

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Di samping itu, kajian penelitian terdahulu membantu peneliti agar dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian (Triono, 2019). Pada bagian ini peneliti berfokus untuk menelaah penelitian terdahulu terkait dengan akuntabilitas, transparansi laporan keuangan serta bagaimana pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan muzakki,

Pengaruh akuntabilitas dibuktikan oleh penelitian (Alicia, 2022) menjelaskan bahwa akuntabilitas berpengaruh terhadap kepuasan muzakki dengan judul pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kepuasan muzakki, pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan analisis menggunakan analisis regresi berganda. Menyatakan akuntabilitas dan transparansi berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki.

Semakin tinggi akuntabilitas suatu lembaga, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan muzakki. Akuntabilitas dapat mempengaruhi kepuasan seseorang untuk membayar zakat. Dalam pelaksanaan akuntabilitas, manajemen diminta memberikan informasi kepada publik. Informasi yang dibutuhkan yaitu berhubungan dengan akuntansi karena didalamnya terdapat laporan keuangan yang menjadi acuan dalam pelaksanaan (Tjiptono, 2012). Dari penjelasan diatas, hal ini dapat berdampak terhadap kepuasan muzakki untuk memilih laporan keuangan yang baik dan juga sejalan dengan teori kepuasan berkaitan dengan bagaimana individu menilai pengalaman mereka terhadap layanan yang mereka gunakan.

Pengaruh akuntabilitas dibuktikan oleh penelitian (Alicia, 2022) menjelaskan bahwa akuntabilitas berpengaruh terhadap kepuasan muzakki dengan judul pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kepuasan muzakki, pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan analisis menggunakan

analisis regresi berganda. Menyatakan akuntabilitas dan transparansi berpengaruh positif terhadap kepuasan muzakki.

Pengaruh transparansi dibuktikan oleh penelitian (Zulfa, 2017) menjelaskan bahwa transparansi berpengaruh terhadap minat muzakki. dikarenakan jika pengelolaan zakat yang transparan dan mudah diakses oleh para muzakki lebih meningkatkan kepuasan muzakki dalam menyalurkan zakat, infaq, shadaqah. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan analisis menggunakan regresi linier berganda. Menyatakan transparansi masing-masing berpengaruh terhadap minat muzakki.

Penelitian tentang akuntabilitas dan transparansi juga dilakukan oleh Bolita & Alim (2021). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif yang menggunakan jenis data primer yang diperoleh dari angket. Variabel yang digunakan peneliti meliputi akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan baik secara persial maupun simultan terhadap keputusan muzakki membayar zakat pada Baznas Sumatera Utara.

Penelitian tentang keputusan muzakki menyalurkan zakat juga dilakukan oleh Tarigan *et al* (2022), penelitian ini menggunakan variabel akuntabilitas, transparansi. Penelitin ini menggunakan penelitin kuantitatif yang menggunakan jenis data primer yang diperoleh dari angket. Sampel penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Dalam penelitian ini memperoleh hasil bahwa akuntabilitas dan transparansi mempengaruhi keputusan muzakki menyalurkan zakat pada Badan Amil Zakat Nasional.

B. Tinjauan Pustaka

1. Teori Keagenan (agency theory)

Istilah agent diartikan sebagai : “a fiduciary relationship by which a party confides to another the management or some business to be transacted in the former’s name or on his account, and by which such other assumes to do the business and render an account of it”. Hal ini berarti bahwa dalam persekutuan (partnership) terdapat dua elemen utama yang untuk mendukung tujuan bisnis yang diinginkan, yaitu dengan adanya dua orang atau lebih yang melaksanakan sesuatu, secara bersama-sama memiliki dan mempunyai tujuan yang sama.

Pihak yang pertama ini dikenal dengan nama pengelola (agent) dan pihak pemilik (principal) (Santoso, 2015:2). Sehingga dapat disimpulkan bahwa agency adalah hubungan antara dua belah pihak dimana pihak agen (pengelola) diberikan kewenangan untuk mengelola suatu organisasi (perusahaan) oleh pihak principal (pemilik). Jensen dan Meckling mendefinisikan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak dimana satu atau lebih pemilik (principal dalam hal ini adalah pemegang saham) mempekerjakan seseorang (agent) untuk melaksanakan pekerjaan untuk kepentingan mereka dengan cara mendelegasikan beberapa kebijakan dalam pengambilan keputusan.

Keagenan sendiri dapat terjadi melalui beberapa cara yaitu, penetapan, perbuatan, ratifikasi atau disebabkan oleh peraturan hukum (Santoso, 2015:37). Pola hubungan keagenan ini saling menguntungkan antara kedua belah pihak dan secara jelas tertera dalam kontrak atau perjanjian bisnis untuk memberikan kewenangan dalam transaksi bisnis selama itu tidak dilarang oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan tetap pekerjaan agen diawasi oleh pihak principal (Ibid:4).

Pihak principal selaku pemilik perusahaan berkewajiban untuk menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh pihak agent yang dalam hal ini dapat berupa dana dan fasilitas yang dibutuhkan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan operasionalnya. Sedangkan agen sebagai pihak

pengelola suatu perusahaan mempunyai kewajiban untuk mengelola sumberdaya yang dimiliki agar dapat memakmurkan perusahaan dan keuntungan pemegang saham dengan adanya peningkatan nilai perusahaan. Agen sebagai pengelola diwajibkan untuk memberikan laporan yang diberikan secara periodik kepada principal tentang usaha yang dikelola agen. principal kemudian akan menilai bagaimana hasil dari kinerja agen melalui laporan keuangan yang digunakan sebagai sarana pertanggungjawaban manajemen kepada pemiliknya (Rahmawati, 20:151).

Teori keagenan menjelaskan mengenai pihak-pihak yang terlibat di dalam perusahaan. Teori ini berfokus pada hubungan antara pemilik perusahaan dengan manajer perusahaan. Pemilik perusahaan diistilahkan sebagai principal sedangkan pihak manajemen yang dipercaya untuk mengelola sumber daya disebut agen, agen sebagai pihak yang mengelola perusahaan dan prinsipal sebagai pihak pemilik keduanya terikat dalam sebuah kontrak. Tujuan dari teori agensi adalah pertama, untuk meningkatkan kemampuan individu (baik prinsipal maupun agen) dalam mengevaluasi lingkungan dimana keputusan harus diambil (The belief revision role). Kedua, untuk mengevaluasi hasil dari keputusan yang telah diambil guna mempermudah pengalokasian hasil antara prinsipal dan agen sesuai dengan kontrak kerja (The performance evaluation role).

2. Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah kewajiban atau tanggung jawab seseorang atau suatu organisasi untuk bertanggungjawab atas tindakan, keputusan, dan hasil dari tindakan tersebut.

Setiana & Yuliani (2017) mengutarakan bahwa akuntabilitas adalah kewajiban pemegang amanah/agent/kepala desa dan aparatnya untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan, dan mengungkapkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawab

kepada pihak pemberi amanah (*principal*) yang memiliki hak dan kewenangan untuk pertanggungjawaban tersebut.

3. Transparansi

Transparansi menurut Rahmat (2017) adalah menyampaikan laporan kepada semua secara terbuka, terkait pengoperasian suatu pengelolaan dengan mengikutsertakan semua unsur sebagai landasan pengambilan keputusan dan proses pelaksanaan kegiatan. Sedangkan menurut Assegaf (2016), transparansi adalah menyampaikan laporan kepada semua secara terbuka, terkait pengoperasian suatu pengelolaan dengan mengikutsertakan semua unsur sebagai landasan pengambilan keputusan dan proses pelaksanaan kegiatan.

Keterbukaan pengurus dalam mengelola keuangan kepada masyarakat dalam mengakses informasi secara menyeluruh dan dapat dipertanggungjawabkan sumber daya yang ditipkan oleh Al-Qur'an dan Al-Hadist (Ismatullah & Kartini, 2018).

4. Kepuasan Muzakki

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya (Kotler, 2004:42).

Menurut Zeithaml dan Bitner sebagaimana dikutip oleh Farida Jasfar dalam bukunya tentang teori dan aplikasi kunci keberhasilan bisnis jasa, kepuasan pelanggan (*customer's Satisfaction*) didefinisikan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut (Farida, 12:19)

Kepuasan adalah menyatakan bahwa perasaan senang yang muncul dari diri seseorang dikarekan kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi (Sasongko, 2021). Sedangkan menurut Maburin (2018) kepuasan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan seseorang. Apabila hasil yang

dirasakan di bawah harapan, konsumen akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas. Namun sebaliknya, bila sesuai dengan harapan, konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan konsumen akan sangat puas.

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Akuntabilitas terhadap Tingkat Kepuasan Muzakki

Lembaga pengelola zakat, infaq, sedekah harus adil dan bertanggungjawab akan segala aktivitas dalam mengelola zakat, infaq, sedekah. Sehingga mendapat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat yang akan menyalurkan zakatnya pada lembaga zakat tersebut. Akuntabilitas adalah upaya atau aktivitas untuk menghasilkan pengungkapan yang benar. Teori atribusi relevan dengan akuntabilitas lembaga zakat, karena pengetahuan muzakki tentang kinerja lembaga zakat, infaq, sedekah merupakan penyebab eksternal yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan muzakki dalam membayar zakat, infaq, sedekah.

Penelitian yang dilakukan oleh Assegaf (2016), menunjukkan hasil bahwa akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat di BAZNAS Kota Makassar. Penelitian oleh Septriani (2011) menunjukkan hasil bahwa akuntabilitas memberikan pengaruh yang positif terhadap pengumpulan dana ZIS pada LAZ di Surabaya. Maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Akuntabilitas (X1) Berpengaruh Positif Terhadap Tingkat Kepuasan Muzakki.

2. Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Tingkat Kepuasan Muzakki

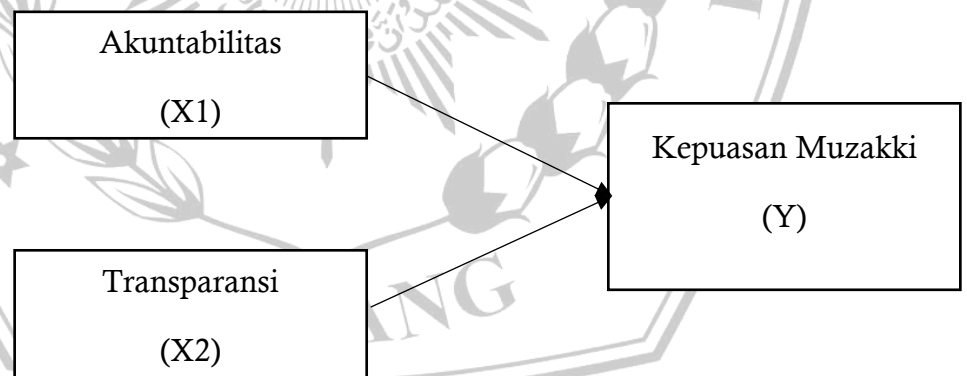
Transparansi dapat menciptakan kepercayaan timbal-balik antara lembaga pengelolaan zakat dan masyarakat melalui penyediaan informasi dan menjamin kemudahan yang akurat dan memadai. Seluruh masyarakat

memiliki kesempatan memperoleh akses informasi yang terkait dengan lembaga pengelolaan zakat, sehingga semakin terbuka suatu lembaga atau perusahaan maka semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga atau perusahaan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Nofitasari (2019) menunjukkan hasil bahwa transparansi laporan keuangan berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama Provinsi Lampung. Kemudian penelitian lainnya juga dilakukan oleh Zulfa (2020) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan dan transparansi berpengaruh signifikan pada minat Muzakki menyalurkan zakat di Laziznu. Maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H2 : Transparansi (X2) Laporan Keuangan Berpengaruh Positif Terhadap Tingkat Kepuasan Muzakki

D. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran