

Pengaruh Akuntabilitas, Kredibilitas, dan Transparansi Terhadap Minat Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat di Surakarta

Angrahita Grahesti^{1*}, Ayna Sekar Hutami²⁾ Jundiya Miftahur Rohmah³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

*Email korespondensi: angrahitahesti03@gmail.com

Abstract

This study aims to determine whether there is an effect of accountability, transparency and credibility on the intention to pay zakat at amil zakat institutions in Surakarta. In this study, researchers used a quantitative approach to the sampling technique, namely random sampling. The results of the study show that partially the accountability and transparency variables do not have a significant effect on the intention to pay zakat at amil zakat institutions in Surakarta. Meanwhile, the credibility variable partially shows an influence on the intention to pay zakat at amil zakat institutions in Surakarta. Based on the simultaneous test, the variables of accountability, transparency, and credibility jointly influence the intention to pay zakat at amil zakat institutions in Surakarta.

Keywords : *Accountability, Transparency, Credibility, Interest in Paying Zakat*

Saran sitasi: Grahesti, A., Hutami, A. S., & Rohmah, J. M. (2023). Pengaruh Akuntabilitas, Kredibilitas, dan Transparansi Terhadap Minat Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1421-1429. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7558>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7558>

1. PENDAHULUAN

Negara yang secara demografik dengan jumlah penduduk muslim tersebar yakni 87,18%, Indonesia dengan potensi muslimnya yang besar seharusnya berhubungan positif dengan potensi zakat yang ada. Akan tetapi pada realitasnya realisasi zakat di Indonesia masih begitu jauh dengan potensi yang ada (Kabib et al., 2021). Zakat yang merupakan rukun islam keempat memiliki hukum wajib untuk ditunaikan oleh umat islam. Berdasarkan hal tersebut zakat wajib untuk dibayarkan oleh umat islam bagi yang telah mencapai batas *nishab* dan *haul*-nya. Zakat adalah bentuk ibadah kepada Allah SWT yang berbentuk *muamalah*, yang mana kehadiran zakat mampu menyejahterakan dan mengurangi tingkat ketimpangan dalam kemiskinan. Hal tersebut dapat digapai apabila kesadaran dari masyarakat mau untuk membayarkan zakat semakin tinggi (Amalia & Widiastuti, 2019). Pengelolaan zakat yang baik dan profesional sangat bermanfaat guna memajukan kesejahteraan dari masyarakat, selain itu dengan maksimalnya zakat yang dikelola maka hal tersebut juga dapat mendorong SDGs atau pembangunan berkelanjutan (Amymie, 2017).

Berdasarkan laporan dari WGI atau *World Giving Indeks* 26 Oktober 2022, Indonesia kembali meraih prestasi dengan menjadi negara paling dermawan di dunia 5 kali berturut-turut (Amrullah et al., 2022). Disisi lain, berdasar survey dari PIRAC (2007) ditemukan bahwa masyarakat beragama islam 55% mengakui bahwa dirinya adalah seorang *muzzaki* dan presentase ini telah meningkat jika dibandingkan dengan tahun 2004 dengan posisi di angka 49,8% yang artinya ada peningkatan dari kesadaran masyarakat untuk menunaikan zakat. Sedangkan pada survey lainnya mengindikasikan bahwa ketidakmauan masyarakat untuk membayar zakat melalui lembaga zakat dikarenakan kurangnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat dan mereka lebih menyukai dan memilih membayarkan zakatnya ke masjid di sekitar rumah. Hal tersebut dibuktikan dengan masyarakat yang menunaikan zakatnya di LAZ juga BAZ yakni sebesar 6% dan 1,2% (Kabib et al., 2021). Kurangnya minat dan kepercayaan masyarakat untuk membayarkan zakat pada lembaga zakat ialah karena kurangnya

transparansi dan akuntabilitas pada laporan keuangan yang disajikan (Amalia & Widiastuti, 2019).

Lembaga zakat dituntut mampu untuk menjamin adanya transparansi dan akuntabilitas dari organisasi. Dalam hal ini terkait dengan UUKP yang diberlakukan sejak tanggal 1 Mei 2010 lalu, bahwa undang-undang tersebut memberikan jaminan atas hak masyarakat untuk memperoleh informasi publik, sekaligus memberikan tanggung jawab kepada lembaga publik untuk menyediakan dan menyajikan informasi kepada masyarakat. Lembaga zakat merupakan salah satu lembaga yang termasuk dalam lembaga publik dikarenakan adanya yang terkumpul bersumber dari sumbangan masyarakat atau donatur yang berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf (Renane, 2017)

Tidak hanya transparansi dan akuntabilitas yang menjadi penyebab masih kurangnya kepercayaan dari masyarakat untuk menunaikan zakatnya di lembaga. Faktor kredibilitas pada lembaga juga ikut andil dalam penilaian masyarakat sebelum membayarkan zakatnya pada lembaga zakat. Kredibilitas merupakan suatu bentuk rasa aman dan nyaman yang diberikan oleh lembaga zakat (Daniati, 2018). Kredibilitas yang baik pada lembaga akan sangat mempengaruhi masyarakat untuk menunaikan kewajibannya di lembaga sehingga penghimpunan pada lembaga zakat akan meningkat (Renane, 2017). Terdorong dari permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui adakah pengaruh akuntabilitas, kredibilitas, dan transparansi terhadap minat membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat di Surakarta.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan kewajiban pihak yang memegang tanggung jawab untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan dan mengungkapkan segala aktivitas serta kegiatan yang menjadi amanahnya kepada pihak-pihak yang memberikannya amanah dimana pemberi amanah memiliki hak dan juga kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban (Ritonga, 2022). Berdasarkan *National Committee on Governance*, akuntabilitas merupakan prinsip dimana pengelola wajib membina sistem akuntansi yang efektif untuk menghasilkan sebuah laporan keuangan yang dipercaya (Yulianti & Khoiriyah, 2016).

Akuntabilitas dalam pandangan islam adalah sebuah bentuk pertanggungjawaban manusia sebagai khalifah atau wakil Allah di bumi kepada Allah SWT karena segala sesuatu yang telah Allah titipkan adalah amanah, dan setiap insan bertanggung jawab atas apa yang dikerjakannya. Akuntabilitas menurut perspektif islam, menurut Abdussalam Mohammed Abu Tapanjeh terdapat beberapa indikator pelaksanaan, diantaranya (Hayati, 2022):

- a. Seluruh kegiatan wajib memperhatikan dan mengutamakan akan maslahat umat.
- b. Melakukan kegiatan organisasi dengan adil.
- c. Aktivitas dari organisasi tidak merusak lingkungan.

Akuntabilitas haruslah diikuti dengan pengendalian yang baik yang dibuat antara si pemberi dan pemegang amanah. Akuntabilitas yang baik akan meningkatkan rasa kepercayaan dari masyarakat atau dalam hal ini adalah *muzzaki*. Adanya akuntabilitas yang baik akan berdampak baik, baik itu dari sisi *muzzaki* maupun lembaga zakat dan juga akan berpengaruh pada rasa minat *muzzaki* untuk menyalurkan zakatnya di lembaga.

2.2. Transparansi

Transparansi merupakan penyampaian laporan kepada publik dengan terbuka tentang pengoperasian pengelolaan yang mengikutkan segala unsur sebagai landasan dalam mengambil keputusan dan proses aktivitas tersebut (Hasan, 2011). Dibangunnya transparansi yang baik dalam mengelola zakat akan melahirkan suatu sistem kontrol yang baik diantara lembaga dan para stakeholders dan *muzzaki* atau masyarakat secara luas.

Menurut Abdusalam dalam Ritonga, transparansi ditinjau dari sudut pandang islam ialah organisasi yang memiliki sifat transparan atau terbuka pada *muzzaki*, jujur dalam setiap informasi yang diungkapkan, dan adil dalam penyampaian informasi kepada semua pihak yang membutuhkannya (Ritonga, 2022). Sehingga suatu lembaga zakat dapat dikatakan transparan memiliki kaitan erat terkait kejujuran dan amanah dalam penyampaian informasi. Sikap jujur dari lembaga zakat akan membuat *muzzaki* menjadikan lembaga tersebut pilihan pertama untuk menunaikan zakatnya serta juga berdampak pada meningkatkannya minat *muzzaki* dalam menentukan sikapnya memilih lembaga yang terbuka atau transparan.

2.3. Kredibilitas

Kredibilitas dalam suatu lembaga berkaitan dengan citra atau nama baik lembaga, reputasi, dan tentang keberadaan lembaga tersebut. Suatu kredibilitas pada lembaga zakat sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat untuk membyalurkan dana zakatnya ke lembaga dengan perasaan yang aman serta nyaman yang diberikan oleh lembaga kepada donatur (Daniati, 2018). Pada OPZ atau Organisasi Pengelola Zakat, kredibilitas akan menunjukkan bagaimana tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga zakat dalam menyalurkan zakatnya. Muhammad Sukanta yang dikutip dalam penilitan Daniati, mengemukakan bahwa kredibilitas yang mesti dibangun pada lembaga zakat, yakni:

- a. *Personal credibility* (kredibilitas dari sumber daya manusia)
- b. Kredibilitas dalam pengelolaan
- c. Kredibilitas dalam sarana dan prasarana

Kredibilitas dalam lembaga amal zakat memiliki peran yang begitu penting untuk meningkatkan dan menstimulus masyarakat untuk wajib menunaikan zakatnya dan juga berpengaruh pada loyalitas para *muzzaki* kepada lembaga. Maka, dengan demikian semakin kredibel suatu lembaga zakat maka akan meningkatkan kepercayaan dan minat *muzzaki* untuk menyalurkan zakatnya.

2.4. Minat

Minat erupakan sesuatu yang ada pada dalam diri seseorang yang mana terdiri dari sebuah harapan, feeling, dan prinsip yang jadi satu dan terdapat pada satu wadah pemberiah arah yang jelas pada personal untuk membuat keputusan (Kabib et al., 2021). Sedangkan menurut Sholeh yang dikutip oleh Ritonga, minat adalah sebuah kecenderungan untuk memberi perhatian dan bertindak terhadap orang, kegiatan ataupun sebuah situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dan dengan perasaan yang senang (Ritonga, 2022).

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi timbul minat berdasarkan Crow and Crow, diantaranya:

- a. Berasal dari dorongan dalam diri seperti minum, tidur, makan dan lain sebagainya
- b. Dari adanya motif sosial
- c. Dari faktor emosional

Akuntabilitas, transparansi, dan kredibilitas adalah variabel yang akan menentukan perilaku dari

masyarakat untuk meyalurkan zakatnya kepada lembaga amal zakat. Pengelolaan zakat yang akuntabel, transparan dan kredibel akan berpengaruh dan menjadikan lembaga zakat sebagai pilihan prioritas atau utama untuk menunaikan zakatnya.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Objek penelitian ini adalah Lembaga Amil Zakat di Surakarta. Jenis data yang digunakan merupakan data primer. Sumber data berasal dari hasil pengisian kuesioner oleh responden. Alat analisis yang digunakan ialah SPSS 25 dengan metode analisis regresi linear berganda yang sebelumnya dilakukan terlebih dahulu uji asumsi klasik. Hal ini dilakukan untuk menghindari tingkat varian dan standar eror pada variabel serta keofisiensi yang tidak sesuai. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas. Kemudian dilanjutkan dengan uji hipotesa yaitu uji t (parsial) dan uji f (simultan). Uji t merupakan uji yan digunakan untuk menguji setiap variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikan 0,05 atau 5% dengan kriteria sebagai berikut:

- a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Uji f atau uji simultan digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama berpegaruh signifikan terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (Prastiwi et al., 2021). Kriteria penilaian pada uji f adalah sebagai berikut:

- a. $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*. *Random sampling* merupakan pengambilan sampel secara acak yang mana setiap elemen memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Fauzy, 2019). Berdasarkan Ferdinand, pengambilan sampel di dapatkan dengan rumus berikut: $N = 25 \times$ jumlah variabel independen.

3.1. Identifikasi Variabel

Variabel pada penelitian ini dibedakan menjadi 2, yaitu dependen atau yang dipengaruhi dan independen atau yang mempengaruhi. Pada penelitian ini yang termasuk dalam variabel dependen yaitu akuntabilitas, kredibilitas, dan transparansi.

Sedangkan yang termasuk dalam variabel independen adalah minat muzzaki dalam membayar di Lembaga Amil Zakat di Surakarta.

3.2. Definisi Operasional

3.2.1. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan kewajiban pihak yang memegang tanggung jawab untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan dan mengungkapkan segala aktivitas serta kegiatan yang menjadi amanahnya kepada pihak-pihak yang memberikannya amanah dimana pemberi amanah memiliki hak dan juga kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban (Ritonga, 2022).

Amanah harus disampaikan kepada yang berhak menerimanya. Begitu pula penerima amanah, juga harus bersikap adil dan menyampaikan kebenaran/tidak ada yang ditutup-tutupi. Akuntabilitas harus diikuti suatu pengendalian yang baik sesuai dengan komitmen yang telah dibuat antara pemberi amanah dengan penerima amanah. Sebagai bentuk pelaksanaan amanah zakat dilaksanakan sesuai syariat Islam, zakat disalurkan kepada 8 asnaf sebagaimana diterangkan dalam AlQur'an. Trilogi ini menjelaskan bahwa setiap manusia mempunyai pertanggungjawaban terhadap manusia yang lain sebesar pertanggungjawabannya terhadap alam atau lingkungan. Akuntabilitas juga berhubungan erat dengan kewajiban yang telah diterima dan hak sesuai dengan amanah yang telah diberikan.

3.2.2. Kredibilitas

Kredibilitas dalam suatu lembaga berkaitan dengan citra atau nama baik lembaga, reputasi, dan tentang keberadaan lembaga tersebut. Suatu kredibilitas pada lembaga zakat sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat untuk membyalurkan dana zakatnya ke lembaga dengan perasaan yang aman serta nyaman yang diberikan oleh lembaga kepada donatur (Daniati, 2018).

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. *Ideal expectation* ialah pelanggan menginginkan kinerja optimum yang akan diterima.

3.2.3. Transparansi

Transparansi berkaitan dengan penyampaian laporan secara terbuka atau transparan kepada semua pihak sehingga dapat diakses dengan mudah. Dalam sudut pandang islam transparansi pada lembaga zakat harus bersifat terbuka terhadap para muzzaki baik tentang kegiatan pengelolaan zakat, kedua informasi yang disampaikan harus jujur dan lengkap, ketiga dalam memberikan informasi juga dilakukan dengan baik dan adil kepada semua pihak yang membutuhkan informasi tersebut (Hayati, 2022)

Transparansi erat kaitannya dengan kejujuran. Ketika menyampaikan informasi, pemberi informasi harus bersikap jujur sehingga tidak ada satu pun hal yang luput dari pengetahuan penerima informasi termasuk harus mengkomunikasikan segala kebijakan yang mereka lakukan kepada pemberi amanah dalam hal ini adalah masyarakat atau muzaki. Sehingga masyarakat akan lebih selektif, dan menjadikan pilihan utama untuk mendonasikan Zakat, Infaq, Shodaqoh (ZIS), serta berdampak meningkatnya minat masyarakat untuk menentukan sikap minatnya memilih lembaga yang transparan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah variabel dependen dan independen memiliki data berdistribusi normal atau tidak. Pada model regresi yang baik biasanya data mempunyai distribusi yang normal atau mendekati normal. Pada uji normalitas ini peneliti menggunakan uji *One Kolmogorov-Smirnov*, *histogram*, dan *scater plot*. Pengujian normalitas menggunakan uji *One Kolmogorov-Smirnov* data yang memiliki distribusi normal ditunjukkan dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 (Ghozali, 2011).

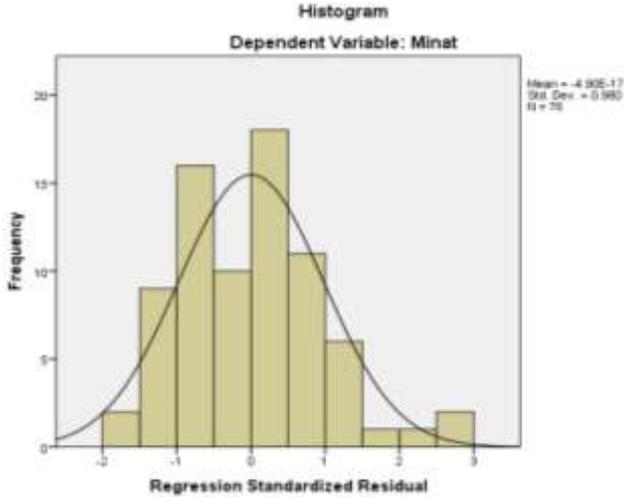
Tabel 1. Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.58146445
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.055
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 1, data terdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dari nilai

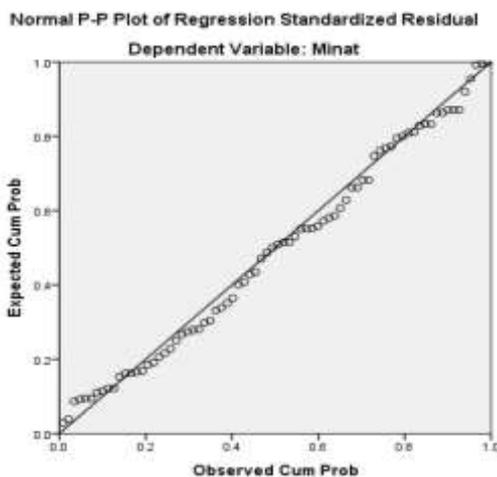
signifikansi sebesar 0,200 yang mana nilainya lebih besar dari 0,05. Sehingga data residual memiliki distribusi normal. Cara kedua untuk mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak, maka dapat menggunakan histogram. Histogram merupakan analisis grafik yang merupakan cara termudah untuk melihat normalitas dari data. Untuk menilai normalitas data dapat dilihat dari pola histogram yang mengikuti kurva.

Gambar 1
Grafik Histogram



Berdasarkan gambar, dapat dilihat bahwasanya pola dari histogram tampak mengikuti dari kurva normal, walaupun terdapat beberapa data yang berada di luar garis atau outlier. Akan tetapi secara garis besar pola mengikuti kurva normal, sehingga dapat disimpulkan data terdistribusi normal. Selain menggunakan histogram, cara ketiga untuk mendeteksi normalitas data dapat dilihat dari *probability plot*. Pada *probability plot*, data dikatakan terdistribusi normal jika titik-titik yang ada meyebar dan mengikuti disekitar garis diagonalnya.

Gambar 2
Normal Probability Plot



Pada gambar 2 *probability plot* di atas menunjukkan bahwa data terdistribusi normal yang mana hal tersebut dapat diamati dari titik-titik yang tersebar. Titik-titik pada gambar di atas tersebar dan mengikuti garis diagonal, sehingga data terdistribusi normal terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan guna untuk mengetahui adakah hubungan antar variabel independen dalam regresi linear berganda. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pada uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Apabila hasil menunjukkan nilai VIF < 10 dan tolerance > 0,10 maka, disimpulkan bahwa model tersebut tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011).

Tabel 2. Tabel Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.463	2.572		4.068	.000		
	Akuntabilitas	.069	.142	.056	.489	.626	.516	1.940
	Transparansi	.200	.297	.095	.674	.503	.337	2.963
	Kredibilitas	.665	.144	.608	4.610	.000	.383	2.612

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan sajian tabel 2, ditunjukkan bahwa nilai tolerance variabel akuntabilitas (0,516), transparansi (0,337), dan kredibilitas (0,383). Sedangkan nilai VIF pada variabel akuntabilitas adalah 1,940; variabel transparansi 2,963; dan kredibilitas 2,612. Menurut hasil uji nilai tolerance dari ketiga variabel di atas memiliki nilai lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari adanya multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi berfungsi menguji apakah terdapat korelasi diantara kesalahan pengganggu di periode t dengan kesalahan pengganggu di periode t-1 (Ghozali, 2011). Untuk mengetahui terjadi autokorelasi atau tidak maka dapat dilakukan uji Durbin Watson, seperti tabel di bawah ini:

Tabel 3. Tabel Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 ^a	.520	.500	3.65532	1.599

Dilihat dari tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa:

- d = 1,599
- dU = 1,7092
- dL = 1,5432
- 4-dU = 2,2908
- 4-dL = 2,4568

Keterangan:

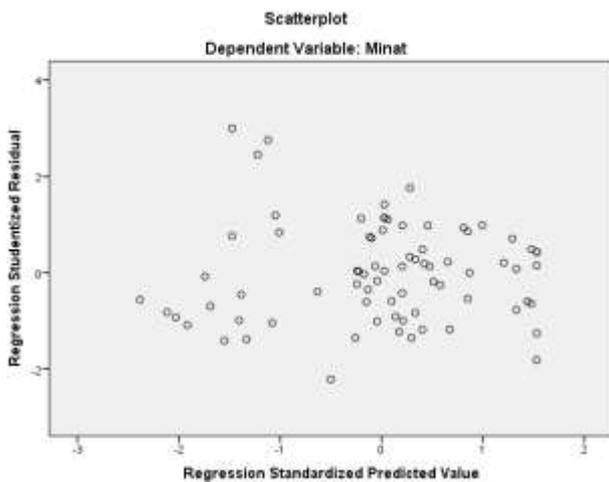
- d = Durbin Watson
- dU = Batas atas Durbin Watson
- dL = Batas bawah Durbin Watson

Berdasarkan hasil di atas, menurut Danang Sunyoto apabila nilai durbin Watson berada di antara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$ maka tidak terjadi autokorelasi. Sehingga data lolos pada uji autokorelasi (Danang, 2013).

Uji Heteroskedostisitas

Pada Uji Heteroskedostisitas, uji ini bertujuan untuk menguji apakah terjadi perbedaan varians residual pada suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedostisitas atau lolos uji (Ghozali, 2011). Hasil uji heteroskedostisitas dapat ditunjukkan melalui grafik *scatter plot* seperti di bawah ini:

Gambar 3
Grafik Scatterplot



Berdasarkan grafik, kita dapat amati bahwa titik-titik di atas terlihat tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, yang mana tersebar dengan baik di atas 0 atau di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga, artinya dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heteroskedostisitas pada model regresi yang digunakan.

4.2. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	10.505	3.647		3.969	.000
	X1	.071	.144	.057	.491	.625
	X2	.196	.304	.091	.643	.522
	X3	.665	.145	.603	4.573	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil output tabel uji t, maka persamaan regresi dapat disusun sebagai berikut:

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

$$Y = 10,505 + 0,071X_1 + 0,196X_2 + 0,665X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat
- X1 = Akuntabilitas
- X2 = Transparansi
- X3 = Kredibilitas
- e = standar error
- a = konstanta

Uji parsial atau sering disebut dengan uji t berguna untuk menguji masing-masing variabel independen secara parsial atau satu-satu apakah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 (Susilowati, 2016). Pada uji t kriteria penilaian yang digunakan adalah menolak H_0 atau menerima H_a . hal tersebut dapat dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan, apabila menerima H_0 atau menolak H_a terjadi apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ serta dapat dilihat dari nilai sign α yang kurang dari 0,05.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji Simultan

Model	ANOVA ^a					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	997.451	3	332.484	24.540	.000 ^b
	Residual	961.936	71	13.548		
	Total	1959.387	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Uji Simultan atau uji bersama-sama dilakukan guna menguji apakah seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Uji F dikatakan signifikan ditinjau dari *p-value* yang kurang dari 0,05 ($<0,05$) serta dengan melihat F_{tabel} dan F_{hitung} , yang mana F_{hitung} apabila memiliki nilai lebih besar dari F_{tabel} maka hipotesis diterima dan sebaliknya jika F_{hitung} memiliki nilai yang lebih kecil dari F_{tabel} maka hipotesis ditolak.

Adapun penjelasan dari tabel mengenai hasil uji t pada regresi linear berganda yang ditunjukkan di atas ialah sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis Pertama

H_1 : Variabel Akuntabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta

Didasarkan pada perhitungan yang sebagaimana ditunjukkan dari tabel 4, maka diperoleh nilai koefisien regresi positif sebesar 10,505. Hasil dari estimasi variabel akuntabilitas dengan nilai t_{hitung} yakni sebesar 0,491 dan $p-value$ 0,625. Nilai signifikansi sebesar 0, 625 > 0,05 sehingga berarti bahwa nilai akuntabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta dan hipotesis pertama ditolak. Apabila dilihat dari sisi t-hitung dan t-tabel, maka t-hitung variabel akuntabilitas sebesar 0,491 dengan t-tabel sebesar 1.99300. Sehingga dapat diartikan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka memiliki arti bahwasanya variabel akuntabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat membayar zakat di lembaga amil zakat.

b. Pengujian Hipotesis Kedua

H_2 = Transparansi berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta

Sebagaimana hasil pada tabel 4, nilai koefisien regresi ialah 0,071 dengan arah positif, sedangkan nilai t_{hitung} sebesar 0,643 dan sign α 0,522. Apabila kita lihat dari sisi t-hitung dan t-tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel transparansi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat membayar zakat pada lembaga zakat di Surakarta. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai t-hitung yang kurang dari nilai t tabel. Kemudian jika dilihat dari $p-value$ maka nilai signifikansi menunjukkan lebih dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak atau tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel minat.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga

H_3 = Kredibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta

Dari sajian tabel yang ada variabel kredibilitas memiliki nilai signifikansi 0,000 dan t_{hitung} sebesar 4,572. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima atau memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai

signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ serta t_{hitung} 4,572 > t_{tabel} yakni 1,99300.

d. Pengujian Hipotesis Keempat

H_4 = Variabel Akuntabilitas, Transparansi, dan Kredibilitas secara simultan berpengaruh terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta.

Hasil output menunjukkan bahwa $0,000 < 0,05$. Artinya terdapat pengaruh dari variabel akuntabilitas, transparansi, dan kredibilitas secara bersama-sama terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta. Dapat diketahui pula dari nilai F-hitung yang lebih besar dari nilai F-tabel yaitu $24,540 > 2,73$ sehingga dapat dinyatakan bahwa H_4 diterima.

Uji R-Square

Tabel 6. Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 ^a	.520	.500	3.65532	1.589

Nilai R-Square atau koefisien determinasi menunjukkan angka 0,520. Artinya variabel Akuntabilitas, Transparansi, dan Kredibilitas mempunyai proporsi atau tingkat pengaruh terhadap variabel minat sebesar 52%. Sedangkan 48% sisanya ialah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada model regresi linear tersebut/

4.3. Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kredibilitas secara parsial maupun simultan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta.

Pengaruh secara Parsial

a. Pengaruh akuntabilitas terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta

Koefisien regresi yang menunjukkan nilai 0,071 dengan arah positif, hasil estimasi dari variabel akuntabilitas ini sebesar $t = 0,491$ yang mana probabilitasnya adalah 0,625. Nilai $p-value$ yang menunjukkan angka lebih besar dari sign α yaitu 5% (0,05) diartikan bahwa tidak adanya pengaruh secara parsial dari variabel akuntabilitas terhadap minat membayar zakat. Dilihat pula dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ yakni sebesar $0,491 < 1,99300$. Sehingga apabila akuntabilitas semakin tinggi, maka tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat.

Hal tersebut sangat berbeda dengan penelitian dari Nur Kabib (Kabib et al., 2021) yang menunjukkan hasil penelitian akuntabilitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat. Akan tetapi berbeda pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Liza Amelia (Amelia & Murtani, 2019) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa akuntabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat juga didukung oleh penelitian dari Riani dalam Liza Amelia (Amelia & Murtani, 2019) dimana secara umum faktor perilaku yang sangat berpengaruh serta terdapat faktor dominan baik dari sisi internal maupun eksternal untuk muzzaki berminat membayar zakat di lembaga yaitu religiusitas dan fathanah (*fairness*).

Meskipun dilihat dari statistik akuntabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat, akan tetapi setiap LAZ terkhusus di Surakarta tetap atau wajib menerapkan prinsip tersebut dikarenakan akuntabilitas merupakan hal yang penting. Akuntabilitas wajib diterapkan agar dapat menghasilkan suatu laporan yang berkualitas dan dapat dipercaya. Jadi dengan hasil yang tidak signifikan bukan berarti faktor akuntabilitas dapat diabaikan begitu saja atau menjadi tidak penting. Namun dapat dimungkinkan juga bahwa muzzaki atau masyarakat tidak merasa ragu akan akuntabilitas dari LAZ di Surakarta.

- b. Pengaruh transparansi terhadap minat membayar zakat pada lembaga amal zakat di Surakarta

Koefisien regresi yang menunjukkan angka 0,196 dengan arah positif menunjukkan hasil estimasi $t = 0,643$ dimana membuktikan bahwa variabel transparansi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat dikarenakan $0,643 < 1,99300$ serta dari nilai signifikansi yaitu 0,522 yang menunjukkan angka lebih sebar dari 0,05. Sehingga hal tersebut dapat diartikan bahwa jika transparansi lembaga amal zakat meningkat maka tidak ada pengaruh terhadap minat untuk membayar zakat kepada lembaga. Terkadang seorang hanya berpikir yang terpenting telah menunaikan zakatnya tanpa mengecek zakat yang telah ditunaikan disalurkan dalam bentuk apa, selain itu kepercayaan dari muzzaki yang sudah tinggi terhadap lembaga

sehingga transparansi tidak terlalu berpengaruh dalam minat muzzaki membayarkan zakatnya.

Hal ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Kabib (Kabib et al., 2021) dimana hasil penelitiannya adalah tidak adanya pengaruh transparansi terhadap minat membayar zakat. Hal ini berarti bahwasanya transparansi dari lembaga amal zakat tidak mendorong masyarakat untuk meyalurkan atau mengeluarkan zakatnya dan lebih memilih untuk memberikannya secara langsung pada orang-orang di sekitarnya.

- c. Pengaruh kredibilitas terhadap minat membayar zakat pada lembaga amal zakat di Surakarta

Nilai koefisien regresi 0,665 dengan arah yang menunjukkan positif. Hasil estimasi dari $t = 4,572$ dan nilai signifikansi 0,00. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kredibilitas memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat membayar zakat pada lembaga amal zakat di Surakarta. Artinya jika kredibilitas LAZ semakin tinggi maka minat untuk membayar zakat pada lembaga semakin tinggi pula. Kredibilitas merupakan cerminan dari tingkat kepercayaan dari masyarakat kepada LAZ dalam usahanya untuk menghimpun, mengelola, serta mendistribusikan zakat sebagaimana mestinya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan yang berjudul “Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kredibilitas Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Lembaga Amal Zakat Di Surakarta dapat diketahui bahwasanya:

- Berdasar hasil uji t (parsial) variabel akuntabilitas, dapat diketahui bahwasanya akuntabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amal zakat di Surakarta, dimana hal tersebut dibuktikan dengan nilai t -hitung $0,491 < 1,99300$. Sedangkan nilai signifikansinya $0,625 > 0,05$, sehingga mengindikasikan H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- Berdasar hasil uji t (parsial) variabel transparansi, dapat diketahui bahwasanya transparansi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amal zakat di Surakarta, dimana hal tersebut dibuktikan dengan nilai t -hitung $0,643 < 1,99300$. Sedangkan nilai signifikansinya $0,522 > 0,05$, sehingga mengindikasikan H_0 diterima dan H_1 ditolak.

c. Berdasar hasil uji t (parsial) variabel kredibilitas, dapat diketahui bahwasanya kredibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Surakarta, dimana hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-hitung $4,572 > 1,99300$. Sedangkan nilai signifikasinya $0,00 < 0,05$, sehingga mengindikasikan H_0 ditolak dan H_1 di terima.

6. UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat serta karunia-Nya penelitian ini dapat diselesaikan. Tidak lupa juga kami ucapkan terimakasih kepada pembimbing kami ibu In Emy Prastwi, SE.Sy.,ME yang telah membimbing kami dengan penuh kesabaran serta kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini yakni kampus tercinta ITB AAS Indonesia, Surakarta.

7. REFERENSI

Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap minat Muzzaki Membayar Zakat (Studi Pada LAZ Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1756–1769.

Amelia, L., & Murtani, A. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Muzzaki Dalam Membayar Zakat (Studi BAZNAS Sumatera Utara). *Jurnal FEB*, 1(1), 195–205. <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/757/1126>

Amrullah, A., Mabruroh, & Hafizah, H. (2022). Indonesia Kembali Dinobatkan Sebagai Negara Paling Dermawa Di Dunia. *Republika.Co.Id*. <https://www.republika.co.id/berita/rk6jldq320/in-donesia-kembali-dinobatkan-sebagai-negara-paling-dermawan-di-dunia>

Amymie, F. (2017). Optimalisasi Pendistribusian dan Pendayagunaan Dana Zakat dalam Pelaksanaan Tujuan Program Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 17, 1–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/anida.v17i1.5046>

Danang, S. (2013). *Analisa Regresi dan Uji Hipotesis (Pertama)*. PT Buku Kita.

Daniati, T. (2018). Pengaruh Religiusitas, Akuntabilitas, dan Kredibilitas Lembaga Amil Zakat Terhadap Keputusan Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat. *Skripsi*, 66, 37–39. https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept_cost_estimate_accepted_031914.pdf

Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling* (A. Canti (ed.); 2nd ed.).

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, M. (2011). *Manajemen Zakat*. Idea Press.

Hayati, N. (2022). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzzaki Di Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru. *Skripsi*. http://repository.uin-suska.ac.id/62955/1/SKRIPSI_NURMALA_HAYATI.pdf

Kabib, N., Ulil, A., Al, A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Lutfi, M. T. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzzaki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 341–349. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>

Prastiwi, I. E., Tho'in, M., & Kusumawati, O. A. (2021). Faktor Internal yang Mempengaruhi Likuiditas Bank Syariah: Analisis Rasio Capital Adequacy Ratio (CAR), Dana Pihak Ketiga (DPK), Non Performing Financing (NPF). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1107–1116. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2614>

Prastiwi, In Emy., Anik. (2020). The Impact of Credit Diversification on Credit Risk and Performance of Indonesian Banks. *Jurnal GRIEB: Global Review of Islamic Economics and Business*. Vol. 8, No 1.

Renane, D. (2017). Pengaruh Religiusitas, Tingkat Pendapatan, Pengetahuan Zakat, dan Kredibilitas LPZ Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Lembaga Pengelolaan Zakat. *Skripsi*, 1–11. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/10492>

Ritonga, M. S. A. (2022). Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Zakat, Infaq, Shodaqoh Terhadap Minat Masyarakat Berdonasi Di LAZISMU Kota Medan. *Skripsi*, 1–93. http://repository.uin-suska.ac.id/62955/1/SKRIPSI_NURMALA_HAYATI.pdf

Susilowati, E. (2016). Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK), Capital Adequacy Ratio (CAR), dan Non Performing Financing (NPF) Terhadap Likuiditas Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2011-2015. *Skripsi*, 5(2009), 1–11. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33259/1/ENNY_SUSILOWATI.pdf

Yulianti, I., & Khoiriyah, A. N. (2016). Pengaruh Kepuasan Muzzaki, Transparansi, Dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzzaki. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2).