

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Reviu Penelitian Terdahulu

Muslih (2020) menyatakan pada penelitiannya menemukan bahwa dengan menggunakan analisis regresi logistik, kepercayaan, kualitas, kredibilitas, dan transparansi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap muzaki dalam memilih membayar zakat maal melalui LAZ. Hal ini mengindikasikan bahwa alasan muzaki memilih menyalurkan zakat maal melalui LAZ adalah karena ada hal-hal yang berkaitan dengan ormas acuan, profesionalitas lembaga, informasi yang baik, terdapat fasilitas dan layanan untuk muzaki, kemudahan, serta pendistribusian yang jelas.

Nikmahtul & Darno (2019) melakukan penelitian dengan menggunakan objek di Yayasan Sosial Keagamaan Cangkir Yadufa. Penelitian ini menemukan bahwa transparansi dan akuntabilitas laporan keuangan secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan donatur. Transparansi serta akuntabilitas laporan keuangan digunakan sebagai prediksi tentang tingkat kepercayaan donatur.

Azizah et al., (2021) melakukan penelitian dengan menggunakan objek ZIS di KITABISA.COM. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa brand awareness, transparansi dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan masyarakat dalam menyalurkan ZIS di KITABISA.COM. Hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat potensi karena adanya perkembangan teknologi atau media digital khususnya pada sektor keuangan memiliki pengaruh yang positif.

Rahayu et al., (2019) melakukan penelitian dengan objek pada Lembaga Amil Zakat Masjid Jogokariyan Yogyakarta. Penelitian ini menyatakan bahwa telah menemukan hasil terkait akuntabilitas dan transparansi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki di Lembaga Amil Zakat Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

B. Tinjauan Pustaka

1. Theory of Planned Behavior

Theory of planned behavior ialah pengembangan dari *reason action theory* yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). *Reasoned action theory* memiliki bukti-bukti ilmiah bahwa niat dalam melakukan sesuatu perbuatan dikarenakan oleh dua alasan, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku (Fishbein dan Ajzen, 1975). Beberapa tahun kemudian, Ajzen (1988) menambahkan satu faktor yaitu kontrol perilaku persepsian individu atau *perceived behavioral control*. Keberadaan faktor tersebut mengubah *reasoned action theory* menjadi *Planned behavior*

theory. *Planned behavior theory* memiliki suatu keyakinan pada perspektif kepercayaan yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan tingkah laku yang spesifik. Perspektif kepercayaan dilakukan melalui penggabungan beraneka ragam karakteristik, kualitas dan atribut atas informasi tertentu yang kemudian membentuk kehendak dalam bertingkah laku (Seni & Ratnadi, 2017). Niat atau intensi merupakan keputusan dalam berperilaku melalui cara yang dikehendaki atau stimulus untuk melaksanakan perbuatan, baik secara sadar ataupun tidak (Corsini, 2002). Niat atau intensi inilah yang menjadikan awal terbentuknya perilaku seseorang. Teori *planned behavior* ini cocok digunakan guna mendeskripsikan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan (Ajzen, 1991). Menurut Wikamorys & Rochmach (2017) menerangkan bahwa sikap terhadap perilaku, norma, dan persepsi pengendalian diri akan menimbulkan niat untuk melakukan sesuatu hal. Implikasi *theory of planned behavior* pada penelitian ini menguatkan variabel independen yaitu transparansi sebagai bentuk faktor yang memengaruhi minat berdonasi donatur dalam membayar amil zakat. Transparansi yang baik sebuah Lembaga Pengelola Zakat juga akan memengaruhi minat seseorang guna memilih Lembaga tersebut guna menunaikan zakatnya.

2. Transparansi

Menurut Pinaremas & Muslimin (2021) Transparansi dalam perspektif Islam adalah organisasi yang terbuka terkait dengan kegiatan administrasi Infaq, termasuk informasi keuangan, dan dapat diakses oleh pemangku kepentingan. Informasi tersebut harus diungkapkan dengan itikad baik dan lengkap serta mencakup semua hal yang berkaitan dengan informasi yang diberikan. Transparansi merupakan bentuk akuntabilitas yang memberikan informasi kepada masyarakat karena mereka juga berhak mengetahui kemana perginya uang yang dibayarkan (KK, SAP, 2005).

Seperti halnya lembaga amil zakat yang mengelola Dana Zakat, LAZ perlu memberikan informasi keuangan dan pengelolaan kepada muzakki. Hal ini karena muzakki juga berhak mengetahui sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada lembaga amil zakat. Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 mengatur bahwa Lembaga Amir Zakat harus transparan dalam pelaporan keuangannya guna meningkatkan kepercayaan dari para muzakki.

Adanya transparansi dapat menjamin akses atau kebebasan pribadi untuk memperoleh informasi tentang bisnis organisasi, terutama terkait dengan kebijakan, persiapan, proses pelaksanaan, dan pencapaian. Transparansi sangat berharga bagi suatu organisasi dalam menjalankan tugasnya. Oleh karena itu, transparansi merupakan sarana penting untuk menghindari penyalahgunaan dana yang bukan tanggung jawabnya.

Indikator- indikator transparansi menurut Mardiasmo (2009), yaitu:

- 1) Terdapat pengumuman kebijakan mengenai pendapatan, pengelolaan keuangan dan asset.
- 2) Tersedia laporan mengenai pendapatan, pengelolaan keuangan dan asset yang mudah diakses.
- 3) Tersedia laporan pertanggungjawaban yang tepat waktu.
- 4) Tersedianya sarana untuk suara dan usulan rakyat.
- 5) Terdapat system pemberian informasi kepada publik.

3. Zakat

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan Zakat merupakan harta kekayaan yang wajib dikeluarkan oleh seluruh umat Islam atau badan untuk dibayarkan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariah agama islam. Sedangkan menurut Muslih (2020), zakat termasuk dalam ketentuan Allah sebagai pemberi rahmat dan kebahagiaan, dan sejak itu membebani hamba-Nya berupa kewajiban harta. Hal ini sebagai bentuk rasa syukur atas nikmat yang diberikan oleh para hamba. Zakat merupakan sistem perpajakan pertama di dunia yang aturannya sangat lengkap dan baku, mulai dari subjek wajib zakat (*muzaki*), harta zakat beserta tarif pajaknya, batas kepemilikan harta minimal tidak terkena zakat (*nishab*), masa kepemilikan (*haul*), sampai alokasi distribusi penerima dana zakat (*Mustahik*) terbukti pada awal praktik era Nabi Muhammad pada abad ke-7.

Dari sudut pandang ekonomi mikro, zakat memiliki beberapa efek positif yang signifikan terhadap total konsumsi, tabungan nasional, investasi, dan produksi secara keseluruhan. Dalam ekonomi Islam yang menerapkan zakat, zakat dapat dibagi menjadi dua kelompok yakni pembayar zakat (*Muzaki*) dan penerima zakat (*Mustahik*) yang dimana golongan yang wajib mengeluarkan zakat dan mengalihkan pendapatan kepada golongan penerima zakat. Sedangkan jika dilihat dari sudut makroekonomi, zakat memiliki beberapa implikasi ekonomi yang penting, antara lain fungsi alokasi, stabilisasi, makroekonomi, jaminan sosial, bagi hasil, dan pertumbuhan ekonomi. Zakat mengalihkan sebagian pendapatan orang kaya (*Agnia*) kepada orang miskin (*Dhuafa*). Hal ini berdampak pada meningkatnya kebutuhan barang dan jasa dari masyarakat miskin, yang umumnya merupakan kebutuhan dasar seperti konsumsi. Meningkatnya permintaan akan pasokan masyarakat juga berdampak pada kesejahteraan produsen dan membuka kesempatan kerja baru.

4. Kepercayaan Muzakki

Pavlou (2003) menyatakan bahwa kepercayaan adalah penilaian terhadap hubungan yang melakukan transaksi tertentu dan mendasari harapan untuk kepercayaan dalam lingkungan yang tidak pasti. Demikian

pula, Moorman, Christine, Rohit Deshpande (1993) mengatakan bahwa kepercayaan sebagai keinginan untuk bersedia memberikan kepercayaan kepada lawan kerja yang dapat dipercaya. Kepercayaan dan komitmen adalah kunci untuk membangun hubungan yang baik dengan suatu organisasi. Kepercayaan adalah keyakinan bahwa tindakan orang lain dan kelompok sejalan dengan keyakinan mereka. Kepercayaan dalam islam disebut dapat dipercaya (*amanah*). Allah SWT menjelaskan dalam QS. An-Nisa` : 58, yang artinya: “*sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu.*” Kepercayaan muncul dari proses hubungan yang perlahan terakumulasi sehingga terbentuk suatu kepercayaan. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa kepercayaan umumnya merupakan dasar dari hubungan yang sukses.

Tanpa kepercayaan yang mendasari hubungan tersebut, maka hubungan tersebut tidak akan bertahan lama. Dalam penelitian ini, kepercayaan Muzakki terhadap dompet dhuafa didefinisikan sebagai perasaan yang muncul dari diri Muzakki untuk mengandalkan dompet dhuafa untuk mendistribusikan harta kepada Mustahik dan mempercayai dana zakat yang digunakan. Menurut Safrizal (2015) indikator kepercayaan muzakki adalah :

- 1) Credibility (dapat dipercaya) meliputi hal-hal yang berkaitan dengan kepercayaan kepada penyedia jasa seperti prestasi, reputasi dan lainnya. Contohnya memberikan informasi yang sesuai dengan kebenarannya kepada Muzakki.
- 2) Competency (kemampuan) yaitu keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki penyedia jasa dalam melakukan pelayanan. Contohnya memberikan rangsangan / daya Tarik untuk membayar zakat kepada Muzakki.
- 3) Courtesy (sikap moral) meliputi keramahan dan perhatian dari sikap karyawan. Contohnya ramah dan sopan dalam bersikap ketika melayani para muzakki.

5. Niat Berdonasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Bahasa Indonesia (KBBI), donasi merupakan sumbangan atau pemberian (berupa uang) dari seorang donatur kepada suatu organisasi atau organisasi yang menghimpun dana. Donasi adalah dana yang diberikan kepada penggalangan dana atau lembaga penggalangan dana untuk kepentingan suatu perkumpulan (Qoyim et al., 2021). Kontribusi umumnya bersifat sukarela, tanpa kompensasi, dalam bentuk barang atau kontribusi individu. Donasi ini dapat dilakukan oleh siapa saja yang ingin berdonasi kepada seseorang yang membutuhkan. Donasi bisa berupa makanan, pakaian, kebutuhan

pokok, dan lainnya. Akan tetapi donasi tidak hanya berupa barang saja, melainkan donasi juga bisa berupa uang yang dimana nantinya akan dikelola sesuai dengan kebutuhan penerima (Qoyim et al., 2021).

Annisawati, Asarektha Adjane (2020) mengatakan bahwa niat adalah keinginan untuk melakukan tindakan. Niat tidak selalu statis dan dapat berubah seiring waktu. Motivasi erat kaitannya dengan niat. Niat adalah dorongan dari bawah sadar atau sadar seseorang untuk mengambil tindakan untuk tujuan tertentu. Niat baik memotivasi untuk berbuat baik. Sumbangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sumbangan (berupa uang) dari gabungan para donatur. Memberikan gambaran berupa tindakan memberi sebagai menyumbang ke badan amal atau organisasi nirlaba. Pendonor (*donatur*) tidak mengharapkan manfaat atau manfaat dari donasi. Perilaku berdonasi berawal dari niat untuk menggerakkan hati seseorang.

6. Fintech

Metode pembayaran digital atau *financial technology* merupakan perpaduan layanan keuangan dengan teknologi terkini untuk mentransformasi proses bisnis dari layanan keuangan ke teknologi terkini, memungkinkan proses bisnis bertransformasi dari sistem biasa atau tradisional menjadi sistem yang efisien (Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, 2020). Saat ini tuntutan laju kehidupan tidak lepas dari teknologi, sehingga diharapkan permasalahan terkait aktivitas perdagangan dan pembayaran khususnya di bidang keuangan dengan bantuan teknologi (Rahayu et al., 2019).

Berbagai jenis teknologi keuangan dikategorikan sesuai dengan fungsi dan kemampuannya. Sektor *financial technology* dapat dibagi menjadi tiga jenis: metode pembayaran dan pengiriman uang, pembiayaan dan pembiayaan (Organisasi Jasa Keuangan, 2017). Jenis-jenis *fintech* menurut kategorinya dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1) *Payment and Transfer*

Dalam *payment and transfer* ini terdapat beberapa jenis-jenis *fintech* seperti, *mobile banking*, *e-commerce payments*, *digital/virtual currencies*, *mobile dan online wallet*, dan *P2P payments dan transfer*.

2) *Alternative Lending and Financing*

Kemudian untuk *alternative lending and financing* ini terdapat beberapa jenis-jenis *fintech* seperti, *Alternative lending*, *supply chain finance*, *crowdfunding (equity based, donation based, reward based dan hybrid based)*, *P2P lending*, *emerging/developing*, dan *invoice*.

3) *Account Aggregator Online Trading/Capital Market*

Untuk kategori ini terdapat beberapa jenis-jenis *fintech* seperti, *robo adviser*, *insurance*, *blockchain*, *account aggregator*, *information serta feeder site*, dan *online trading/capital market*.

7. Crowdfunding

Menurut bahasa penggalangan dana dengan jumlah kecil tetapi dari segi kontributor memiliki khalayak yang luas (Azizah et al., 2021). Berbicara keuangan sosial, dana yang telah terkumpul dan diperoleh dapat digunakan untuk kegiatan sosial dan pemberdayaan masyarakat. Seperti menggalang dana untuk membantu dan meringankan beban korban bencana di suatu daerah. Istilah crowdfunding didasarkan pada istilah crowdsourcing yang populer sebelumnya. Crowdsourcing dijelaskan sebagai penggunaan solusi inovatif dari jaringan distribusi atau dapat juga dijelaskan sebagai crowdsourcing sebagai sarana untuk menggunakan individu dalam jaringan hasil tertentu (Rahayu et al., 2019). Ada tiga jenis crowdfunding, yaitu: (Azizah et al., 2021).

1) *Equity Crowdfunding*

Merupakan layanan penerbitan saham yang disediakan oleh emiten dan bertujuan menjual saham langsung ke investor melalui jaringan sistem elektronik terbuka (OJK, 2018). Equity crowdfunding ialah suatu cara untuk memfasilitasi para pebisnis dan investor yang membutuhkan modal dengan cara perusahaan sebagai perantara/penyedia berbasis internet berada dalam semangat gotong royong atau membantu (Tripalupi, 2019).

2) *Debt Crowdfunding*

Keunggulan debt crowdfunding dibandingkan dengan bunga bank, pedagang bisa mendapatkan sumber pendanaan yang lebih murah. Debt Crowdfunding atau urun dana berbasis hutang adalah jenis urun dana yang menyediakan pinjaman uang. Di mana pemilik modal (donor) akan mendapatkan bunga pinjaman, hal ini menjadi sebuah keuntungan bagi pemilik modal. Jenis crowdfunding biasanya berbentuk layanan P2P landing (Selykurniasih, 2019).

3) *Donation Crowdfunding*

Urun dana berbasis donasi adalah crowdfunding untuk proyek nirlaba, biasanya berupa donasi. Misalnya gedung sekolah, yayasan dan fasilitas umum lainnya. Pada urun dana berbasis donasi ini untuk siapa saja yang ikut serta dalam menginvestasikan dananya pada suatu proyek yang akan dilakukan tidak akan mendapatkan profit maupun imbalan. Karena memang tujuan awal dari adanya urun dana ini sifatnya sosial, tidak mengambil keuntungan sama sekali (Selykurniasih, 2019).

C. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka dan beberapa hasil penelitian di atas, maka rumusan hipotesis yang diajukan yaitu :

1. Pengaruh Transparansi Informasi Keuangan Terhadap Niat Berdonasi

Seseorang berniat untuk berdonasi dapat disebabkan oleh adanya kepercayaan yang diberikan lembaga keuangan kepada donatur. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa dengan kepercayaan dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan tindakan. Transparansi merupakan suatu keterbukaan terkait informasi keuangan yang sangat penting untuk diketahui masyarakat guna mengakses dana yang dipergunakan. Ketertutupan informasi keuangan yang dilakukan oleh lembaga akan membuat masyarakat ragu untuk melakukan donasi. Sehingga dengan adanya transparansi informasi keuangan dapat meningkatkan niat berdonasi masyarakat.

Penelitian dari Nikmahtul & Darno (2019) dan Rahayu *et al.*, (2019) menyatakan bahwa variabel transparansi informasi keuangan berpengaruh terhadap variabel dependen masing-masing penelitian terdahulu. Disusul oleh penelitian lain milik Muslih (2020), Azizah *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa transparansi informasi keuangan dapat mempengaruhi niat dalam berdonasi. Artinya, apabila transparansi informasi keuangan semakin tinggi maka berdampak pada tingkat niat berdonasi masyarakat yang semakin tinggi.

Keterbukaan informasi keuangan akan dengan mudah menarik masyarakat untuk melakukan donasi pada suatu lembaga. Pengelolaan dana donasi yang transparansi akan meningkatkan minat masyarakat untuk menyalurkan dana donasi tersebut. Sehingga dengan adanya keterbukaan informasi keuangan, menjadikan masyarakat percaya terhadap sebuah lembaga.

H_1 : Transparansi Informasi Keuangan Berpengaruh Terhadap Niat Berdonasi pada Dompot Dhuafa

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Berdonasi

Kepercayaan merupakan bagian dari *theory of planned behavior*. Kepercayaan menjadi salah satu faktor penting dalam keinginan seseorang untuk berdonasi. Menjadi tugas suatu lembaga AMIL zakat untuk dapat memberikan kepercayaan lebih terhadap masyarakat untuk melakukan donasi kepada lembaganya. Dengan adanya kepercayaan pada sebuah lembaga AMIL zakat diharapkan dapat dengan mudah untuk menarik masyarakat dalam berdonasi zakat, sedekah, dan lain-lain.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muslih (2020) menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen masing-masing penelitian terdahulu. Penelitian lain milik Azizah *et al.*, (2021) mengungkapkan bahwa kepercayaan dapat berpengaruh langsung pada niat berdonasi. Artinya semakin tinggi

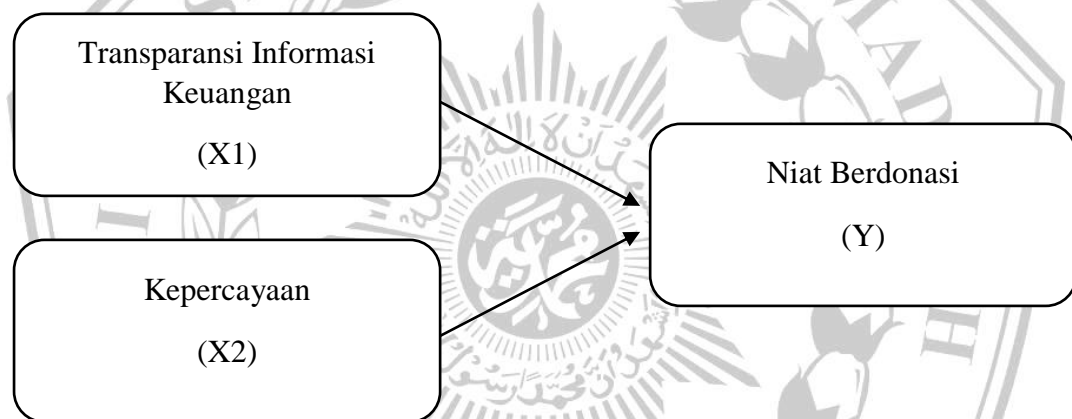
lembaga dalam memberikan kepercayaan terhadap masyarakat, maka niat berdonasi juga akan semakin tinggi.

Kepercayaan seseorang mengenai sesuatu akan berpengaruh terhadap niatnya untuk bertindak. Keinginan untuk melakukan donasi terhadap suatu lembaga bergantung pada kepercayaan masyarakat yang akan melakukan donasi. Sehingga, ketika ada rasa yakin antara calon donator dengan organisasi, maka calon donator bisa dengan sukarela menyumbangkan dananya karena percaya dengan hasil dana yang terkumpul akan disalurkan dengan tepat.

H_2 : Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Niat Berdonasi pada Dompot Dhuafa

D. Model Penelitian

Berdasarkan judul penelitian, maka dapat dirumuskan kerangka berpikir sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 2.1, variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah Transparansi Informasi Keuangan (X_1) dan Kepercayaan (X_2). Sedangkan variabel dependen (Terikat) dalam penelitian ini adalah Niat berdonasi (Y). Sehingga dilakukan penelitian terhadap kedua variabel independen yaitu Transparansi Informasi Keuanga (X_1) dan Kepercayaan (X_2) apakah berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat) Niat Berdonasi (Y) di Dompot Dhuafa secara parsial dan simultan.