

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel

Gambar 4.1
Profil Lembaga IZI



Instansi	: Inisiatif Zakat Indonesia Provinsi Sumsel
Alamat	: Jl. Salam No. 159 RT 32 Kel. 9 Ilir Kec. Ilir Timur II Palembang – Sumatera Selatan
Telepon	:0711-5736061
Tahun Berdiri	: 2015
Tahun Beroperasi	: 2015
Bidang Kegiatan	: Pengumpulan dan Pendistribusian Ziswaf
Email	: izisumsel@gmail.com

2. Sejarah Inisiatif Zakat Indonesia

Yayasan Inisiatif Zakat Indonesia - IZI - dilahirkan oleh sebuah lembaga sosial yang sebelumnya telah dikenal cukup luas dan memiliki reputasi yang baik selama lebih dari 16 tahun dalam memelopori era baru gerakan filantropi Islam modern di Indonesia yaitu **Yayasan Pos Keadilan Peduli Ummat** (PKPU), Dengan berbagai konsideran dan kajian mendalam, IZI dipisahkan (*spin-off*) dari organisasi induknya yang semula hanya berbentuk unit pengelola zakat setingkat departemen menjadi sebuah entitas

baru yang mandiri berbentuk yayasan tepat pada Hari Pahlawan, 10 November 2014. Alasan paling penting mengapa IZI dilahirkan adalah adanya tekad yang kuat untuk membangun lembaga pengelola zakat yang otentik. Dengan fokus dalam pengelolaan zakat serta donasi keagamaan lainnya diharapkan IZI dapat lebih sungguh-sungguh mendorong potensi besar zakat menjadi kekuatan real dan pilar kokoh penopang kemuliaan dan kesejahteraan ummat melalui *positioning* lembaga yang jelas, pelayanan yang prima, efektifitas program yang tinggi, proses bisnis yang efisien dan modern, serta 100% *shariah compliance* sesuai dengan sasaran *ashaf* dan *maqasid* (tujuan) syariah.¹

Dari tekad tersebut menemukan momentumnya dengan terbitnya regulasi baru pengelolaan zakat di tanah air melalui Undang-Undang Pengelolaan Zakat No 23 tahun 2011. Dengan merujuk kepada undang-undang tersebut dan peraturan pemerintah turunannya, Yayasan IZI kemudian menempuh proses yang harus dilalui dan melengkapi seluruh persyaratan yang telah ditetapkan untuk memperoleh izin operasional sebagai lembaga amil zakat. *Alhamdulillah*, setelah melalui proses yang panjang dan berliku, kira-kira 13 bulan setelah kelahirannya sebagai yayasan, pada tanggal 30 Desember 2015.² IZI secara resmi memperoleh izin operasional sebagai Lembaga Amil Zakat skala nasional melalui surat keputusan Menteri Agama Republik Indonesia no. 423 tahun 2015, tanggal tersebut menjadi momentum penting lainnya yang menandakan lahirnya Lembaga

¹ <https://izi.or.id/> diakses pada 25 Januari 2021 13.45 WIB

² Wawancara dengan Kisai Turmizi, SP (Pembimbing Lapangan) pada tanggal 27 Januari 2021 pukul 13.30 WIB

Amil Zakat Nasional (LAZNAS) IZI, sebagai penerus visi dan misi pengelolaan zakat yang telah dirintis oleh PKPU sebelumnya selama lebih dari 2 windu.

Core value IZI dalam berkhidmat bagi ummat – sesuai kemiripan pelafalan namanya – adalah ‘mudah’ (*easy*). Tagline yang diusungnya adalah ‘**memudahkan, dimudahkan**’. Berawal dari keyakinan bahwa jika seseorang memudahkan urusan sesama, maka Allah SWT akan memudahkan urusannya, Insha Allah. Oleh karenanya IZI bertekad untuk mengedukasi masyarakat sehingga meyakini bahwa mengeluarkan zakat itu mudah, membangun infrastruktur pelayanan agar zakat dapat ditunaikan juga dengan mudah, merancang program-program yang efektif yang dapat menghantarkan kehidupan para mustahik agar menjadi jauh lebih mudah, inilah parameter utama dalam mengukur kinerja pengabdian IZI bagi masyarakat.

3. Visi dan Misi Inisiatif Zakat Indonesia

Visi

Menjadi lembaga zakat profesional terpercaya yang menginspirasi gerakan kebajikan dan pemberdayaan,

Misi

- a. Menjalankan fungsi edukasi, informasi, konsultasi dan penghimpunan dana zakat
- b. Mendayagunakan dana zakat bagi mustahik dengan prinsip - prinsip kemandirian

- c. Menjalin kemitraan dengan masyarakat, dunia usaha, pemerintah, media, dunia akademis, dan lembaga lainnya atas dasar keselarasan nilai - nilai yang dianut.
- d. Berperan aktif dan mendorong terbentuknya berbagai forum, kerjasama dan program - program penting lainnya yang relevan bagi peningkatan efektifitas peran lembaga pengelola zakat di level lokal, nasional, regional dan global.

4. Program Inisiatif Zakat Indonesia

- a. IZI TO SUCCESS merupakan program pemberdayaan dana zakat IZI di bidang ekonomi yang meliputi program:
 - 1) Pelatihan Keterampilan. Program pelatihan keterampilan kerja IZI bagi mustahiq ini yang bertujuan untuk memberikan keterampilan *softskill* dan *hardskill* berupa menjahit, Tata Boga, mencukur, dan memijat Pijat&Bekam. Beberapa jenis pelatihan tersebut akan dikelola pada Program Inkubasi Kemandirian (PIK). Diharapkan setelah selesainya pelatihan, para peserta memiliki keterampilan yang dapat digunakan sebagai suatu skill tertentu untuk meningkatkan kualitas hidup peserta
 - 2) Pendampingan Wirausaha. Program pemberdayaan ekonomi yang berbasiskan pada komunitas masyarakat. Melalui program ini, IZI menargetkan pada masyarakat yang memiliki kebutuhan yang sama dalam rangka mengembangkan usaha mikro dan pendapatan mereka dalam bentuk intervensi modal dana bergulir yang di sertai

penyadaran dan peningkatan kapasitas dalam bentuk pertemuan rutin atau pendampingan.

b. IZI TO SMART merupakan program pemberdayaan dana zakat di bidang pendidikan yang meliputi program:

1) Beasiswa Mahasiswa. Program ini meliputi pemberian beasiswa, pembinaan, dan pelatihan bagi mahasiswa dari keluarga dhuafa. Tujuan yang diharapkan hadir pada program ini adalah untuk membentuk SDM yang unggul dalam budi pekerti, intelektualitas, dan kecerdasan sosial sehingga mampu mengembangkan dan memberdayakan potensi di wilayah tempat tinggal dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia lainnya melalui peran yang dapat mereka ambil di masyarakat. Para peserta program Beasiswa Mahasiswa IZI diberi peningkatan kemampuan dan pembinaan melalui kegiatan mentoring, pelatihan soft skill, kunjungan tokoh, dan pengamalan keilmuan masing-masing melalui kegiatan sosial kemasyarakatan.

2) Beasiswa Pelajar. Program yang bertujuan meningkatkan angka partisipasi sekolah, khususnya bagi para siswa unggul. Program ini terdiri atas pemberian bantuan biaya pendidikan dan pembinaan bagi para siswa binaan IZI. Program ini juga akan melakukan upaya pembentukan karakter unggul seperti jujur, tanggung jawab, peduli, disiplin, percaya diri, dan berani. Para peserta Beasiswa Pelajar

mendapatkan pemenuhan kebutuhan uang sekolah, alat tulis, seragam serta Pendampingan spiritual dan akademik

3) Beasiswa Penghafal Qur'an. Program beasiswa Penghafal Qur'an IZI merupakan program yang memberikan beberapa fasilitas program kepada para penerima beasiswa berupa biaya hidup, biaya transportasi, biaya sarana dan prasarana dalam menghafal Al Qur'an, dan biaya pendidikan.

c. IZI TO IMAN merupakan program pemberdayaan dana zakat di bidang dakwah yang meliputi program:

1) Dai Penjuru Negeri. Program Dai Penjuru Negeri adalah program Dakwah IZI kepada masyarakat muslim di daerah rawan bencana alam dan dhuafa di Indonesia dengan mengirimkan Dai untuk melakukan aktivitas pendampingan masyarakat berupa pembinaan Iman dan Islam melalui program pembinaan dan kajian rutin bagi masyarakat desa setempat.

2) Bina Muallaf. IZI melakukan program bina muallaf dalam bentuk pemberian pembinaan yang rutin kepada muallaf dalam rangka penguatan keyakinan dan keimanan mereka serta memberikan santunan kepedulian kepada para muallaf. Sasaran wilayah muallaf difokuskan pada daerah dhuafa yang rawan kristenisasi.

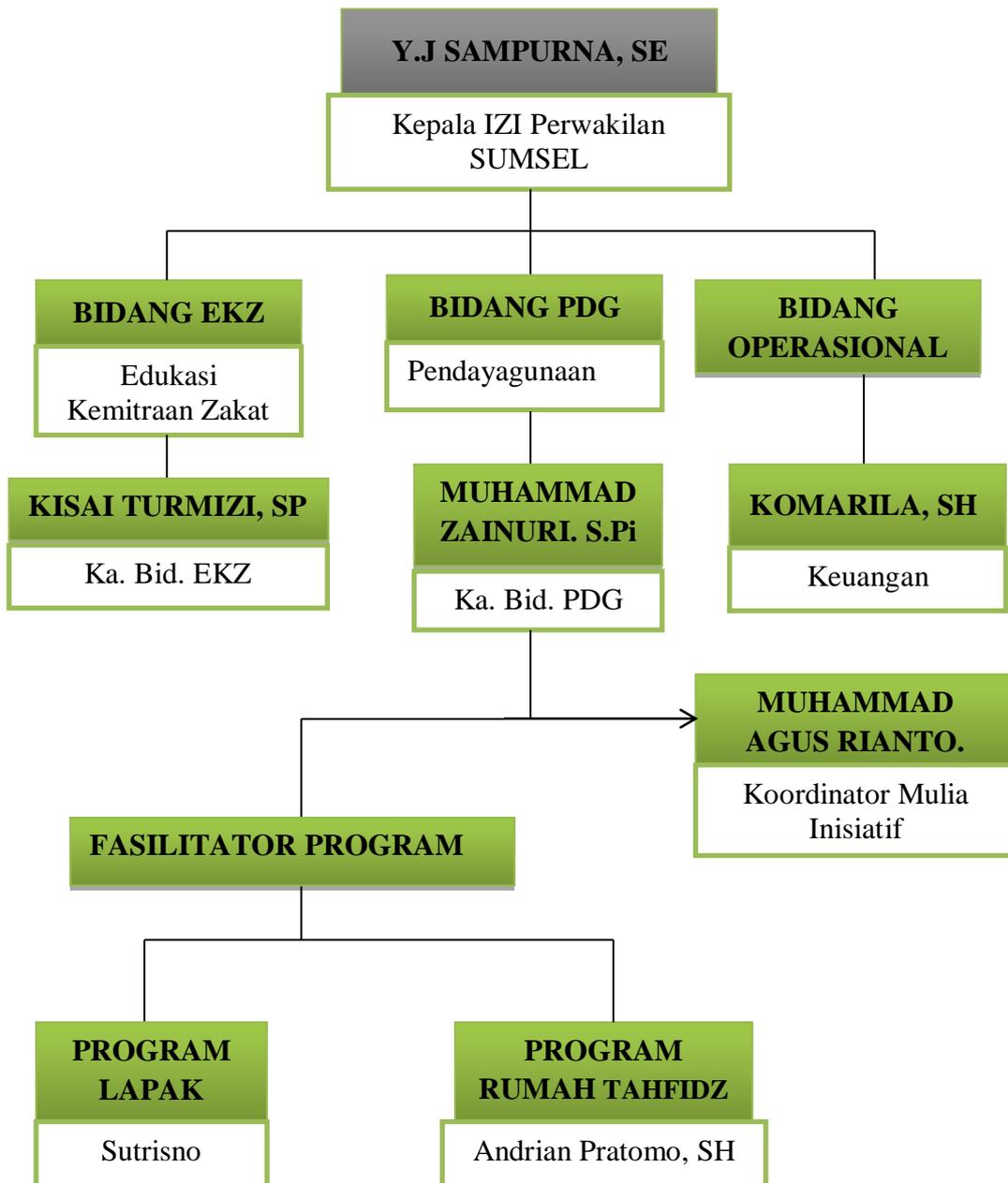
d. IZI TO HELP merupakan program pemberdayaan dana zakat di bidang Layanan Sosial yang meliputi program:

- 1) Laa Tahzan (Layanan Antar Jenazah). Laa Tahzan adalah layanan yang dibutuhkan berkaitan jenazah, seperti :*Layanan Pra Kejadian* adalah pelayanan yang diberikan untuk mempersiapkan umat Islam dalam pengurusan jenazah berupa pemberian materi dan pelatihan/training.
 - *Layanan Saat Kejadian* adalah pelayanan yang diberikan saat kejadian setelah berupa pemandian, pengkafanan, pengantaran, dan pemakaman jenazah
 - *Layanan Pasca Kejadian* adalah pelayanan yang diberikan pasca proses pengeloaan terhadap terhadap jenazah berupa konsultasi dan penghitungan warisan.
- 2) Bentuk Layanan lainnya yang IZI berikan yaitu kepada mustahik yaitu berupa Ambulance gratis dan layanan Pengurusan (Prosesi) Jenazah serta adanya program Pelatihan Pengurusan Jenazah
- 3) Peduli Bencana. IZI Peduli Bencana merupakan perpaduan dari beberapa aktivitas Manajemen Resiko Bencana yang meliputi program mitigasi, rescue dan rehabilitasi. Program mitigasi adalah program penanganan bencana dengan pola pemberian pelatihan / pendampingan dalam tindakan pencegahan dan reaksi cepat saat terjadi bencana. Pada program rescue, aktivitas kesiapan IZI dalam penanganan bencana yang tengah terjadi, seperti Evakuasi Korban, Dapur Air, Trauma Healing, dan Serambi Nyaman untuk pengungsi. Dan aktivitas IZI pada masa Rehabilitasi yaitu program penanganan

dampak setelah bencana terjadi. Sebagai contoh adalah pembangunan cluster hunian, perbaikan fasilitas umum, dan pengadaan air.³

5. Struktur Organisasi

Gambar 4.2
Struktur Organisasi
Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Sumatera Selatan



³ <https://izi.or.id/> diakses pada 27 Januari 2021 13.45 WIB

B. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari Muzakki Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden Muzakki Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel sebagai berikut :

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	18	36.0	36.0	36.0
	Perempuan	32	64.0	64.0	64.0
	Total	50	100.0	100.0	100.0

Berdasarkan keterangan tabel 4.1 tersebut diketahui jenis kelamin responden Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Sumsel yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa jenis kelamin responden yang paling dominan adalah perempuan yaitu, sebanyak 32 orang atau sebesar 64,0% Sedangkan responden laki-laki yaitu, sebanyak 18 orang atau sebesar 36,0% Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Sumsel adalah perempuan atau sebesar 64,0%

2. Status Responden

Adapun data mengenai status responden Muzakki Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel sebagai berikut :

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menikah	16	32.0	32.0	32.0
	Belum Menikah	34	68.0	68.0	68.0
	Total	50	100.0	100.0	100.0

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 tersebut diketahui bahwa status responden Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Sumsel yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa status responden Belum Menikah sebanyak 34 orang atau sebesar 68,0 %. Sedangkan responden yaitu, berstatus menikah sebanyak 16 orang atau sebesar 32,0% Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Sumsel adalah belum menikah atau sebesar 68,0%.

3. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden Muzakki Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel sebagai berikut :

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Smp	3	6.0	6.0	6.0
	Sma	27	54.0	54.0	54.0
	Sarjana	20	40.0	40.0	40.0
	Total	50	100.0	100.0	100.0

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 tersebut diketahui bahwa status responden Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Sumsel yang

diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa responden berpendidikan Smp sebanyak 3 Orang atau sebesar 6,0 %. Responden berpendidikan Sma 27 orang atau sebesar 54,0 %. Responden berpendidikan sarjana 20 orang atau sebesar 40,0 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Sumsel adalah responden berpendidikan Sma sebesar 54,0 %.

4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden Muzakki Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel sebagai berikut :

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pns	2	4.0	4.0	4.0
	Honor	1	2.0	2.0	2.0
	Swasta	14	28.0	28.0	28.0
	Lainnya	33	66.0	66.0	66.0
	Total	50	100.0	100.0	100

Berdasarkan keterangan tabel 4.4 tersebut diketahui bahwa status responden Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Sumsel yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa pekerjaan lainnya sebanyak 33 orang atau sebesar 66,0 %. Pekerjaan Swasta 14 orang atau sebesar 28,0 %. Pekerjaan Pns sebanyak 2 orang 4,0 %. Pekerjaan Honor 1 orang atau sebesar 2,0 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Sumsel adalah pekerjaan lainnya 66, 0%

C. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen

Untuk menguji Validitas dan Reabilitas Instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS 25.

1. Uji Validitas

Untuk menguji tingkat validitas dilakukan uji signifikansi. yaitu dengan membandingkan nilai rhitung dengan r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = n-k dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah kosntruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 50-2 atau df = 48 dengan *alpha* 0,05 maka didapat rtabel 0,285, jika rhitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan *total correlation*) lebih besar dari rtabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item Total Correlation (Rhitung)	R Tabel	Keterangan
Akuntabilitas	Akuntabilitas 1	0,827	0,285	Valid
	Akuntabilitas 2	0,798	0,285	Valid
	Akuntabilitas 3	0,921	0,285	Valid
	Akuntabilitas 4	0,801	0,285	Valid
	Akuntabilitas 5	0,545	0,285	Valid
	Akuntabilitas 6	0,709	0,285	Valid
Transparansi	Transparansi 1	0,882	0,285	Valid
	Transparansi 2	0,864	0,285	Valid
	Transparansi 3	0,671	0,285	Valid
	Transparansi 4	0,841	0,285	Valid
	Transparansi 5	0,802	0,285	Valid
	Transparansi 6	0,798	0,285	Valid
Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan 1	0,589	0,285	Valid
	Kualitas	0,730	0,285	Valid

	Pelayanan 2			
	Kualitas Pelayanan 3	0,877	0,285	Valid
	Kualitas Pelayanan 4	0,694	0,285	Valid
	Kualitas Pelayanan 5	0,795	0,285	Valid
	Kualitas Pelayanan 6	0,775	0,285	Valid
	Kualitas Pelayanan 7	0,781	0,285	Valid
	Kualitas Pelayanan 8	0,661	0,285	Valid
	Kualitas Pelayanan 9	0,792	0,285	Valid
	Kualitas Pelayanan 10	0,759	0,285	Valid
Loyalitas Muzakki	Loyalitas Muzakki 1	0,666	0,285	Valid
	Loyalitas Muzakki 2	0,682	0,285	Valid
	Loyalitas Muzakki 3	0,838	0,285	Valid
	Loyalitas Muzakki 4	0,703	0,285	Valid
	Loyalitas Muzakki 5	0,848	0,285	Valid
	Loyalitas Muzakki 6	0,829	0,285	Valid

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Dari tabel 4.6 diatas dapat diketaahui bahwa, masing-masing setiap item pertanyaan memiliki rhitung $>$ rtabel (0,285) dan bernilai positif. Dengan demikian, butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid

2. Uji Reabilitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
Akuntabilitas	6 item pertanyaan	0,862	Reliabel
Transparansi	6 item pertanyaan	0,892	Reliabel
Kualitas Pelayanan	10 item pertanyaan	0,911	Reliabel
Loyalitas Muzakki	6 item pertanyaan	0,856	Reliabel

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Dari tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60 berarti kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Dengan demikian, variabel (akuntabilitas, transparansi, kualitas pelayanan dan loyalitas muzakki) dapat dikatakan reliable karena nilai lebih dari 0,6 instrumen kuesioner.

D. Deskripsi Data Penelitian

Tabel 4.7
Hasil Skor Kuesioner Variabel Akuntabilitas

Variabel	Item pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Akuntabilitas	Akuntabilitas 1	38	76.0	11	22.0	1	2.0	0	0	0	0
	Akuntabilitas 2	30	60.0	16	32.0	4	8.0	0	0	0	0
	Akuntabilitas 3	32	64.0	13	26.0	5	10.0	0	0	0	0
	Akuntabilitas 4	28	56.0	16	32.0	5	10.0	0	0	0	0
	Akuntabilitas 5	26	52.0	24	48.0	0	0	0	0	0	0
	Akuntabilitas 6	29	58.0	18	36.0	3	6.0	0	0	0	0

1. Akuntabilitas

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel Akuntabilitas, pada item pertanyaan Akuntabilitas 1 76.0% responden menyatakan sangat setuju, 22.0% menyatakan setuju dan 2.0% responden menyatakan netral, Pada item pertanyaan Akuntabilitas 2 60.0% responden menyatakan sangat setuju, 32.0% menyatakan setuju dan 8.0% responden menyatakan netral, Pada item pertanyaan Akuntabilitas 3 64.0% responden menyatakan sangat setuju, 26.0% menyatakan setuju dan 10.0% responden menyatakan netral, Pada item pertanyaan Akuntabilitas 4 56.0% responden menyatakan sangat setuju, 32.0% menyatakan setuju dan 10.0% responden menyatakan netral, Pada item pertanyaan Akuntabilitas 5 52.0% responden menyatakan sangat setuju, 48.0% menyatakan setuju, Pada item pertanyaan Akuntabilitas 6 58.0% responden menyatakan sangat setuju, 36.0% menyatakan setuju dan 6.0% responden menyatakan netral.

2. Transparansi

Tabel 4.8
Hasil Skor Kuesioner Variabel Transparansi

Variabel	Item pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Transparansi	Transparansi 1	28	56.0	11	22.0	10	20.0	1	2.0	0	0
	Transparansi 2	30	60.0	17	34.0	3	6.0	0	0	0	0
	Transparansi 3	33	66.0	13	26.0	4	8.0	0	0	0	0
	Transparansi 4	26	52.0	16	32.0	8	16.0	0	0	0	0
	Transparansi 5	31	62.0	17	34.0	2	4.0	0	0	0	0
	Transparansi 6	25	50.0	18	36.0	7	14.0	0	0	0	0

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variable Transparansi, pada item pertanyaan Transparansi 1 56.0% responden menyatakan sangat setuju, 22.0% menyatakan setuju, 20.0% responden menyatakan netral dan 2.0% responden tidak setuju, pada item pertanyaan Transparansi 2 60.0% responden menyatakan sangat setuju, 34.0% menyatakan setuju dan 6.0% responden menyatakan netral, pada item pertanyaan Transparansi 3 66.0% responden menyatakan sangat setuju, 26.0% menyatakan setuju dan 8.0% responden menyatakan netral, pada item pertanyaan Transparansi 4 52.0% responden ini menyatakan sangat setuju, 32.0% menyatakan setuju dan 16.0% responden menyatakan netral, pada item pertanyaan Transparansi 5 62.0% responden menyatakan sangat setuju, 34.0% menyatakan setuju dan 4.0% responden menyatakan netral. Pada item pertanyaan Transparansi 6 50.0% responden menyatakan sangat setuju, 36.0% menyatakan setuju dan 14.0% responden menyatakan netral.

3. Kualitas Pelayanan

Tabel 4.9
Hasil Skor Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Item pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan 1	14	28.0	30	60.0	6	12.0	0	0	0	0
	Kualitas Pelayanan 2	18	36.0	24	48.0	7	14.0	1	2.0	0	0
	Kualitas Pelayanan 3	31	62.0	14	28.0	5	10.0	0	0	0	0
	Kualitas Pelayanan 4	26	52.0	23	46.0	1	2.0	0	0	0	0
	Kualitas Pelayanan 5	26	52.0	20	40.0	3	6.0	1	2.0	0	0
	Kualitas Pelayanan 6	29	58.0	17	34.0	4	8.0	0	0	0	0

	Kualitas Pelayanan 7	31	62.0	17	34.0	2	4.0	0	0	0	0
	Kualitas Pelayanan 8	29	58.0	18	36.0	3	6.0	0	0	0	0
	Kualitas Pelayanan 9	32	64.0	15	30.0	3	6.0	0	0	0	0
	Kualitas Pelayanan 10	23	46.0	24	48.0	2	4.0	1	2.0	0	0

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel loyalitas muzakki, pada item pertanyaan Kualitas Pelayanan 1 28.0% responden menyatakan sangat setuju, 60.0% menyatakan setuju dan 12.0% responden menyatakan netral. Pada item pertanyaan Kualitas Pelayanan 2 36.0% responden menyatakan sangat setuju, 48.0% menyatakan setuju dan 14.0% responden menyatakan netral, dan 2.0% responden menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan Kualitas Pelayanan 3 62.0% responden menyatakan sangat setuju, 28.0% menyatakan setuju, 10.0% responden menyatakan netral, dan 4.0% responden menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan Kualitas Pelayanan 4 52.0% responden menyatakan sangat setuju, 46.0% menyatakan setuju, 2.0% dan responden menyatakan netral, pada item pertanyaan Kualitas Pelayanan 5 52.0% responden menyatakan sangat setuju, 40.0% menyatakan setuju dan 6.0% responden menyatakan netral. pada item pertanyaan Kualitas Pelayanan 6 58.0% responden menyatakan sangat setuju, 34.0% menyatakan setuju dan 8.0% responden menyatakan netral. Pada item pertanyaan Kualitas Pelayanan 7 62.0% responden menyatakan sangat setuju, 34.0% menyatakan setuju dan 4.0% responden menyatakan netral. Pada item pertanyaan Kualitas Pelayanan 8 58.0%

responden menyatakan sangat setuju, 36.0% menyatakan setuju dan 6.0% responden menyatakan netral. Pada item pertanyaan Kualitas Pelayanan 9 64.0% responden menyatakan sangat setuju, 30.0% menyatakan setuju dan 6.0% responden menyatakan netral. Pada item pertanyaan Kualitas Pelayanan 10 46.0% responden menyatakan sangat setuju, 48.0% menyatakan setuju, 4.0% responden menyatakan netral dan 2.0 % responden menyatakan tidak setuju.

4. Loyalitas Muzakki

Tabel 4.10
Hasil Skor Kuesioner Variabel Loyalitas Muzakki

Variabel	Item pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Loyalitas Muzakki	Loyalitas Muzakki 1	17	34.0	22	44.0	11	22.0	0	0	0	0
	Loyalitas Muzakki 2	14	28.0	23	46.0	12	24.0	1	2.0	0	0
	Loyalitas Muzakki 3	19	38.0	17	34.0	14	28.0	0	0	0	0
	Loyalitas Muzakki 4	15	30.0	21	42.0	14	28.0	0	0	0	0
	Loyalitas Muzakki 5	22	44.0	19	38.0	8	16.0	1	2.0	0	0
	Loyalitas Muzakki 6	23	46.0	18	36.0	8	16.0	1	2.0	0	0

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel loyalitas muzakki, pada item pertanyaan Loyalitas Muzakki 1 34.0% responden menyatakan sangat setuju, 44.0% menyatakan setuju, 22.0% responden menyatakan netral dan 2.0% responden menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan Loyalitas Muzakki 2 28.0% responden menyatakan sangat setuju, 46.0% menyatakan setuju, 24.0% responden menyatakan netral dan

2.0% responden menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan Loyalitas Muzakki 3 38.0% responden menyatakan sangat setuju, 34.0% menyatakan setuju dan 28.0% responden menyatakan netral. Pada item pertanyaan Loyalitas Muzakki 4 30.0% responden menyatakan sangat setuju, 42.0% menyatakan setuju dan 28.0% responden menyatakan netral. Pada item pertanyaan Loyalitas Muzakki 5 44.0% responden menyatakan sangat setuju, 38.0% menyatakan setuju, 16.0% responden menyatakan netral dan 2.0% responden menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan Loyalitas Muzakki 6 46.0% responden menyatakan sangat setuju, 36.0% menyatakan setuju, 16.0% responden menyatakan netral dan 4.0% responden menyatakan tidak setuju.

E. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variable, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji yang dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov*. pada Kriteria signifikansi uji, nilai terbesar $[F_t - F_s]$ terbesar kurang dari nilai tabel *Kolmogrov-Smirnov*. Dikatakan normal jika $Asymp. Sig. > 0,05$

1) Jika nilai $[F_t - F_s]$ terbesar kurang dari nilai tabel *Kolmogrov-Smirnov*, maka H_0 diterima: H_1 ditolak.

- 2) Jika nilai $[F_t - F_s]$ terbesar lebih besar dari nilai tabel *Kolmogorov-Smirnov*, maka H_0 ditolak: H_1 diterima.

Tabel 4.11
Uji Normalitas
Kolmogorov-Smirnov Test

Uji Kolmogorov-Smirnov	Unstandardized Residual
Nilai Kolmogorov-Smirnov	0,148
Sig	0,008

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa data tersebut berdistribusi normal yakni, *Asymp. Sig.* Lebih besar dari 0,05, Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear atau variabel independen dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Apabila nilai VIF berada dibawah 10.00 dan *Tolerance* lebih dari 0,1, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 4.12
Uji Multikolinearitas
Coefficients

	Tolerance	VIF
Total X1	0,325	3,007
Total X2	0,346	2,886
Total X3	0,331	3,017

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai *tolerance* semua variabel independen > dari 0,1. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ketiga variabel < dari 10, Berdasarkan kriteria dalam pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi, Untuk melihat apakah ada heterokedastisitas atau tidaknya dengan menggunakan metode Uji White.

Uji white dilakukan dengan meregresikan residual kuadrat sebagai variabel dependen dan meregresikan variabel X12 , X22, X32, Perkalian X (X1,X2,X3) sebagai variabel independen. Kemudian, jika Chi Squarehitung < Chi Squaretabel, maka dalam model ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, Nilai Chi Squarehitung dalam metode ini diperoleh dari $(R^2 \times n) = 0,102 \times 50 = 5,1$. Sedangkan Chi Squaretabel

diperoleh dari $df = n - k = 50 - 7 = 43$ (0,05), lihat di Chi Square tabel = 59,304

Tabel 4.13
Nilai R Square
Model Summary

R Square
0,102

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Berdasarkan data diatas,, dapat diketahui bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini karena nilai Chi Square hitung. $(0,102) < \text{Chi Square tabel } (59,304)$.

d. Uji Linier

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai kmpmprasyarat dalam analisis korelasi pearson atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikansi 0, 05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) $< 0, 05$.

Tabel 4.14
Uji Linearitas Akuntabilitas

H	Sig.
Akuntabilitas Linierity	0,000
Linearity Devianto From	0,001

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar 0,000 < $\alpha = 0,05$ artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara Akuntabilitas terhadap Loyalitas Muzakki.

Tabel 4.15
Uji Linearitas Transparansi

		Sig
Transparansi	Liniearity	0,000
Linearity	Devianto From	0,021

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar 0,000 < $\alpha = 0,05$, artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara Transparansi terhadap Loyalitas Muzakki

Tabel 4.16
Uji Linearitas Kualitas Pelayanan

		Sig
Kualitas Pelayanan	Liniearity	0,000
Linearity	Devianto From	0,172

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar 0,000 < $\alpha = 0,05$, artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Muzakki

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah berhubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan

untuk memprediksi nilai dari variabel apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan .

Tabel 4.17
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.593	3.275		-.486	.629
	Akuntabilitas	.054	.202	.042	.269	.789
	Transparansi	.461	.161	.435	2.867	.006
	Kualitas Pelayanan	.282	.117	.375	2.419	.020

a. Dependent Variable: Loyalitas Muzakki

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel dengan bantuan SPSS versi 21 memperoleh persamaan regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0-1,593 + 0,054X_1 + 0,461X_2 + 0,282X_3$$

Analisis regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta (α) adalah 0-1,593 Artinya jika akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan nilainya adalah 0 maka tingkat loyalitas muzakki nilainya sebesar 0-1,593
- 2) Nilai koefisien untuk variabel akuntabilitas sebesar 0,054 Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan akuntabilitas mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas muzakki akan mengalami kenaikan sebesar 0,054. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara akuntabilitas dengan loyalitas muzakki, semakin naik akuntabilitas maka semakin meningkat loyalitas muzakki.

- 3) Nilai koefisien untuk variabel transparansi sebesar 0,461 Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan transparansi mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas muzakki akan mengalami kenaikan sebesar 0,461. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara transparansi dengan loyalitas muzakki, semakin naik transparansi maka semakin meningkat loyalitas muzakki.
- 4) Nilai koefisien untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,282 Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas muzakki akan mengalami kenaikan sebesar 0,282 Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas muzakki, semakin naik kualitas pelayanan maka semakin meningkat loyalitas muzakki.

Dari persamaan ini dapat diprediksikan bahwa variabel loyalitas muzakki akan berubah sebesar 0,054 untuk setiap unit perubahan yang terjadi pada variabel akuntabilitas, lalu variabel loyalitas muzakki akan berubah sebesar 0,461 untuk setiap unit perubahan yang terjadi pada variabel transparansi dan variabel loyalitas muzakki akan berubah sebesar 0,282 untuk setiap unit perubahan yang terjadi pada variabel kualitas pelayanan.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Untuk mengetahui kelayakan model regresi digambarkan angka-angka dari tabel ANOVA. Suatu variabel dianggap berpengaruh, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan dinyatakan signifikan apabila nilai $sig. < 0,05$. Untuk hasil pengujian F hitung pada penelitian ini, bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.18
ANOVA dengan nilai F dan Sig.

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	400.912	3	133.637	26.416	.000 ^b
	Residual	232.708	46	5.059		
	Total	633.620	49			
a. Dependent Variable: Loyalitas Muzakki						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Transparansi, Akuntabilitas						

Sumber : *Output SPSS 25 Data yang diolah*, 2021.

Berdasarkan hasil perhitungan uji F Tabel 4.15 diatas diperoleh F hitung sebesar 26,416. Untuk menentukan nilai F tabel dengan tingkat signifikan 5%, serta degree of freedom (derajat kebebasan), $df = (n-k)$ atau $(50-4)$ dan $(4-1=3)$. Maka dapat diperoleh hasil untuk F tabel senilai 3,17. Maka dari itu, hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,416 > 2,802$) dengan diperoleh nilai $sig (0,000 < 0,05)$, maka secara simultan (bersama-sama) Dengan demikian, model regresi tersebut sudah layak

dan benar. Jadi artinya adalah akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi loyalitas muzakki di Lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel.

b. Uji t (Pengujian Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji variabel independen (Akuntabilitas, Transparansi, Kualitas Pelayanan) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Loyalitas Muzakki) di lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel secara parsial. Untuk melihat hasil perhitungan uji t pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.19
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1	(Constant)	-1.593		
	Akuntabilitas	.054	.202	.042	.789
	Transparansi	.461	.161	.435	.006
	Kualitas Pelayanan	.282	.117	.375	.020

a. Dependent Variable: Loyalitas Muzakki

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel 4.16 diatas, diperoleh besarnya angka t tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n-k)$ atau $(50-4) = 46$, sehingga diperoleh nilai t tabel = 1,679. maka dapat diketahui masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh akuntabilitas terhadap loyalitas muzakki

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 25.0 seperti pada tabel diatas, variabel Akuntabilitas (X1) memiliki t hitung senilai 0,269 dengan nilai sig. 0,629. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t hitung sebesar $0,269 < t$ tabel 1,679 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel akuntabilitas tidak berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas muzakki dilembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel .

2. Pengaruh transparansi terhadap loyalitas muzakki

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 25.0 seperti pada tabel diatas, variabel Transparansi (X2) memiliki t hitung senilai 2,867 dengan nilai sig. 0,006. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t hitung sebesar $2,867 > t$ tabel 1,679 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel transparansi memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas muzakki dilembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas muzakki

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 25.0 seperti pada tabel diatas, variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki t hitung senilai 2,419 dengan nilai sig. 0,020. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t hitung sebesar $2,419 > t$ tabel 1,679

sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas muzakki dilembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai 1 ($0 = R^2 = 1$). Jika $R^2 = 1$ berarti besarnya persentase sumbangan X terhadap variabel Y secara bersama-sama adalah 100%. Apabilah koefisien determinasi mendekati 1, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat. maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y.

Tabel 4.20
Nilai R Square
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.795 ^a	.633	.609	2.249	2.262

Sumber : *Output SPSS 25 Data* yang diolah, 2021.

Berdasarkan hasil perhitungan Koefisien Determinasi pada tabel 4.17 menunjukkan variabel dependen sebesar 63,3% sedang sisanya 36,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi loyalitas muzakki. Untuk itu, perlu pengembangan penelitian lebih lanjut, pada topik ini.

F. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Tabel 4.21
Rekapitulasi Hasil Penelitian

No	Hipotesis	Hasil Penelitian
1	H ₁ : Akuntabilitas pengelolaan zakat tidak berpengaruh terhadap loyalitas muzaaki pada lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel	Akuntabilitas pengelolaan zakat tidak berpengaruh terhadap loyalitas muzaaki pada lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel
2	H ₂ : Transparansi pengelolaan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzaaki pada lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel	Transparansi pengelolaan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzaaki pada lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel
3	H ₂ : Kualitas Pelayanan pengelolaan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzaaki pada lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel	Kualitas Pelayanan pengelolaan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzaaki pada lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel

G. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Muzakki pada lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel. Pembahasan penelitian ini sebagai berikut :

1. Akuntabilitas (X1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Muzakki pada lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel.

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.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti yang dikelola SPSS 25. Diketahui bahwa variabel Akuntabilitas (X1) memiliki t hitung senilai 0,269 dengan nilai sig. 0,629. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t hitung sebesar $0,269 < t \text{ tabel } 1,679$ sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel akuntabilitas tidak berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas muzakki dilembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia

Perwakilan Sumsel Meskipun secara statistik variabel akuntabilitas dinyatakan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas, setiap lembaga amil zakat khususnya dalam hal ini lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel. Tetap harus menerapkan akuntabilitas dengan baik agar menghasilkan laporan yang berkualitas dan dapat dipercaya, sebagaimana sebelumnya bahwa ketiadaan pengaruh antara akuntabilitas dengan loyalitas ini bukan berarti menunjukkan tidak pentingnya prinsip akuntabilitas, namun para muzakki dalam hal ini memang sudah tidak ragu lagi dengan akuntabilitas dari lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel.

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 analisis 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*.

2. Transparansi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Muzakki pada lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel.

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. 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.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti yang dikelola pada program SPSS 25. Diketahui bahwa variabel Transparansi (X2) memiliki t hitung senilai 2,867 dengan nilai sig. 0,006. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t hitung sebesar $2,867 > 1,679$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel transparansi memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas muzakki dilembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel. Pada tabel hasil kuesioner dengan mayoritas responden pada pilihan jawaban memberikan hasil (sangat setuju dan setuju) meskipun juga responden memberikan jawaban netral, tidak setuju dan bahkan sangat tidak setuju. Dari hasil kuesiner tersebut menunjukkan bahwa lembaga pengelola zakat dalam hal ini lembaga, LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel. Sudah transparan dalam kegiatan pengumpulan dan pendistribusian zakat yang dilakukan telah mereka lakukan.

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.

3. Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Muzakki pada lembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel.

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.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti yang dikelola pada program SPSS 25. Diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki t hitung senilai 2,419 dengan nilai sig. 0,020. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t hitung sebesar $2,419 > 1,679$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas muzakki dilembaga LAZ Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumsel. Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Kualitas Pelayanan merupakan 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.

