

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

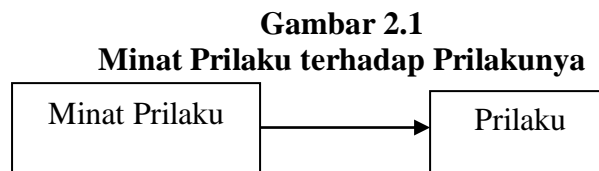
#### A. LANDASAN TEORI

##### 1. *Theory Of Reasoned Action (TRA)*

Teori tindakan beralasan (TRA) dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1980 sebagai berikut :

##### a. *Theory Of Reasoned Action (TRA)*

Teori ini lahir karena kurang berhasilnya penelitian-penelitian yang menguji teori sikap, yaitu hubungan antara sikap dan perilaku seseorang dalam bertindak. Teori ini menjelaskan bahwa suatu perilaku dilakukan karena dipengaruhi oleh keinginan dan minat individu itu sendiri. Minat akan menentukan perilaku yang dapat digambarkan sebagai berikut ini.<sup>1</sup>



Sumber : Dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Sesuai dengan namanya, teori tindakan beralasan atau dikenal dengan *Theory of Reasoned Action (TRA)* didasarkan pada sebuah asumsi bahwa manusia biasanya berperilaku dengan cara sadar, bahwa mereka mempertimbangkan informasi yang tersedia, secara implisit (tersirat) dan eksplisit (*to the point*) juga mempertimbangkan implikasi-implikasi dari tindakan yang dilakukan. Menurut teori *Theory Of*

---

<sup>1</sup> Jogiyanto, 2007, "*Sistem Informasi Keprilakuan*" (Yogyakarta : CV Andi Offset), Hal. 25

*Reasoned Action*, minat-minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar, yang berhubungan dengan faktor pribadi dan faktor sosial.<sup>2</sup> Faktor pribadi adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi dari kepercayaan atau perasaan positif dan negatif dari diri sendiri jika harus melakukan perilaku yang dikehendaki.

Dalam teori Indakan beralasan ini memiliki tahapan-tahapan manusia melakukan perilaku. Pada tahap awal perilaku diasumsikan ditentukan oleh minat. Pada tahap kedua minat-minat dijelaskan dalam bentuk sikap-sikap terhadap perilaku dan norma-norma subyektif dan tahap ketiga mempertimbangkan sikap-sikap dan norma subyektif dalam bentuk kepercayaan-kepercayaan tentang konsekuensi melakukan perilakunya dan tentang ekspektasi-ekspektasi normatif dari orang yang direferensi yang relevan.<sup>3</sup> Secara keseluruhan berarti perilaku seseorang dapat juga dijelaskan dengan mempertimbangkan kepercayaan-kepercayaannya karena kepercayaan seseorang mewakili informasi yang mereka peroleh tentang dirinya sendiri dan tentang dunia disekeliling mereka.

## **2. Teori Zakat**

### **a. Pengertian Zakat**

Zakat secara bahasa artinya *berkah, tumbuh, suci, baik*, dan bersihnya sesuatu. Sedangkan zakat secara syara' zakat yaitu hitungan tertentu dari harta dan sejenisnya dimana syara' mewajibkan untuk

---

<sup>2</sup> Ibid, Hal. 31

<sup>3</sup> Ibid, Hal. 32

mengeluarkannya kepada orang-orang fakir dan yang lainnya dengan syarat-syarat khusus. Kata zakat semula bermakna: *al-taha'rah* (bersih), *al-nama'* (tumbuh, berkembang), *al-barakah* (anugerah yang lestari), *al-madh* (terpuji), dan *al-shalah* (kesalehan). Semua makna tersebut telah dipergunakan baik di dalam Al-Qur'an maupun hadist.<sup>4</sup>

Pengertian Zakat adalah salah satu pilar penting dalam ajaran Islam. Secara Etimologi. Zakat memiliki arti berkembang (*an-namaa*), mensucikan (*at thaharatu*) danberkah (*al-barakatu*), Sedangkan secara Terminologi, zakat mempunyai arti mengeluarkan sebagian harta dengan persyaratan tertentu untuk diberikan pada kelompok tertentu (*mustahik*) dengan persyaratan tertentu pula<sup>5</sup>

Zakat hukumnya wajib dan dikategorikan sebagai hal-hal yang harus diketahui (*al-Ma'lum min ad-Dini bi adl-Dharurah* ). Jika seorang muslim mengikarinya, bukan karena ketidaktahuan (*jahalah*) atau baru masuk Islam (*hadis al-Islam*), maka ia telah kufur.<sup>6</sup>

Dalam pengertian istilah *syara'*, zakat mempunyai banyak pemahaman diantaranya yaitu:

- 1) Menurut Yusuf Al-Qardhawi, zakat adalah jumlah harta tertentu yang di wajibkan oleh Allah dan diserahkan kepada orang-orang yang berhak.

---

<sup>4</sup> Gus Arifin, 2016 "*Keutamaan Zakat, Infak, Sedekah*," (Bandung: PT Gramedia), hlm. 3-5.

<sup>5</sup> Asminar, 2017 "*Pengaruh Pemahaman, Transparansi Dan Peran Pemerintah Terhadap Motivasi Dan Keputusan Membayar Zakat Pada BAZNAS Kota Binjai*". At-Tawwasuth. Vol 3, hlm. 264.

<sup>6</sup> Oni Sahroni, ad, all, 2017 "*Fikih Zakat Kotemporer*" (Jakarta : Raja Grafindo Persada), hlm. 5

- 2) Menurut Abdurrahman Al-Jaziri berpendapat bahwa zakat adalah penyerahan pemilikan tertentu kepada orang yang berhak menerimanya dengan syarat-syarat tertentu pula.
- 3) Wahab Zauhaili dalam karyanya *al-fiqih al-islami wa adillatuhu*, mendefinisikan dari 4 mazhab, yaitu :
  - Mazhab Maliki, zakat adalah mengeluarkan sebagian yang tertentu dari harta yang tertentu pula yang sudah mencapai nishab (batas jumlah yang mewajibkan zakat) kepada yang berhak menerimanya, maka kepemilikan itu penuh dan sudah mencapai haul (setahun) selain barang tambang dan pertanian.
  - Mazhab Hanafi mendefinisikan zakat adalah menjadikan kadar tertentu dari harta tertentu pula sebagai hak milik, yang sudah ditentukan oleh pembuat syari'at semata-mata karena Allah SWT.
  - Menurut Mazhab Syafi'i, zakat adalah namakadar yang dikeluarkan dari harta atau benda dengan cara-cara tertentu.
  - Mazhab Hambali, zakat adalah sebagai hak (kadar tertentu) yang diwajibkan untuk dikeluarkan dari harta tertentu untuk golongan yang tertentu dalam waktu tertentu pula.<sup>7</sup>

#### **b. Syarat Wajib Zakat**

Antara lain yaitu, sebagai berikut :

- 1) Merdeka

---

<sup>7</sup> Daniati, Tesa, 2018, Skripsi, " Pengaruh Religiusitas muzakki, Akuntabilitas dan Kredibilitas Lembaga Amil Zakat terhadap keputusan membayar zakat di Lembaga Amil Zakat " (Yogyakarta : UII Yogyakarta) hlm. 14

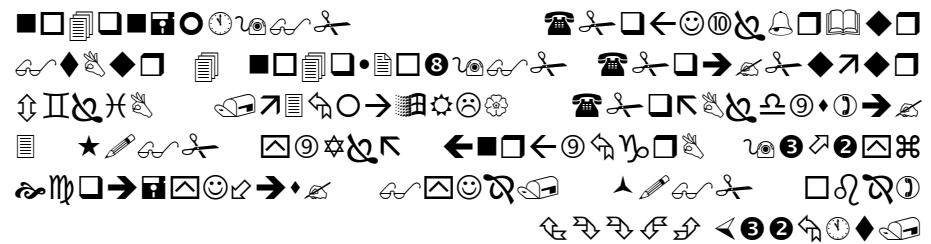
- 2) Islam.
- 3) Baligh dan Berakal.
- 4) Harta yang dikeluarkan adalah harta yang wajib dizakati.
- 5) Harta yang dizakati telah mencapai *nishab* atau senilai dengannya.
- 6) Harta yang dizakati adalah milik penuh.
- 7) Kepemilikan harta yang telah mencapai setahun.
- 8) Harta tersebut bukan merupakan harta hasil utang.
- 9) Harta yang akan dizakati melebihi kebutuhan pokok.
- 10) Menjembatani jurang pemisah antara yang kaya dan yang miskin dalam masyarakat.
- 11) Mengembangkan rasa tanggung jawab sosial pada diri seseorang
- 12) Mendidik manusia untuk berdisiplin menunaikan kewajiban dan menyerahkan hak orang lain yang ada padanya.
- 13) Sarana pemerataan pendapatan (rezeki) untuk mencapai keadilan sosial.

### **c. Macam-macam Zakat**

#### 1) Zakat Fitrah

Sejumlah harta yang wajib ditunaikan oleh setiap mukallaf dan setiap orang yang nafkahnya ditanggung olehnya dengan syarat-syarat tertentu, Yang dikeluarkan dalam zakat fitrah adalah makanan pokok (yang mengenyangkan) menurut tiap-tiap tempat (negeri) sebanyak 3,1 liter atau 2,5 kg. Atau bisa diganti dengan uang senilai 3,1 liter atau 2,5 kg makanan pokok yang harus dibayarkan. Makanan pokok di

sdaerah tempat berzakat fitrah itu seperti beras, jagung, tepung sagu, dan sebagainya Sesuai dengan Firman Allah Dalam Al-Qur'an surah Al Baqarah ayat 110 :

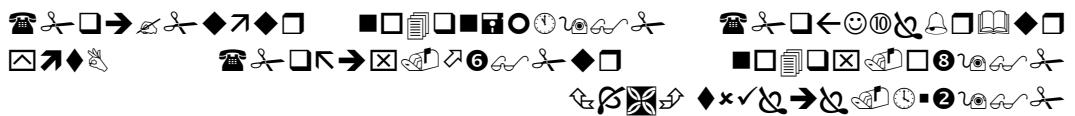


Artinya : *“Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Alah Maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan”.*

## 2) Zakat Maal

Zakat yang dikenakan atas harta (maal) yang dimiliki oleh individu atau lembaga dengan syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan secara hukum (syara), Maal berasal dari bahasa Arab yang secara harfiah berarti harta

Dalam firman Allah Al-Qur'an Surat Al Baqarah ayat 43 :



Artinya : *“Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku”*

Macam-macam zakat maal antara lain;

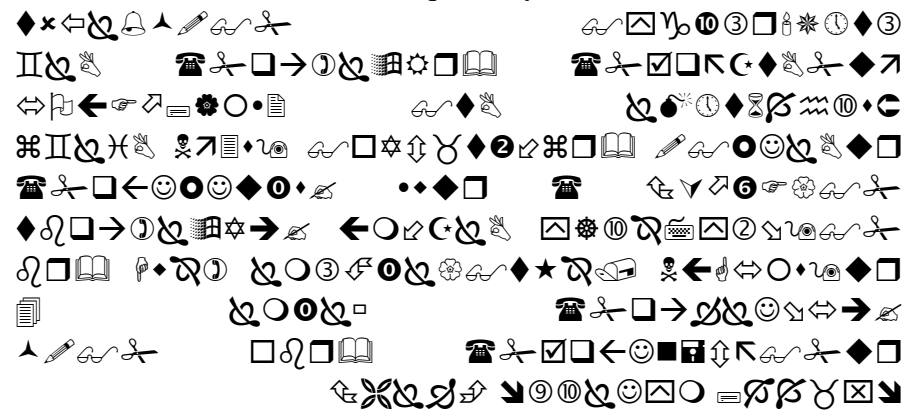
- Zakat Penghasilan

Zakat penghasilan atau yang dikenal juga sebagai zakat profesi adalah bagian dari zakat maal yang wajib dikeluarkan atas harta yang berasal dari pendapatan atau hasil rutin dari pekerjaan yang

tidak melanggar syariah, Standar nishab yang digunakan adalah sebesar Rp.5.240.000,- per bulan. Adapun cara menghitung zakat penghasilan sebagai berikut:

$$\text{Zakat yang dikeluarkan} = \text{Jumlah pendapatan bruto} \times 2.5\%$$

Dalam Firman Allah QS. Al-Baqarah Ayat 267 :



Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

- Zakat Emas dan Perak

Zakat emas, perak, dan logam mulia lainnya adalah zakat yang dikenakan atas emas, perak dan logam lainnya yang telah mencapai nisab dan haul. Zakat emas dan perak ditunaikan jika seorang muzakki (orang yang menunaikan zakat) memiliki emas mencapai nisab senilai 85 gram atau perak dengan mencapai nisab 595 gram, Tarif zakat yang harus dibayarkan adalah sebesar 2,5% dari emas atau perak yang dimiliki. Berikut cara menghitung zakat emas/ perak:

2,5% x Jumlah emas/ perak yang tersimpan selama 1 tahun

Dalam Firman Allah pada QS. At-Taubah Ayat 34-35 :

﴿مَنْ جَاءَكَ مِنْكُمْ مِّنْ عِبَادٍ مُّسِيئِينَ فَاصْحَابُهُمْ يَتَوَدَّعُونَ عِشْرَةَ مِائَةِ ذَهَبٍ يَّحْمِلُونَهَا فِي وُجُوهِهِمْ يَوْمَئِذٍ وَأُولَئِكَ فِي عَذَابٍ مُّهِينٍ ۝۳۴﴾  
﴿وَمَنْ جَاءَكَ مِنْكُمْ مِّنْ عِبَادٍ مُّسِيئِينَ فَاصْحَابُهُمْ يَتَوَدَّعُونَ عِشْرَةَ مِائَةِ ذَهَبٍ يَّحْمِلُونَهَا فِي وُجُوهِهِمْ يَوْمَئِذٍ وَأُولَئِكَ فِي عَذَابٍ مُّهِينٍ ۝۳۵﴾

Artinya :”Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, Maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih.”

﴿يَوْمَ يُجْزَى الَّذِينَ ظَلَمُوا أَجْرَ مُّسْوًّى ۖ لَّا يَخْتَفُونَ ۚ لَأُولَئِكَ عِشْرَةُ مِائَةِ ذَهَبٍ يَّحْمِلُونَهَا فِي وُجُوهِهِمْ يَوْمَئِذٍ وَأُولَئِكَ فِي عَذَابٍ مُّهِينٍ﴾

Artinya :“Pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka Jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, Maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu.”

• Zakat Perusahaan

Para ulama peserta Mukhtar Internasional Pertama tentang zakat di Kuwait (29 Rajab 1404 H), menganalogikan zakat perusahaan kepada zakat perdagangan. Hal ini dikarenakan, jika



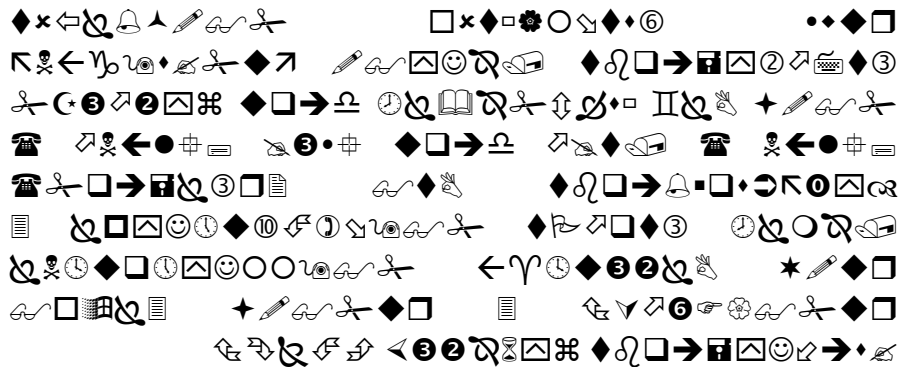
dipandang dari aspek legal dan ekonomi, kegiatan sebuah perusahaan intinya berpijak pada kegiatan trading atau perdagangan. Oleh karena itu, secara umum pola pembayaran dan penghitungan zakat perusahaan dianggap sama dengan zakat perdagangan begitu pun dengan kadar nisabnya setara dengan 85 gram emas. Sebuah perusahaan biasanya memiliki harta yang tidak akan terlepas dari tiga bentuk: Pertama, harta dalam bentuk barang, baik yang berupa sarana dan prasarana maupun yang merupakan komoditas perdagangan. Kedua, harta dalam bentuk tunai yang biasanya disimpan di bank-bank. Ketiga, harta dalam bentuk piutang.

Maka yang dimaksud dengan harta perusahaan yang harus dizakati adalah ketiga bentuk harta tersebut dikurangi harta dalam bentuk sarana dan prasarana serta kewajiban mendesak lainnya, seperti utang yang jatuh tempo atau yang harus dibayar saat itu juga.

Abu Ubaid di dalam Al-Amwaal menyatakan bahwa; "Apabila engkau telah sampai batas waktu membayar zakat (yaitu usaha engkau telah berlangsung selama satu tahun, misalnya usaha dimulai pada bulan Zulhijjah 1421 H dan telah sampai pada Zulhijjah 1422 H), perhatikanlah apa yang engkau miliki, baik berupa uang (kas) ataupun barang yang siap diperdagangkan (persediaan), kemudian nilailah dengan nilai uang dan hitunglah utang-utang engkau atas apa yang engkau miliki".

Dari penjelasan di atas, maka dapatlah diketahui bahwa pola perhitungan zakat perusahaan didasarkan pada laporan keuangan (neraca) dengan mengurangkan kewajiban atas aset lancar, atau seluruh harta (di luar sarana dan prasarana) ditambah keuntungan, dikurangi pembayaran utang dan kewajiban lainnya, lalu dikeluarkan 2,5 persen sebagai zakatnya. Sementara pendapat lain menyatakan bahwa yang wajib dikeluarkan zakatnya itu hanyalah keuntungannya saja. Cara menghitung zakat perusahaan:

$$2,5\% \times (\text{aset lancar} - \text{hutang jangka pendek})$$



Artinya : *Sekali-kali janganlah orang-orang yang bakhil dengan harta yang Allah berikan kepada mereka dari karuniaNya menyangka, bahwa kebakhilan itu baik bagi mereka. sebenarnya kebakhilan itu adalah buruk bagi mereka. harta yang mereka bakhilkan itu akan dikalungkan kelak di lehernya di hari kiamat. dan kepunyaan Allah-lah segala warisan (yang ada) di langit dan di bumi. dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

- Zakat Perdagangan

Dalam zakat perdagangan adalah zakat yang dikeluarkan dari harta niaga, sedangkan harta niaga adalah harta atau aset yang diperjualbelikan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan. Dengan demikian maka dalam harta niaga harus ada 2 motivasi:

Motivasi untuk berbisnis (diperjualbelikan) dan motivasi mendapatkan keuntungan. Harta perdagangan yang dikenakan dalam dihitung dari aset lancar usaha dikurangi hutang yang berjangka pendek (hutang yang jatuh tempo hanya satu tahun), Jika selisih dari aset lancar dan hutang tersebut sudah mencapai nisab, maka wajib dibayarkan zakatnya. Nisab zakat perdagangan senilai 85 gram emas dengan tarif zakat sebesar 2,5% dan sudah mencapai satu tahun (haul). Berikut cara menghitung zakat perdagangan:

$$2,5\% \times (\text{aset lancar} - \text{hutang jangka pendek})$$

- Zakat saham

Dalam zakat saham ditetapkan berdasarkan kesepakatan para ulama pada Mukhtamar Internasional Pertama tentang zakat di Kuwait (29 Rajab 1404 H) bahwa hasil dari keuntungan investasi saham wajib dikeluarkan zakatnya. Zakat saham dapat ditunaikan jika hasil keuntungan investasi sudah mencapai nisab. Nisab zakat saham sama nilainya dengan nisab zakat maal yaitu senilai 85 gram emas dengan tarif zakat 2,5% dan sudah mencapai satu tahun (haul). Cara menghitung zakat saham pun sama dengan cara menghitung zakat maal yaitu menggunakan rumus sebagai berikut:

$$2,5\% \times \text{Jumlah harta yang tersimpan selama 1 tahun}$$

- Zakat Reksadana

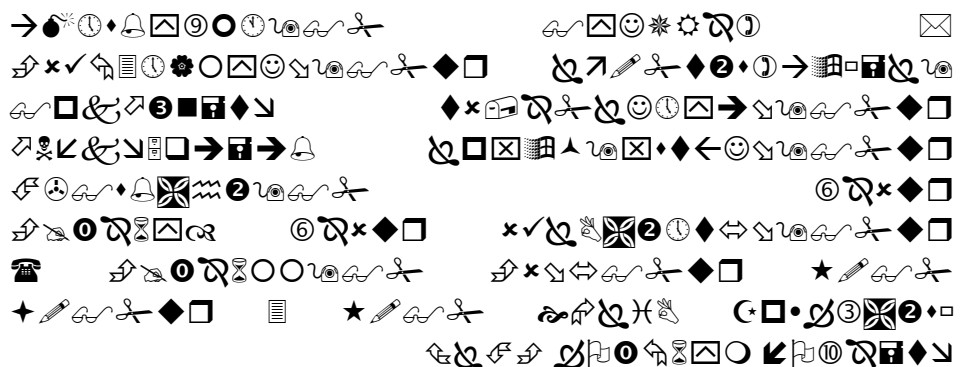
Dalam zakat reksadana ditetapkan berdasarkan kesepakatan para ulama pada Mukhtamar Internasional Pertama tentang zakat di

Kuwait (29 Rajab 1404 H) bahwa hasil dari keuntungan investasi wajib dikeluarkan zakatnya. Zakat reksadana dapat ditunaikan jika hasil keuntungan investasi sudah mencapai nisab. Nisab zakat reksadana sama nilainya dengan nisab zakat maal yaitu senilai 85 gram emas dengan tarif zakat 2,5% dan sudah mencapai satu tahun (haul). Cara menghitung zakat reksadana pun sama dengan cara menghitung zakat maal yaitu menggunakan rumus sebagai berikut :

2,5% x Jumlah harta yang tersimpan selama 1 tahun.

**d. Orang Yang Berhak Menerima Zakat**

Dalam Qs.at-Taubah ayat 60,



Artinya : “*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana*”.

Allah memberikan ketentuan ada delapan golongan orang yang menerima zakat yaitu sebagai berikut:

- 1) **Fakir**, mereka yang hampir tidak memiliki apa-apa sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok hidup.

- 2) **Miskin**, mereka yang memiliki harta namun tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar kehidupan.
- 3) **Amil**, mereka yang mengumpulkan dan mendistribusikan zakat.
- 4) **Mu'allaf**, mereka yang baru masuk Islam dan membutuhkan bantuan untuk menguatkan dalam tauhid dan syariah
- 5) **Hamba sahaya**, budak yang ingin memerdekakan dirinya.
- 6) **Gharimin**, mereka yang berhutang untuk kebutuhan hidup dalam mempertahankan jiwa dan izzahnya.
- 7) **Fisabilillah**, mereka yang berjuang di jalan Allah dalam bentuk kegiatan dakwah, jihad, dan sebagainya.
- 8) **Ibnu Sabil**, mereka yang kehabisan biaya di perjalanan dalam ketaatan kepada Allah.

Dengan demikian, zakat mempunyai dimensi pemerataan karunia Allah SWT sebagai fungsi sosial ekonomi sebagai perwujudan solidaritas sosial, pernyataan rasa kemanusiaan dan keadilan, pembuktian persaudaraan islam, pengikat persatuan umat, sebagai pengikat batin antara golongan kaya dengan miskin, sarana membangun kedekatan yang kuat dengan yang lemah, mewujudkan tatanan masyarakat yang sejahtera, rukun, damai, dan harmonis yang akhirnya dapat menciptakan situasi tentram, aman lahir batin.<sup>8</sup>

### 3. Teori Akuntabilitas

---

<sup>8</sup> Dianiati, Tesa, 2018, Skripsi: " *Pengaruh Religiusitas muzakki, Akuntabilitas dan Kredibilitas Lembaga Amil Zakat terhadap keputusan membayar zakat di Lembaga Amil Zakat* " (Yogyakarta : UII Yogyakarta) hlm. 14

### a. Pengertian Akuntabilitas

Pengertian Akuntabilitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu kegiatan pertanggungjawaban. Sedangkan dalam kamus baru kontemporer juga memiliki arti yang sama yaitu pertanggungjawaban.<sup>9</sup>

Pertanggungjawaban vertikal (*vertical accountability*) adalah pertanggungjawaban atas pengelolaan dana kepada otoritas yang lebih tinggi, misalnya pertanggungjawaban unit-unit kerja (dinas) kepada daerah pemerintah. Pertanggungjawaban pemerintah daerah kepada pemerintah pusat, dan pemerintah pusat kepada DPR. Pertanggungjawaban horizontal (*horizontal accountability*) adalah pertanggungjawaban kepada masyarakat luas.<sup>10</sup>

Menurut Gray Et Al, dalam disiplin akuntansi, Akuntabilitas berarti tugas untuk menyediakan informasi (termasuk didalamnya informasi keuangan) atau kalkulasi-kalkulasi yang diperlukan dari sebuah aktivitas yang menjadi tanggung jawab dari sebuah organisasi atau perusahaan.<sup>11</sup>

Akuntabilitas dapat dipahami sebagai suatu kewajiban pihak “pemegang amanah (*agent*) untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan dan mengungkapkan segala aktifitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya kepada pihak pemberi

---

<sup>9</sup> Mualim, 2020, Skripsi “ *Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Pengelola Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Baznas Provinsi Sumatera Selatan*” (Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang), hlm. 21

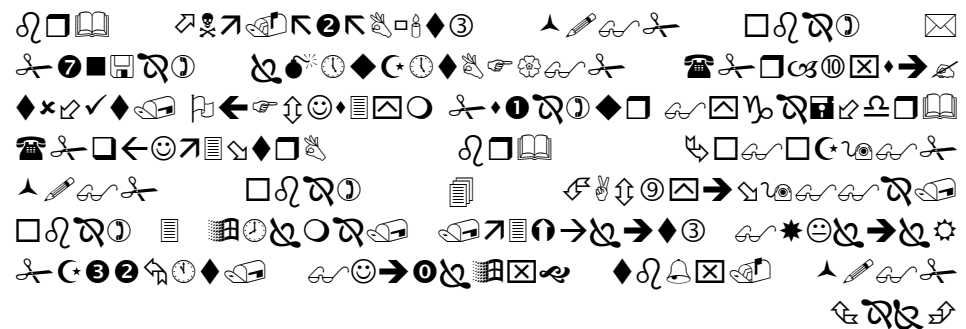
<sup>10</sup> Mardiasmo, 2018, “*Akuntansi Sektor Publik*” (Jakarta:Anggota IKAPI), Hlm.27

<sup>11</sup> Dewan Fordebi-Adesy, dalam buku ‘*Akuntansi Syariah*’, *Seri konsep dan aplikasi ekonomi dan bisnis Islam*,(Rajawali Fress)

amanah yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban.<sup>12</sup>

### b. Akuntabilitas Dalam Perspektif Islam

Menurut perspektif Islam, Akuntabilitas artinya pertanggungjawaban seorang manusia kepada sang pencipta, Allah SubhanahuWaTa'ala. Setiap pribadi manusia harus mempertanggungjawabkan segala tindakanya kepada Allah. Allah berfirman dalam QS. An Nisaa 'Ayat 58 yang artinya:



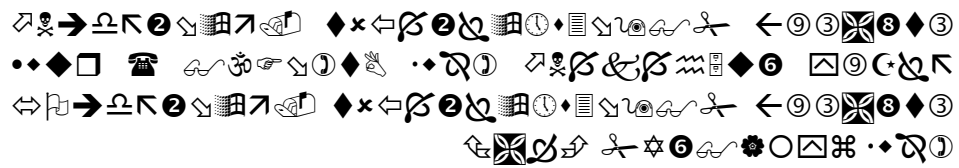
Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyiapkan amanat kepada yang berhak menerimanya dan (menyuruh kamu apabila menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah Maha Memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*”

Ayat ini mengandung arti bahwa amanah harus diberikan kepada yang berhak da dalam melaksanakan amanah tersebut, penerima amanah harus bersikap adil dan menyampaikan kebenaran ayat 39 yang artinya.

Allah juga berfirman dalam QS. Fathir ayat 39 yang berbunyi



<sup>12</sup> Mardiasmo, 2018, “Akuntansi sektor pblik”, (Cet, I;Yogyakarta: Andi), hlm.20



*artinya “ Dialah yang menjadikan kamu sebagai Khalifa-khalifa di bumi. “ Ini berarti manusia diperintahnya. Khalifa artinya pengembalian amanah mulia dari Allah”.*

Konsep dasar teori akuntabilitas Islam sebagai berikut:

- 1) Sumber hukumnya adalah Allah melalui instrument Al Qur’an dan Sunnah.
- 2) Penekanan pada “*accountability*”, kejujuran, kebenaran, dan keadilan.
- 3) Permasalahan di luar itu diserahkan sepenuhnya kepada akal pikiran manusia termasuk untuk kepentingan “*decision usefulness*”.<sup>13</sup>

### **c. Indikator Akuntabilitas Dalam Perspektif Islam**

Indikator Akuntabilitas dalam perspektif Islam adalah sebagai berikut :

- 1) Segala aktivitas harus memperhatikan dan mengutamakan kesejahteraan umat sebagai wujud amanah yang diberikan Allah SWT kepada manusia sebagai seorang khalifah.
- 2) Aktivitas organisasi dilaksanakan secara adil.
- 3) Aktivitas organisasi tidak merusak lingkungan sekitar

## **4. Teori Transparansi**

### **a. Pengertian Transparansi**

Dalam kamus besar bahasa Indonesia Transparansi didefinisikan sebagai kenyataan dan kejelasan. Sedangkan dalam kamus baru

---

<sup>13</sup>Wihdia Asmaralia Farhati, 2019, Skripsi “Pengaruh Pengetahuan Muzakki, Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Zakat Terhadap minat Membayar Zakat Pada Organisasi pengelola Zakat” ( Universitas Islam Negeri Walisongosemarang.), hlm. 08



kontemporer menyebutkan bahwa Transparansi merupakan terbuka atau tidak ditutup-tutupi.

Transparansi adalah keterbukaan pemerintah dalam memberikan informasi yang terkait dengan aktivitas pengelola sumber daya publik kepada pihak yang membutuhkan informasi, Pemerintah berkewajiban memberikan informasi keuangan dan informasi lainnya yang akan digunakan untuk pengambilan keputusan oleh pihak yang berkepentingan

Menurut KNKG (2006), transparansi merupakan kondisi dimana lembaga menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Sedangkan menurut NCG ( dalam Sri Fadilah, 2012 ), para pengelola wajib menjalankan prinsip keterbukaan dalam proses keputusan dan dalam menyampaikan informasi. Keterbukaan dalam menyampaikan informasi maksudnya adalah bahwa informasi yang disampaikan harus lengkap, benar dan tepat waktu kepada semua pihak pemangku kepentingan.<sup>14</sup>

#### **b. Indikator Transparansi Dalam Perspektif Islam**

Indikator transparansi dalam perspektif islam antara lain sebagai berikut:<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Indri Yuliafitri, Asma Nur Khoiriyah, 2016, *Pengaruh kepuasan Muzakki, Transparansi Dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada LAZ Rumah Zakat)*, Vol. 7, No. 2, Hlm. 5

<sup>15</sup> Muh Ashari Assagraf, 2016, Skripsi :*“Pengaruh akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat terhadap minat muzakki membayar zakat’ Studi pada BAZNAS kota Makassar ruang lingkup upz kantor Kementerian Agama kota Makassar”*( UIN Alaudin Makasar ).

- 1) Organisasi bersifat terbuka dan mudah diakses oleh pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut.
- 2) Informasi yang diungkapkan secara jujur, lengkap dan meliputi segala hal terkait informasi yang diberikan
- 3) Pemberian informasi dilakukan secara adil kepada semua pihak yang membutuhkan informasi tersebut.

Adapun organisasi harus mengkomunikasikan segala kebijakan terkait yang dilakukan kepada pemberi amanah, oleh karena itu berdasarkan teori tersebut penerapan tolak ukur lembaga zakat yang transparan erat kaitannya dengan kejujuran, dan amanah. Transparansi akan menciptakan keterjalinan kepercayaan masyarakat (*muzakki*) dengan organisasi pengelola zakat. Dan juga dalam Islam transparansi juga erat kaitannya dengan kejujuran dan terbuka (tidak ada satu hal yang ditutupi dari pengetahuan informasi masyarakat dalam hal ini pada *muzakki*).

## **5. Teori Kualitas Pelayanan**

### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Pelayanan secara umum merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain yang disertai kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka, Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Fandy Tjiptono, 2018 “*Strategi Pemasaran*” ( Yogyakarta: Edisi ketiga, Andi )

Menurut Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan atau jasa merupakan suatu cara yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan harapan konsumen dapat dipenuhi dengan ketepatan penyampaiannya. Beberapa jenis dari harapan pelanggan yaitu: *will expectation* yang merupakan kemampuan staff yang diberikan serta yang akan diestimasikan pelanggan yang akan diterimanya, Hal ini dapat diwujudkan berdasarkan informasi yang telah diperoleh. Jenis ini dapat diartikan bahwa pelanggan mengharapkan ketika melakukan penilaian maka keadaan telah diterima olehnya, dengan demikian dapat dijelaskan bahwa pelanggan menginginkan tuntutannya lebih besar dari pada keadaan yang telah diestimasikan.<sup>17</sup>

Layanan yang berkualitas merupakan layanan yang secara ekonomis akan menguntungkan pada organisasi atau lembaga dan sedangkan secara prosedural mudah dan menyenangkan. Jika kualitas pelayanan yang dilakukan baik, maka layanan yang diterima pelanggan (*muzakki*) akan dipersepsikan dengan baik juga.

#### **b. Indikator Kualitas Pelayanan**

Indikator kualitas pelayanan terletak pada lima dimensi, yaitu:<sup>18</sup>

##### 1) *Tangible* (Berwujud)

Jasa yang dilihat oleh pelanggan (*muzakki*) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat.

---

<sup>17</sup> Salmawati, Meutia Fitri, 2018 “Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Pengumpulan dana Zakat, Infaq Dan Shodaqoh Pada LAZ Di Surabaya,” Vol.3, No.1 Hlm. 4

<sup>18</sup> Hardiansyah, 2018, “Kualitas Pelayanan Publik, (Yogyakarta : Gaya Media)

## 2) *Reability* (Kehandalan)

Dalam kemampuan dan keahandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya. Seperti kecermatan dalam melayani, memiliki standar yang jelas, dan kemampuan serta keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

## 3) *Responsivess* (Ketanggapan)

Kesanggupan petugas untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan pelanggan dalam hal ini *muzakki*.

## 4) *Assurance* (Jaminan)

Kemampuan dan keramahan serta sopan santun petugas dalam meyakinkan kepercayaan pelanggan atau muzakki, Seperti memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, memberikan jaminan biaya dalam pelayanan, dan memberikan jaminan legalias dalam pelayanan.

## 5) *Emphaty* (Empati)

Seperti sikap tegas tetapi penuh perhatian dan pegawai terhadap pelanggan (*muzakki*), Seperti mendahulukan kepentingan pelanggan, melayani dengan sikap ramah serta sopan santun, melayani dengan tidak diskriminatif atau tidak membeda-bedakan, dan tentunya menghargai setiap pelanggan.

# 6. Teori Pengelolaan Zakat

## a. Definisi Pengelolaan Zakat

Definisi pengelolaan zakat menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.<sup>19</sup>Kata pengelolaan sendiri berasal dari kata mengelola yang berarti menyelenggarakan atau mengendalikan. Sedangkan tren dari kata pengelolaan berarti proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, atau proses pemberian pengawasan pada semua yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian suatu tujuan. Jadi, pengelolaan menyangkut proses suatu aktifitas, yang dalam kaitannya dengan zakat proses tersebut meliputi sosialisasi zakat produktif, pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan serta pengawasan. Dengan demikian, pengelolaan zakat produktif merupakan proses, pengorganisasian sosialisasi, pengumpulan, pendistribusian, dan pengawasan dalam pelaksanaan zakat.<sup>20</sup>

Menurut Henry Fayol, manajemen atau pengelolaan dapat diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, koordinasi, dan pengawasan atas usaha-usaha dari anggota organisasi dan dari sumber-sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan

## **b. Fungsi Pengelolaan Zakat**

---

<sup>19</sup>Badan Amil Zakat Nasional, 2016 “*Kompilasi Peraturan Perundang-Undangan Pengelolaan Zakat*, (Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional), hlm. 2.

<sup>20</sup> Ahmad Toharul Anwar, 2018, “*Zakat Produktif untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Jurnal Zakat dan Wakaf”, Vol. 5, No. 1, hlm. 46-182.

### 1) Perencanaan (*Planning*)

Secara definitif, Stoner dan Wankel (1993) memperkenalkan istilah perencanaan strategis (*strategic planning*) sebagai proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan kebijakan dan program yang diperlukan untuk mencapai sasaran tertentu dalam rangka mencapai tujuan, dan penetapan metode yang dibutuhkan untuk menjamin agar kebijakan dan program strategis itu dapat dilaksanakan sesuai dengan kemampuan dan kondisi yang berkembang.<sup>21</sup>

### 2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Menurut Terry (1986) istilah pengorganisasian merupakan sebuah entitas yang menunjukkan sebagai bagian-bagian yang terintegrasi sedemikian rupa, sehingga hubungan mereka satu sama lain dipengaruhi oleh hubungan mereka terhadap keseluruhan.<sup>22</sup>

### 3) Penggerakan (*Actuating*).

Dalam pendelegasian wewenang, dimaksudkan agar setiap bagian yang telah dibentuk dapat menjalankan segala aktivitas manajerial dan dapat dituntut tanggungjawabnya. Pada masanya Rasulullah menentukan aktivitas-aktivitas yang dibutuhkan dalam mencapai suatu tujuan serta memilih para pegawai untuk menjalankan tugas-tugas yang ada berdasarkan kompetensi dan kemampuan teknis yang mereka miliki.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Ahmad Ibrahim Abu, 2017, *Manajemen Syariah Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), hlm. 79-91.

<sup>22</sup> Ibid., hlm. 91.

<sup>23</sup> Ibid., hlm. 95

#### 4) Pengawasan (*Controlling*).

Pengawasan biasanya dilakukan oleh pemerintah terhadap kinerja suatu departemen atau lembaga yang dibawah naungannya. Fungsi pengawasan pada masa Khalifah Umar r.a., mencerminkan pemahaman yang komprehensif terhadap konsep teoritis dan praktis dalam pengawasan suatu manajemen. Fungsi pengawasan merupakan fungsi penyempurna bagi manajemen dan tanggung jawab seorang pemimpin, dan bukan hanya pada pemilihan pegawai, memberikan arahan, serta nasihat, namun ada juga fungsi kontrol terhadap kinerja mereka.<sup>24</sup>

### **7. Teori Loyalitas Muzaki**

#### **a. Pengertian Loyalitas**

Menurut Griffin (2003), loyalitas lebih ditunjukkan kepada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Ia juga mengatakan bahwa loyalitas menunjukkan kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian tidak terjadi kurang dari dua kali.

Menurut Person (dalam Pribanus Wantara, 2015 ) Loyalitas merupakan sikap atau perilaku seorang konsumen yang menguntungkan perusahaan, seperti melakukan pembelian ulang

---

<sup>24</sup> Ahmad Ibrahim Abu, *Op.cit.*, hlm. 182.

terhadap produk atau jasa perusahaan dan merekomendasikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain.<sup>25</sup>

Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian secara ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, walaupun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi yang menyebabkan perubahan perilaku.<sup>26</sup>

Menurut Griffin *“Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit”* berdasarkan definisi bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa pada suatu perusahaan maupun lembaga.<sup>27</sup>

Pelanggan yang loyal adalah aset penting lembaga atau perusahaan, hal ini dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana dingkapkan sebagai berikut :

- 1) Melakukan pembelian secara teratur (*Makes regular repeat purchase*).
- 2) Membeli diluar lini produk atau jasa (*purchase across product and service lines*).

---

<sup>25</sup> Indri Yuliafitri, Nur Khoiriyah, *Op. Cit.*, hlm. 5-6

<sup>26</sup> David harianto dan Hartono subagio, 2018, *“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Kedai Deju-Vu Surabaya,* ( Jurnal manajemen pemasaran 1, no,1 ) hlm. 4

<sup>27</sup> Ratih hurriyati, 2015, *“Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen”* (Bandung, penerbit Alfabeta), hlm.129



- 3) Merekomendasikan produk lain (*Refes other*).
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Konsumen (*Muzakki*) yang loyal bukan berarti hanya membeli ulang suatu produk (barang dan jasa) akan tetapi mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap suatu lembaga atau perusahaan, misalnya merekomendasikan kepada orang lain serta mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa.

Loyalitas *muzakki* merupakan sikap atau perilaku seorang konsumen yang menguntungkan perusahaannya, seperti melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa perusahaan dan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

#### **b. Indikator Loyalitas Muzakki**

Indikator dari loyalitas adalah sebagai berikut:<sup>28</sup>

- 1) *Repeat purchase* atau kesetiaan terhadap lembaga maupun pembelian produk.
- 2) *Retention* atau ketahanan terhadap pengaruh yang negatif terhadap lembaga atau perusahaan.
- 3) *Referalls* atau mereferensikan serta merekomendasikan secara total eksistensi lembaga atau perusahaan.

Sedangkan tingkat loyalitas terbagi menjadi enam tingkat yaitu :

- 1) *Suspect*

---

<sup>28</sup>Muhammad Adam, 2015 “*Manajemen Pemasaran Jasa*”, (Bandung: penerbit alfabeta), hlm 65-66

Pada bagian ini yaitu semua pembeli produk dan jasa dalam pemasaran. *Suspect* adalah menyadari akan produk/jasa perusahaan atau tidak mempunyai kecenderungan terhadap pembelian.

#### 2) *Prospects*

Pada pelanggan yang potensial yang mempunyai daya tarik terhadap lembaga atau perusahaan tetapi belum mengambil langkah untuk melakukan bisnis dengan perusahaan.

#### 3) *Customers*

Pada Suatu pembelian produk (termasuk dalam pembelian ulang) namun tidak memiliki loyalitas pada perusahaan.

#### 4) *Clinets*

Pada Pembelian ulang yang menunjukkan loyalitas pada perusahaan tetapi lebih memiliki dorongan pasif dari pada aktif terhadap perusahaan.

#### 5) *Advocates*

Dorongan yang positif pada perusahaan dengan merekomendasikan kepada orang lain.

#### 6) *Partners*

Pada Hubungan yang sangat erat antara konsumen dengan *supplier* yang keduanya saling memperlihatkan keuntungan.

### **B. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini peneliti terfokus pada Pengaruh Akuntabilitas Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Pengelola Zakat Terhadap Loyalitas Muzaki yang akan dibahas dengan disertai data-data Akurat :

**Tabel 2.1**  
**Peneliti Terdahulu**

No	Penulis	Judul	Varibel	Metode	Hasil
1	Indri Yuliafitri, Dan Asma Nur Khoiriyah	Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi Dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi pada LAZ Rumah Zakat	Kepuasan             Transparansi             Akuntabilitas             Loyalitas	Analisis regresi linear berganda	Kepuasan muzakki berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki Transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki Akuntabilitas LAZ Rumah Zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki LAZ tersebut dengan arah koefisien negatif.
2	Eha Nugraha	Pengaruh Akuntabilitas Transparansi dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan	Akuntabilitas	menggunakan SEM ( <i>Search Engine Marketing</i> ) dengan program <i>Smart Partial Least Square</i> (PLS)	Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan muzakki (H1), namun tidak berpengaruh positif terhadap komitmen

		Muzakki Sebagai Variabel Intervening	<p>Transparansi</p> <p>Kualitas Jasa</p>	<p>(validitas, reliabilitas dan pengukuran model struktural) dan uji hipotesis. menggunakan SEM (<i>Search Engine Marketing</i>) dengan program <i>Smart Partial Least Square</i> (PLS) (validitas, reliabilitas dan pengukuran model struktural) dan uji hipotesis. Dan Model pengukuran data pada penelitian ini menggunakan PLS.</p>	<p><i>muzakki</i> (H2). Ini berarti sekalipun lembaga telah menerapkan prinsip akuntabilitas, namun hal tersebut tidak tidak membuat <i>muzakki</i> serta memberikan komitmen mereka untuk kembali berzakat di tempat yang sama di periode berikutnya. Transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen <i>muzakki</i> (H3 dan H4). Sama halnya dengan akuntabilitas, prinsip transparansi yang telah diterapkan oleh lembaga zakat ternyata berdasarkan penelitian ini tidak memberikan pengaruh</p>
--	--	--------------------------------------	--	---	--

			Kepercayaan Muzakki		signifikan terhadap komitmen <i>muzakki</i> . Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan <i>muzakki</i> pada nilai kritis 0,05. Kepercayaan <i>muzakki</i> kemudian mendorong <i>muzakki</i> berkomitmen untuk tetap membayar zakat di lembaga zakat daripada harus membayarkannya secara langsung kepada <i>mustahik</i> . <i>Muzakki</i> bahkan berkomitmen untuk merekomendasikan lembaga zakat tempat mereka membayar kepada teman-temannya (H5, H6 dan H7).
			Komitmen Muzakki		
3	Mochamma	Pengaruh	Transparansi	IGCG	transparansi

	Id Ilyas, Junjungan M. Maulana Asegaf dan Moh. Takwil	Transparansi, Akuntabilitas dan IGCG Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki di Lembaga Amil Zakat Dompet Amanah Umat	Akuntabilitas	Menggunakan regresi linear berganda dengan <i>software</i> SPSS 24.	berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Akuntabilitas dalam penelitian ini tidak mampu mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki secara signifikan. <i>Islamic good corporate governance</i> (IGCG) berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki.
4	Syihabudin Said, Tenny Badina dan Syarah Syahidah	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzakki Melalui Kepuasan Muzakki Sebagai Variabel Intervening Pada Badan Amil Zakat Nasional	Kualitas Pelayanan	Menggunakan teknik analisis data dengan uji analisis jalur dengan uji regresi sederhana dan uji regresi berganda serta uji sobel. Perhitungan dilakukan dengan aplikasi statistik	Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Terdapat pengaruh
			Kepuasan Muzakki		

			Loyalitas Muzakki	yaitu SPSS Ver,20	kepuasan muzakki terhadap loyalitas muzakki pada BAZNAS Kota Serang. Kepuasan muzakki dapat memediasi hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki BAZNAS Kota Serang.
5	Diyah Safitri Ahma dan Nurkhin	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzaki Melalui Kepuasan Muzakki dan Kepercayaan Muzakki	Kualitas Pelayanan  Kepuasan Muzakki  Kepercayaan Muzakki	Menggunakan pengukuran skala likerd	Hasil kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas muzakki, namun meningkatkan kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan karena akan mempengaruhi kepuasan muzakki yang nantinya akan mempengaruhi loyalitas muzakki.
6	Salmawati dan Meutia Fitri	Pengaruh Tingkat Pendapatan Religiusitas,	Tingkat Pendapatan	menggunakan metode analisis	tingkat pendapatan mempunyai pengaruh

		Akuntabilitas dan Kualitas Pelayanan	Religiusitas  Akuntabilitas  Kualitas Pelayanan	regresi linear berganda Dan menggunakan SPSS Versi 16.	pada minat untuk muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh. religiusitas mempunyai pengaruh pada minat muzakki dalam menunaikan zakatnya di Baitul Mal Kota Banda Aceh. akuntabilitas mempunyai pengaruh pada minat untuk muzakki menunaikan zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh. kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat untuk muzakki menunaikan zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh.
7	Imam Harjono dan Wandy Zulkarnaen	Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Pengelolaan	Akuntabilitas  Transparansi	Menggunakan Regresi linear	Akuntabilitas LAZ, penerapan prinsip



		Lembaga Amil Zakat Dan Pengentasan Kemiskinan Terhadap Kepercayaan Muzakki.	Pengentasan Kemiskinan  Kepercayaan Muzakki	Berganda	transparansi LAZ dan program pengentasan kemiskinan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepercayaan muzakki atas LAZ, yang artinya semakin baik penerapan akuntabilitas m transparansi serta program pengentasan kemiskinan dalam persepsi <i>muzakki</i> , maka semakin besar kepercayaan muzakki terhadap LAZ. Kepercayaan muzakki terhadap LAZ diekspresikan dalam bentuk kesetiaan muzakki dalam pemenuhan kewajiban zakat melalui LAZ & kesediaan
--	--	---	---	----------	--

					Muzakki untuk mempersuasi muzakki lainnya, agar menyalurkan zakatnya melalui LAZ.
--	--	--	--	--	---

**Sumber** : data yang diolah peneliti.

### C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara / kesimpulan yang diambil untuk menjelaskan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini yang sebenarnya masih harus diuji secara studi empiris. Hipotesis yang dimaksud merupakan ramalan atau jawaban sementara yang mungkin bisa berubah-ubah kebenarannya bisa salah dan juga bisa benar. Dengan mengacu pada pemikiran yang bersifat teoritis dan berdasarkan studi empiris, yang pernah dilakukan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini maka akan disusun rumusan hipotesis dari landasan teoritis dan penelitian terdahulu.

$X_1$  : Akuntabilitas

Akuntabilitas dapat dipahami sebagai suatu kewajiban pihak “pemegang amanah (*agent*) untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan dan mengungkapkan segala aktifitas dan kegiatan yang menjadi

tanggung jawabnya kepada pihak pemberi amanah yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban.

Berdasarkan teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) didasarkan pada sebuah asumsi bahwa manusia biasanya berperilaku dengan cara sadar, bahwa mereka mempertimbangkan informasi yang tersedia, secara implisit (tersirat) dan eksplisit (*to the point*) juga mempertimbangkan implikasi-implikasi dari tindakan yang dilakukan. Menurut teori *Theory Of Reasoned Action*, minat-minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar, yang berhubungan dengan faktor pribadi dan faktor sosial. Faktor pribadi adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi dari kepercayaan atau perasaan positif dan negatif dari diri sendiri jika harus melakukan perilaku yang dikehendaki.

Dalam hal ini faktor sosial atau pengaruh sosial yang ada di dalam suatu lembaga zakat terhadap pelayanan, akuntabilitas, dan transparansi lembaga zakat pada masyarakat (*muzakki*) mempengaruhi perilaku dan minat *muzakki* dalam menentukan pilihan untuk berzakat. Sebagai rasa percaya *muzakki* terhadap suatu lembaga zakat dalam mengandalkan lembaga untuk menyalurkan zakatnya kepada mustahiq zakat, karena lembaga dianggap amanah, jujur, transparan serta bertanggungjawab dan profesional. Dengan demikian *muzakki* akan bisa menjadikannya sebagai pilihan utama dalam menyalurkan zakatnya pada lembaga zakat tersebut. Serta dapat menumbuhkan rasa kepercayaan tinggi *muzakki*, terhadap lembaga zakat, serta akan bisa menimbulkan loyalitas *muzakki* terhadap lembaga zakat. Faktor sosial atau

pengaruh sosial atau dikenal dengan norma subyektif karena mempunyai hubungan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Moc Mochammad Iiyas Jujunan Dkk, dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Dan IGCG Terhadap tingkat Kepercayaan Muzakki Di lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat, pada tahun 2020”. Teknik analisi penelitian menggunakan regresi linear berganda dengan taraf signifikan 5% dan menggunakan pengujian t-tabel. Dari penelitian diatas bahwa Variabel Akuntabilitas tidak signifikan atau tidak memiliki mempengaruhi tingkat kepercayaan *muzakki* maupun loyalitas *muzakki*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Akuntabilitas pengelola zakat tidak berpengaruh terhadap loyalitas *muzakki*

X<sub>2</sub> : Transparansi

Tranparansi adalah keterbukaan pemerintah dalam memberikan informasi yang terkait dengan aktivitas pengelola sumber daya publik kepada pihak yang membutuhkan informasi, Pemerintah berkewajiban memberikan informasi keuangan dan informasi lainnya yang akan digunakan untuk pengambilan keputusan oleh pihak yang berkepentingan. Transparansi akan menciptakan keterjalinan kepercayaan masyarakat (*muzakki*) dengan organisasi pengelola

zakat, dalam Islam transparansi juga erat kaitannya dengan kejujuran dan terbuka (tidak ada satu hal yang ditutupi dari pengetahuan informasi masyarakat dalam hal ini pada *muzakki*).

Berdasarkan teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) didasarkan pada sebuah asumsi bahwa manusia biasanya berperilaku dengan cara sadar, bahwa mereka mempertimbangkan informasi yang tersedia, secara implisit (tersirat) dan eksplisit (*to the point*) juga mempertimbangkan implikasi-implikasi dari tindakan yang dilakukan. Menurut teori *Theory Of Reasoned Action*, minat-minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar, yang berhubungan dengan faktor pribadi dan faktor sosial. Faktor pribadi adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi dari kepercayaan atau perasaan positif dan negatif dari diri sendiri jika harus melakukan perilaku yang dikehendaki. Faktor sosial atau pengaruh sosial atau dikenal dengan norma subyektif karena mempunyai hubungan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Pada Prinsip transparansi itu sesungguhnya dibangun atas informasi yang bebas. Maksudnya bebas diakses oleh siapa saja yang membutuhkan atas informasi tersebut dan dalam hal ini lembaga pengelola zakat berkewajiban untuk memberikan informasi tersebut yang berkaitan dengan segala sesuatu urusan publik. Terciptanya konsep transparansi akan mampu memberikan dampak yang baik bagi pengawasan *muzakki* terhadap lembaga. Dan tentunya

akan mempengaruhi sekaligus mendorong muzakki dalam memilih lembaga zakat.

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Indri Yuliafitri, Asma Nur Khoiriyah, dengan Judul “Pengaruh kepuasan *Muzakki*, Transparansi Dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada LAZ Rumah Zakat)”. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Dari penelitian ini variabel transparansi terhadap loyalitas muzakki berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : Transparansi pengelola zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas *muzakki*.

X<sub>3</sub> : Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau jasa merupakan suatu cara yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan harapan konsumen dapat dipenuhi dengan ketepatan penyalahannya.

Berdasarkan teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) didasarkan pada sebuah asumsi bahwa manusia biasanya berperilaku dengan cara sadar, bahwa mereka mempertimbangkan informasi yang tersedia, secara implisit (tersirat) dan eksplisit (*to the point*) juga mempertimbangkan implikasi-implikasi dari tindakan yang dilakukan. Menurut teori *Theory Of Reasoned Action*, minat-minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar, yang berhubungan

dengan faktor pribadi dan faktor sosial. Faktor pribadi adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi dari kepercayaan atau perasaan positif dan negatif dari diri sendiri jika harus melakukan perilaku yang dikehendaki. Faktor sosial atau pengaruh sosial atau dikenal dengan norma subyektif karena mempunyai hubungan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Adapun kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Layanan yang berkualitas merupakan layanan yang secara ekonomis akan menguntungkan pada organisasi atau lembaga dan sedangkan secara prosedural mudah dan menyenangkan. Jika kualitas pelayanan yang dilakukan baik, maka layanan yang diterima pelanggan (*muzakki*) akan dipersepsikan dengan baik juga.

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Diyah Safitri, Ahmad Nurkin, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzaki Melalui Kepuasan Muzakki dan Kepercayaan Muzakki”. Dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan ada pengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki.

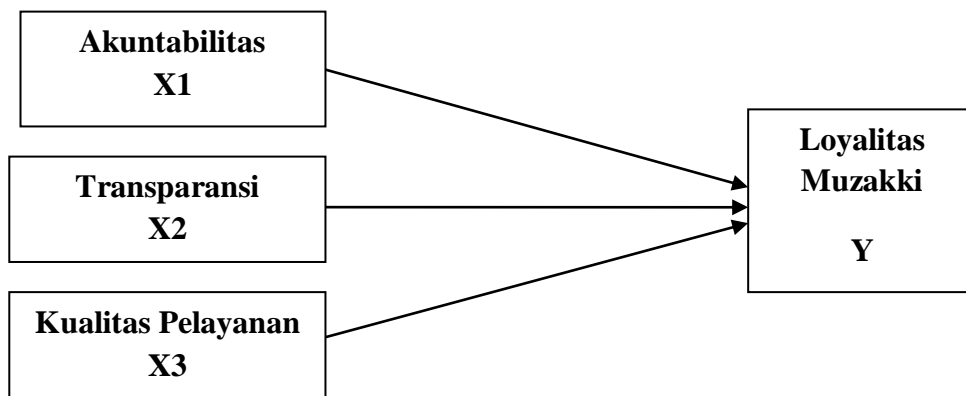
Berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : Kualitas layanan pengelola zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas *muzakki*.

#### D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir adalah konsep dari pemikiran dalam penelitian yang menyatakan pokok pemikiran dalam penelitian yang menyatakan pokok pemikiran atau permasalahan yang dari penelitian terdiri dari variabel yang mempengaruhi maupun yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini peneliti mengkaji dan meneliti bahwa hubungan antara Akuntabilitas, Transparansi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas *Muzakki*. Dalam kerangka teoretik menggambarkan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini variabel-variabel adalah :

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berfikir**



Sumber : Dikembangkan dari beberapa sumber (skripsi)