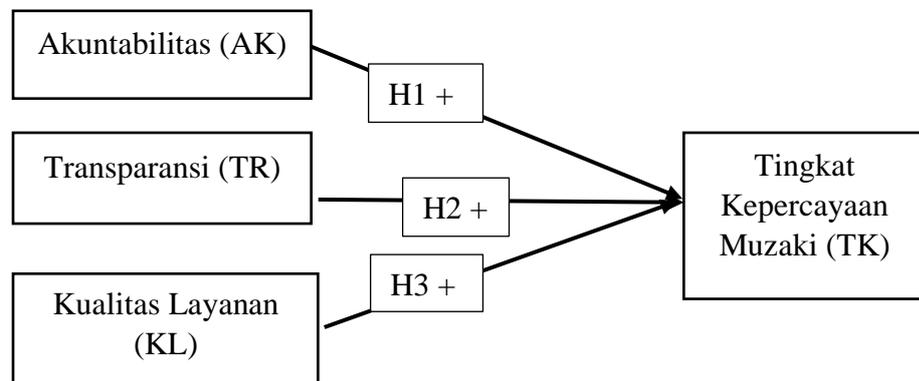
3. Pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepercayaan muzakki

Kualitas layanan adalah hasil evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap layanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan, oleh karena itu dari sudut pengguna kualitas layanan adalah sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi harapan pelanggan (Lovelock et al., 2020). *Syariah Enterprise Theory* (SET), mengandung nilai keadilan, kejujuran, amanah dan pertanggungjawaban. Bentuk pertanggungjawaban tidak hanya dilakukan untuk kepentingan perusahaan saja, namun juga kepentingan *stakeholders*. Dalam *Syariah Enterprise Theory* (SET) kualitas layanan merupakan bentuk pertanggungjawaban yang diberikan kepada *stakeholders* salah satunya muzakki. Muzakki merupakan direct-stakeholders yaitu pihak yang secara langsung memberikan kontribusi keuangan kepada organisasi pengelola zakat, dan pihak muzakki berhak mendapatkan hak dan kesejahteraan dari organisasi pengelolaan zakat melalui pelayanan yang diberikan. Dengan memberikan layanan yang baik pada muzakki dan masyarakat sehingga dapat memberikan keyakinan para muzakki untuk percaya pada lembaga amil zakat. Oleh karena itu kualitas layanan pada organisasi pengelola zakat dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki.

Semakin baiknya kualitas layanan pada lembaga zakat maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat. Penelitian yang dilakukan Elmi, 2020) memberikan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki.

H3: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki di Lazismu.

D. Model Penelitian



Gambar 2. 1
Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Sedangkan menurut Sugiyono (2012) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga sampel yang diambil harus benar-benar *representative* (mewakili). Sampel dalam penelitian ini adalah muzakki tetap yang terdaftar di LAZISMU Kota Magelang dan di Kabupaten Magelang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *Non Probability Sampling* dan menggunakan metode *Convenience Sampling*. Teknik sampling ini memilih sampel dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh, elemen populasi yang dipilih sebagai subyek sampel tidak terbatas sehingga peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel yang paling cepat dan murah (Supomo & Indriantoro, 2016). Untuk menghitung sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N (\text{moe})^2}$$

Dimana:

n = besar sampel

N = ukuran sampel

Moe = Margin of error maximum, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditoleransi (ditentukan 10%).

$$n = \frac{2.207}{1+2.207(0,1)^2} = 95,6653$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel adalah 95,6653 dan untuk memudahkan perhitungan selanjutnya dibulatkan menjadi 96 sampel. Jadi keterbatasan sampel pada penelitian ini sebanyak 96 muzakki.

B. Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kausal, yaitu pendekatan yang digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang memperjelas gambarannya mengenai objek yang diteliti (Sugiyono, 2014). Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa data yang diambil dari sebuah penelitian dengan menggunakan instrumen yang dilakukan pada saat tertentu dan hasilnya pun tidak dapat di generalisasikan hanya dapat menggambarkan keadaan pada saat itu. Data tersebut berupa kuesioner wawancara atau hasil pengamatan terhadap objek tertentu yang di serahkan kepada responden, yaitu para muzakki yang telah membayarkan zakat di LAZISMU Kota dan Kabupaten Magelang. Penelitian ini dilakukan di LAZISMU Kota dan Kabupaten Magelang.

2. Teknik Pengumpulan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan yang diberikan langsung kepada responden (muzakki) yang ada di Lazismu Kota dan Kabupaten Magelang dengan menggunakan item-item pertanyaan yang dibatasi dalam pemberian jawaban.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner yang diberikan secara online kepada responden, dan diukur dengan skala likert 5. Nilai dari skala likert yaitu. Skor 1 = sangat setuju (STS), 2 = tidak setuju (TS), 3 = netral, 4 = setuju (S), dan 5 = sangat setuju (SS).

C. Definisi Operasional

Tabel 3. 1
Definisi Operasional

No.	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
1.	Tingkat Kepercayaan (TK)	Kepercayaan adalah perilaku seorang individu yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat positif (Yilmaz & Atalay, 2009).	1. <i>Credibility</i> (dapat dipercaya) 2. <i>Competency</i> (kemampuan) 3. <i>Courtesy</i> (sikap moral) (Hasrina et al., 2018)	Variabel diukur menggunakan skala likert 1-5 yaitu sangat tidak setuju (1) dan sangat setuju (5).

Tabel 3. 1
Lnjutan Definisi Operasional

No.	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
2.	Akuntabilitas (AK)	Akuntabilitas dalam perspektif islam dalam ilmu akuntansi memiliki cakupan yang lebih luas, bahwa tidak hanya hubungan <i>agent</i> dan <i>principal</i> saja melainkan juga hubungannya dengan masyarakat (<i>stakeholders</i>), lingkungan (alam), dan Tuhan (Triyuwono, 2002).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan rincian fungsi, tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian. 2. Setiap bagian melaksanakan tugas secara jujur dan memiliki ukuran kinerja yang jelas. 3. Memiliki sistem penghargaan dan sanksi. 4. Mengevaluasi pencapaian kinerjanya secara berkala. 5. Memiliki tata cara pengelolaan keluhan dan pengaduan. 6. Laporan pertanggungjawaban disampaikan sesuai dengan aturan yang berlaku. <p style="text-align: right;">(Yuliafitri & Asma, N., 2016)</p>	Variabel diukur menggunakan skala likert 1-5 yaitu sangat tidak setuju (1) dan sangat setuju (5).
3.	Transparansi (TR)	Transparansi adalah kewajiban bagi para pengelola untuk menjalankan prinsip keterbukaan dalam proses keputusan dan penyampaian informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan informasi yang dibutuhkan secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat dan mudah diakses. 2. Menyediakan informasi yang mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat. 	Variabel diukur menggunakan skala likert 1-5 yaitu sangat tidak setuju (1) dan sangat setuju (5).

Tabel 3. 1
Lnjutan Definisi Operasional

No.	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
		(Agoes & Ardana, 2009).	3. Menyediakan informasi terkait pengelolaan zakat. 4. Menyediakan informasi mengenai kebijakan yang diterapkan secara tertulis. (Yuliafitri & Asma, N., 2016)	
4.	Kualitas Layanan (KL)	Menurut Nasution (2004) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	1. Keandalan (<i>reliability</i>) 2. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 3. Kepatuhan (<i>compliance</i>) 4. Empati (<i>emphaty</i>) 5. Bukti fisik (<i>tengible</i>) (Hardiyansyah, 2011)	Variabel diukur menggunakan skala likert 1-5 yaitu sangat tidak setuju (1) dan sangat setuju (5).

D. Metode Analisis Data

1. Statistik Diskriptif

Statistik diskriptif adalah suatu metode pengumpulan, penyajian, dan pengaturan data yang berguna untuk membuat gambaran yang jelas variasi sifat data yang dapat mempermudah proses analisis dan interpretasi. Menurut Ghozali (2018), statistik diskriptif memberikan gambaran atau diskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata

(*mean*), standar deviasi, varian, *maksimum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi). Analisis dalam penelitian ini memberikan gambaran secara terperinci atau kejelasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan (indikator) pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018), yaitu mengukur konstruk atau variabel yang di teliti periset. Dalam menguji validitas instrumen kuesioner penelitian ini menggunakan uji validitas dengan *Confirmation Factor Analysis* (CFA). *Confirmation Factor Analysis* digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai unidimensionalitas atau apakah indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel. Jika masing-masing indikator merupakan indikator pengukuran konstruk maka akan memiliki nilai loading faktor yang tinggi.

Asumsi yang mendasari dapat tidaknya digunakan analisis faktor adalah data matrik harus adalah data matrik harus memiliki korelasi yang cukup (*sufficient correlation*). Uji *Barlett off Sphericity*

merupakan uji statistik untuk menentukan ada tidaknya korelasi antar variabel. Semakin besar sampel menyebabkan *Barlett test* semakin sensitif untuk mendeteksi korelasi antar variabel. Alat uji lain yang digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor adalah *Kaiser-Mayer-Olkin Measure of sampling Adequacy* (KMO MSA). Nilai KMO bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang dikehendaki harus $> 0,50$ untuk dapat dilakukan analisis faktor. Alasan penting interpretasi faktor adalah *factor rotation*. Ada dua jenis rotasi yaitu *orthogonal rotation* dan *oblique rotation*. Rotasi ortogonal melakukan rotasi dengan sudut 90 derajat. Sedangkan rotasi yang tidak 90 derajat disebut *oblique rotation*. Rotasi ortogonal dapat berbentuk *Quartimax*, *Verimax*, dan *Promax* (Ghozali, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan/pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dengan menggunakan alat ukur yang sama (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian untuk menilai sejauh mana suatu pengukuran dapat

dipercaya yang konsisten atau strabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan menghitung *croanbach's alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel, instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal/reliabel jika memberikan nilai *croanbach's alpha* lebih dari 0,70.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan analisis regresi yaitu mengukur hubungan antara variabel dependen dengan varibel independen (Ghozali, 2018). Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20. Dengan persamaan sebagai berikut:

$$TK = \alpha + \beta_1 AK + \beta_2 TR + \beta_3 KL + \varepsilon$$

Keterangan :

TK = Tingkat Kepercayaan Muzakki

α = Konstanta

AK = Akuntabilitas

TR = Transparansi

KL = Kualitas Layanan

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien AK TR KL

ε = Error term

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji R² (koefisien Determinasi)

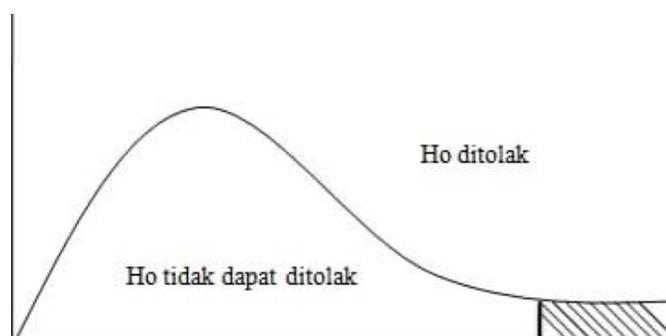
Uji R square (koefisien determinasi) digunakan untuk mengetahui seberapa kemampuan model dalam menerangkan pengaruh variabel independen yaitu Akuntabilitas (AK), Transparansi (TR), dan Kualitas Layanan (KL) terhadap variabel dependen yaitu tingkat kepercayaan muzakki (Y). Besarnya nilai koefisien determinasinya antara 0 sampai 1, semakin mendekati 0 maka koefisien determinasinya semakin kecil pengaruhnya terhadap variabel bebas, dan sebaliknya jika semakin mendekati 1 besarnya koefisien determinasi semakin besar pengaruhnya terhadap variabel bebas (Ghozali, 2018).

b. Uji F

Menurut (Ghozali, 2018), Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel daalam menaksir nilai aktual. Uji F menguji apakah variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen secara baik atau untuk menguji apakah model yang digunakan telah *fit* atau tidak. Menentukan F tabel digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan pembilang (df) = k dan derajat kebebasan penyebut (df) = n-k-1 dimana k adalah jumlah variabel bebas. Pengujian dilakukan dengan membandingkan dengan kriteria:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $P_{value} < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya model yang digunakan bagus (*fit*).

- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau $P_{value} > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a tidak dapat diterima, artinya model yang digunakan tidak bagus (tidak *fit*).



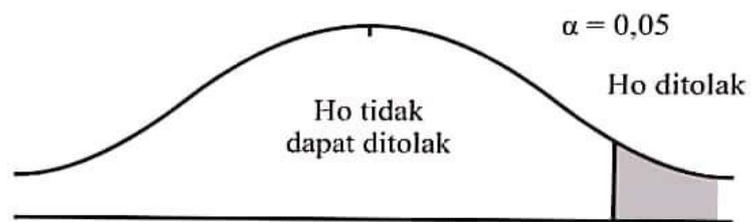
Gambar 3. 1
Uji F

c. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil nilai t tabel digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat keberadaan (df) = $n-1$ (Ghozali, 2018), yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $P_{value} < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau $P_{value} > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a tidak dapat diterima, artinya variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.



Gambar 3. 2
Uji t

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas layanan terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Objek penelitian ini dilakukan di Kota dan Kabupaten Magelang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik convenience sampling, dan sampel yang diperoleh adalah sebanyak 97 muzakki.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) hasil *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa variabel akuntabilitas, transparansi dan kualitas layanan terhadap tingkat kepercayaan muzakki sebesar 80,3% sedangkan sisanya 19,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti atau diluar model regresi penelitian ini. (2) hasil uji statistik F menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel yang artinya model penelitian yang digunakan sudah bagus (*fit*) untuk diuji. (3) hasil uji t menunjukkan bahwa akuntabilitas dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki, sedangkan transparansi tidak berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Hal ini dipengaruhi oleh kurangnya penyajian laporan keuangan secara periodik dan tepat waktu. Sehingga masih kurangnya pengetahuan muzakki mengenai laporan keuangan LAZISMU.

B. Ketrebatasan Penelitian

1. Pada penelitian ini, kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen masih terbatas. Penelitian ini hanya meneliti akuntabilitas, transparansi dan kualitas layanan. Sedangkan masih ada variabel lain yang perlu ditinjau kembali yang mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki.
2. Pengolahan data pada penelitian ini berdasarkan jawaban dari responden pada kuesioner yang disebar. Penelitian ini menggunakan metode google form dalam penyebaran kuesioner, sehingga membutuhkan waktu untuk pengumpulan datanya dikarenakan responden memiliki kesibukan dan sebagian besar muzakki di LAZISMU Kota dan Kabupaten Magelang merupakan orang yang sudah berumur yang kurang memahami mengenai pengisian google form.

C. Saran

1. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain. Sehingga dapat lebih menjelaskan tingkat kepercayaan muzakki muzakki seperti variabel profesionalitas (Hasrina et al., 2018), karena profesional akan memberi pengaruh pada amanah yang diberikan pada masyarakat.
2. Peneliti selanjutnya bisa mengembangkan teknik pengumpulan kuesioner sehingga tidak memakan waktu yang lama, seperti sumber responden ditambahkan muzakki dalam bentuk badan atau skala usaha, dan dapat dilakukan dengan metode wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- UU NO. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- UU No 38 tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat, (1999).
- Aedy, H. (2011). *Teori dan Aplikasi Ekonomi Pembangunan Prespektif Islam: Sebuah Studi Komparasi*. Graha Ilmu.
- Afiyana, I. F. (2019). Tantangan Pengelolaan Dana Zakat Di Indonesia Dan Literasi Zakat. *Akuntabel*, 222–29. <http://doi.org/10.29264/JAKT.V1612.6013>
- Agoes, S., & Ardana, I. C. (2009). *Etika Bisnis dan Profesi*. Salemba Empat.
- Ali, H. (2009). *Edisi Bru Marketing*. Pressindo.
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Andri Soemitra, M. A. (2017). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (2nd ed.). Kencana.
- BPS. (2020). *No Title*. Badan Pusat Statistik.
- Canggih, C. dkk. (2017). Potensi dan Realissasi Dana Zakat Indonesia. *Kurnal Ekonomi Islam*, 1, 22.
- Costello, A. B., & Osborne, J. (2005). Best Practice in Exploriatory factor analysis: four recommendation for getting the most from your analysis. *Practical Aessment, Research, and Evaluation*, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.7275/jyj1-4868>
- Elmi, N. F. (2020). *Pengaruh Manajemen Zakat, Transparansi Laporan Keuangan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Faznita, N. (2020). *Pengaruh Manajemen Zakat, Transparansi Laporan Keuangan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki pada BAZNAZ Provinsi Sumatera Utara*.
- Forum Zakat. (2017). *KEMENAG Tetapkan Lazizmu Sebagai LAZNAS*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, A. (2014). *Akuntansi Sektor Publik. Keuangan Daerah* (Edisi Empa). Salemba Empat.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Gava Media.
- Harjono, I., & Zulkarnaen, W. (2020). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat Dan Pengentasan Kemiskinan Terhadap Kepercayaan Muzakki. *Universitas Muhammadiyah Bandung*.
- Hasrina, C. D., Yusri, & Sy, D. R. A. (2018). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora*, 2(1), 1–9.
- Husna, N., & Farid. (2020). Pengaruh reputasi, kepuasan dalam distribusi zakat, dan kualitas layanan terhadap kepercayaan muzakki pada baitul mal kota banda aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 456–468.
- Istiqomah, D., & Asrori. (2019). Pengaruh literasi terhadap kepercayaan muzaki pada lembaga pengelola zakat dengan akuntabilitas dan transparansi sebagai variabel intervening. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 95–109.

- Jannati, M. I. (2007). *Fiqih Perbandingan Lima Mazhab*. Cahaya.
- Junjuran, M. I., Asegaf, M. M., & Takwil, M. (2020). Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, dan IGCG terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki di Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat. *Akuntansi : Jurnal Akuntansi Integratif*, 6(2), 112–125. <https://doi.org/10.29080/jai.v6i2.289>
- Kirana, A., & Moordiningsih. (2010). Studi Korelasi Efikasi Diri dan Dukungan Sosial Dengan Prestasi Akademik: Telaah Pada Siswa Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmiah Berskala Psikologi*, 12(1), 37–46.
- Kotler. (1985). *Manajemen Pemasaran* (ke empat). Penerbit Erlangga.
- LAN. (1999). *Pedoman Penyusunan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah*.
- Lazismu. (2015). Perilaku Dan Potensi Filantropi Warga Muhammadiyah (Survey di 11 Kota Besar di Indonesia). *Jurnal Ekonomi Islam*, 57.
- Lovelock, C., Jochen, W., & Jacky, M. (2020). *Pemasaran Jasa* (7 jilid 1). Erlangga.
- Mardiasmo. (2002). *Akuntansi Sektor Publik*. Penerbit Andi.
- Mujahiddin, A. (2007). *Ekonomi Islam*. PT.Raja Grafindo Persada.
- Mulawarman, A., Triyuwono, I., Irianto, G., & Ludigdo, U. (2011). Menuju Teori Akuntansi Syariah Baru. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 1(1), 61–78.
- Nasim, A., & Muhammad Rizqi, S. R. S. (2014). Pengaruh transparansi laporan keuangan, pengelolaan zakat, dan sikap pengelola terhadap tingkat kepercayaan muzakki. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 550–561.
- Nasution. (2004). *Pembelajaran Quantum Learning*. Aglesindo.
- Rahayu, S. B., Widodo, S., & Binawati, E. (2019). Pengaruh akuntabilitas dan transparansi lembaga zakat terhadap tingkat kepercayaan muzakki. *Journal of Business and Information Systems*, 1(2), 103–114. <https://doi.org/10.36067/jbis.v1i2.26>
- Rasyid, H. (2003). *Fiqh Indonesia*. Al-Mawardi Prima.
- Saputri, L. H. (2019). *Pengaruh Ekspektasi dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di BAZNAS Kota Jambi*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Supomo, B., & Indriantoro, N. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFE.
- Supriyanto, B. (2021a). *No Title*. *Bisnis.Com*. <https://finansial.bisnis.com/read/20210301/231/1362228/potensi-zakat-rp2338-triliun-muhammadiyah-apresiasi-survei-lazismu>
- Supriyanto, B. (2021b). *Potensi Zakat Rp233,8 Triliun, Muhammadiyah Apresiasi Survey Lazismu*. *Bisnis.Com*. <http://m.bisnis.com/finansial/read/20210301/231/1362228/potensi-zakat-rp2338-triliun-muhammadiyah-apresiasi-survey-lazismu>
- Tapanjeh, A. M. A. (2009). Corporate Governance From The Islamic Perspective: A Comparative Analysis With OECD Principles. *Critical Perspectives on Accounting*, 20, 105–177.
- Tjiptono. (2006). *Manajemen Jasa*. BPFE.
- Triyuwono, I. (2002). Sinergi Oposisi Biner: Formulasi Tujuan Dasar Laporan Keuangan AS. *Paper Presented at the Prosiding. Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islam*.

- Triyuwono, I. (2007). *Prespektif, Metodologi dan Teori Akuntansi Syariah*. Rajawali Press.
- Yilmaz., A., & Atalay, C. G. (2009). A theoretical Analyze Of The Concept Of Trust In Organizational Life. *European Journal Of Social Sciences*, 8, 2.
- Yuliafitri, I., & Asma, N., K. (2016). Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (studi persepsi pada LAZ Rumah Zakat). *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2).