

BAB 2

KAJIAN PUSAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Akuntabilitas yang baik akan meningkatkan kepercayaan Masyarakat terhadap pengelolaan dana. Akuntabilitas lembaga nirlaba mencakup akuntabilitas program dan akuntabilitas keuangan. Akuntabilitas program menjelaskan pertimbangan yang diambil untuk mencapai tujuan. Sedangkan akuntabilitas keuangan, yang berarti tanggung jawab atas pengelolaan dana (Aisyah, 2019). Transparansi mencakup pada informasi yang bebas diakses oleh pihak yang berkepentingan. Informasi harus memadai, mudah diserap dan mudah dipahami. Transparansi juga berarti bahwa informasi yang akurat sehingga pihak yang berkepentingan ikut serta dalam mengawasi kebijakan yang dibuat (Lusiati, 2010).

Jumriani (2021) menjelaskan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Muzaki. Jadi akuntabilitas mempengaruhi kelayakitan seseorang untuk membayar zakat maupun berdonasi. Dengan kata lain, ini menguatkan gagasan bahwa tingkat akuntabilitas dalam pengelolaan dana keagamaan secara langsung berdampak pada tingkat loyalitas donatur. Dengan adanya hubungan antara akuntabilitas dan loyalitas muzaki tidak dapat disebabkan oleh kebetulan semata.

Sama halnya dengan akuntabilitas, transparansi juga akan mempengaruhi Muzaki dalam hal loyalitasnya kepada lembaga pengelola zakat. Dibuktikan dengan penelitian (Yuliafitri dan Khoiriyah, 2016) menguji transparansi terhadap loyalitas donatur. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzaki. Jadi, apabila lembaga zakat menerapkan pengelolaan zakat secara transparan dan mudah diakses oleh Muzaki, itu akan meningkatkan loyalitas Muzaki dalam menyalurkan zakat, infak, maupun sedekah. Hal ini akan membantu membangun kepercayaan yang kuat antara lembaga zakat dan

Muzaki. Kepercayaan yang terjalin secara kuat akan menjadi fondasi utama bagi keberlanjutan dan keberhasilan program. Oleh karena itu, transparansi bukan hanya sekadar aspek administratif, tetapi merupakan kunci strategis dalam membangun hubungan yang berkelanjutan antara lembaga pengelola zakat dan Muzaki.

Kepercayaan adalah faktor penting dalam hubungan antara akuntabilitas, transparansi, dan loyalitas Muzaki. Saat sebuah lembaga mampu mengelola dan mendistribusikan dana dengan baik, Muzaki akan cenderung untuk mempertahankan loyalitasnya dalam memberikan sumbangan dan mendukung program-program yang dilakukan oleh lembaga tersebut. Dalam konteks ini, kepercayaan berperan sebagai penghubung yang penting antara loyalitas, akuntabilitas, dan transparansi Muzaki. Rahayu dkk., (2019) menguji pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kepercayaan muzaki. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa akuntabilitas maupun transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzaki. Artinya, peningkatan dalam akuntabilitas dan transparansi akan berkontribusi pada peningkatan kepercayaan Muzaki terhadap lembaga tersebut.

2.2 Tinjauan Pusaka

2.2.1 Syariah Enterprise Theory

Enterprise Theory merupakan teori yang mengakui tanggung jawab tidak hanya kepada pemilik perusahaan, tetapi juga kepada kelompok pemangku kepentingan yang lebih luas. Menurut teori ini, stakeholder yang dimaksud meliputi Allah, Manusia, dan Alam. Teori ini kemudian dikembangkan lebih lanjut untuk mendekatkannya dengan konsep syariah, sehingga lahirlah teori yang dikenal dengan istilah Syariah Enterprise Theory. Syariah Enterprise Theory adalah teori yang menempatkan Allah sebagai pusat segalanya. Allah adalah pusat tujuan akhir bagi manusia dan alam semesta. Manusia disini hanyalah sebagai wakil-Nya (khalifah Allah di bumi) yang harus mematuhi semua hukum Allah. Ketaatan manusia ditujukan sepenuhnya kepada Allah dengan hati yang tenang. Proses

kembali kepada Allah melibatkan penyatuan diri dengan sesama manusia, alam, dan hukum-hukum yang berlaku di dalamnya (Triyuwono, 2007).

Stakeholder kedua dalam Syariah Enterprise Theory adalah manusia, yang dibagi menjadi dua kelompok: direct-stakeholders dan indirect-stakeholders. Direct-stakeholders adalah pihak-pihak yang secara langsung memberikan kontribusi kepada perusahaan, baik dalam bentuk keuangan maupun non-keuangan. Sedangkan indirect-stakeholders adalah pihak-pihak yang tidak memberikan kontribusi langsung kepada perusahaan, tetapi secara syariah mereka memiliki hak untuk menerima kesejahteraan dari Perusahaan (Triyuwono, 2007).

Stakeholder terakhir dalam Syariah Enterprise Theory adalah alam. Alam berkontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan, sebagaimana Allah dan manusia. Keberadaan fisik perusahaan bergantung pada bumi tempat ia berdiri, memanfaatkan energi yang ada di alam, memproduksi menggunakan bahan baku dari alam, dan menyediakan jasa kepada pihak lain dengan memanfaatkan energi yang tersedia di alam, serta berbagai kontribusi lainnya. Namun, alam tidak memerlukan distribusi kesejahteraan dari perusahaan dalam bentuk uang seperti yang diinginkan oleh manusia. Sebaliknya, alam menghendaki distribusi kesejahteraan berupa kepedulian perusahaan terhadap kelestarian lingkungan, pencegahan pencemaran, dan tindakan-tindakan lain yang mendukung pelestarian alam (Triyuwono, 2007).

Berdasarkan Teori Syariah Enterprise, organisasi yang mengelola zakat bertanggung jawab untuk mengelola dana zakat yang diterima. Mereka harus memperhatikan kepentingan para stakeholder, termasuk Muzaki atau donatur yang telah mempercayakan pengelolaan zakat mereka kepada organisasi tersebut. Oleh karena itu, organisasi pengelola zakat diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan muzakki, sehingga mereka yakin untuk terus menyalurkan zakat melalui organisasi tersebut

2.2.2 Akuntabilitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) akuntabilitas adalah pertanggungjawaban atau peristiwa yang dapat dimintai pertanggungjawaban. Singkatnya merupakan tindakan pertanggungjawaban atas hasil yang dibuat setelah melakukan aktivitas tertentu. Sedangkan menurut Agustin (2019) akuntabilitas adalah kewajiban untuk memberikan pertanggungjawaban dan menerangkan kinerja dan tindakan seseorang/badan hukum/pemimpin suatu organisasi kepada pihak yang memiliki hak atau berkewenangan untuk meminta keterangan atau pertanggungjawaban, meliputi keberhasilan maupun kegagalan pelaksanaan misi instansi yang bersangkutan. Artinya akuntabilitas dapat diartikan sebuah pertanggungjawaban untuk para pengelola perusahaan yang berkewajiban menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya. Akuntabilitas dalam lembaga nirlaba harus dikelola secara benar dan sesuai dengan harapan para pihak yang terkait. Donatur memiliki hak untuk mengetahui segala aktivitas dan kebijakan yang dilakukan oleh lembaga nirlaba.

Akuntabilitas dalam perspektif Islam dalam ilmu akuntansi memiliki cakupan yang lebih luas, tidak hanya dengan hubungan antara agen dan prinsipal. Akuntabilitas ini juga mencakup hubungan dengan masyarakat (pemangku kepentingan), lingkungan (alam), dan Tuhan. Konsep ini sangat terkait dengan pemahaman Islam tentang Tuhan, manusia, dan alam semesta (Triyuwono, 2002). Akuntabilitas kepada Tuhan merupakan bentuk akuntabilitas vertikal, sedangkan akuntabilitas kepada pemangku kepentingan seperti masyarakat dan lingkungan merupakan bentuk akuntabilitas horizontal. Menurut Triyuwono (2002), pemangku kepentingan dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu pemangku kepentingan langsung dan tidak langsung. Pemangku kepentingan langsung adalah pihak yang terlibat langsung dalam bisnis perusahaan, seperti pemegang saham, manajemen, karyawan, dan

pemerintah. Sementara itu, pemangku kepentingan tidak langsung adalah pihak yang tidak terlibat langsung dalam bisnis perusahaan, seperti masyarakat, mustahiq (penerima zakat, infak, dan sedekah), dan lingkungan alam.

2.2.3 Transparansi

Menurut Agustin (2019) transparansi diartikan sebagai keterbukaan dan integritas kepada masyarakat sebagai imbalan bagi masyarakat. Hak atas pengetahuan penuh, terbuka dan lengkap tentang akuntabilitas pemerintah dan kepatuhan hukum atas sumber daya yang dipercayakan. Dalam hal transparansi oleh lembaga nirlaba ialah bagaimana pengelola lembaga nirlaba dapat memberikan informasi keterbukaan terhadap donatur. Transparansi akan berdampak bagi keputusan donatur dalam menyalurkan dananya kepada lembaga nirlaba. Dengan adanya transparansi kepercayaan donatur dengan lembaga nirlaba semakin baik dan meningkatkan motivasi para donatur lainnya.

Menurut Asminar (2017) transparansi adalah mekanisme kontrol yang melibatkan dua entitas, yaitu entitas internal dan eksternal seperti organisasi dalam masyarakat, sebagai upaya untuk menciptakan sistem keterbukaan. Menurut perspektif Islam, transparansi merupakan:

1. Bersifat terbuka, segala macam aktivitas dalam pengelolaan zakat harus terbuka terhadap muzaki, juga meliputi informasi keuangan yang mudah diakses oleh pihak yang memiliki kepentingan dalam mengakses informasi tersebut
2. Informasi yang diberikan mencakup informasi yang akan diberikan, informasi harus diberikan secara jujur dan lengkap
3. Informasi harus diberikan dengan adil terhadap segala pihak yang membutuhkan informasi tersebut.

Transparansi menuntut adanya pertanggungjawaban terbuka, akses yang mudah terhadap laporan keuangan, serta publikasi laporan tersebut.

Masyarakat memiliki hak untuk mengetahui hasil audit dan informasi kinerja lembaga (Istikhomah dan Asrori, 2019) . Menurut KK.SAP (2005), transparansi adalah pemberian informasi kepada masyarakat dengan alasan bahwa mereka berhak mengetahui aliran dana yang telah dibayarkan sebagai bentuk pertanggungjawaban. Hal ini juga berlaku untuk lembaga amil zakat, infak, dan sedekah yang bertanggung jawab mengelola dana zakat. Lembaga ini harus memberikan informasi keuangan dan pengelolaannya kepada para muzakki dan mustahik, karena mereka berhak mengetahui sebagai bentuk pertanggungjawaban lembaga amil zakat. UU No. 23 Tahun (2011) juga mengharuskan lembaga amil zakat untuk transparan dalam laporan keuangan guna meningkatkan kepercayaan dari para muzakki.

2.2.4 Loyalitas

Pengertian loyal secara harfiah adalah setia. Loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan. Kesetiaan tersebut diambil tanpa adanya paksaan, timbul dari kesadaran diri sendiri dimasa lampau. Loyalitas merupakan derajat seseorang dalam menunjukkan perilaku berulang dari penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan penggunaan penyedia jasa pada saat membutuhkan jasa tersebut (Jumriani, 2021).

Konsumen yang loyal bukan hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga yang mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa (Sutomo, dkk 2015) . Ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan loyalitas, di antaranya:

1. Faktor Kualitas Pelayanan

Lima dimensi kualitas pelayanan adalah: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Bagi lembaga amil zakat (LAZ), kualitas pelayanan menjadi pertimbangan penting bagi muzakki dalam menyalurkan dana mereka. Kemudahan dalam menyalurkan dana adalah aspek penting bagi para muzakki. Semakin

baik pelayanan yang diberikan kepada donatur, semakin positif tanggapan para muzakki dalam menyalurkan dana mereka ke lembaga zakat.

2. Faktor Produk

Beberapa perusahaan memberikan nilai unggul melalui kemudahan dan harga rendah, sementara yang lain memanjakan pelanggan dengan membuat produk yang memenuhi kebutuhan khusus pasar. Hal ini menghasilkan kesetiaan dan preferensi pelanggan yang kuat. Bagi LAZ, produk yang diciptakan untuk kepuasan muzakki adalah program pendayagunaan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Muzakki yang lebih rasional dalam berdonasi akan memperhatikan keinginan dan ketertarikan mereka terhadap program yang ditawarkan dan dijalankan oleh lembaga amil zakat.

3. Faktor Kepercayaan

Dimensi kepercayaan terhadap suatu produk, karyawan, atau penyedia jasa meliputi:

- a. Kredibilitas: kepercayaan terhadap penyedia jasa.
- b. Kompetensi: keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang diharapkan.
- c. Kesopanan: sikap atau moral para penyedia jasa terhadap pemakai.

4. Faktor Nilai Religius

Dalam pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS), aspek religius sangat menentukan loyalitas para muzakki. Indikator dari faktor religius meliputi prinsip-prinsip lembaga amil zakat. Para amil dituntut memiliki beberapa persyaratan moralitas seperti:

- a. Amanah: dana ZIS merupakan amanah dari umat yang harus disalurkan kepada mustahik.
- b. Sidiq: semua tindakan amil harus benar, baik dalam menghimpun, mendistribusikan dana ZIS, maupun dalam melayani muzakki.
- c. Bertanggung jawab: amil harus memberikan pertanggungjawaban terhadap dana ZIS yang diamanahkan oleh muzakki.

- d. Adil: amil harus adil dalam memberikan akses informasi dan bantuan kepada seluruh mustahik.
- e. Kasih: amil harus memiliki rasa kasih terhadap mustahik sehingga memberikan ketenangan batin kepada mereka.
- f. Gemar menolong: nilai Islam yang mengajarkan muzakki untuk menyalurkan dana ke amil untuk didistribusikan kepada kaum dhuafa.
- g. Tabah: amil harus kuat menghadapi berbagai masalah kaum miskin.

Menurut Puspitasari dan Darma (2019) salah satu ciri loyalitas Muzaki terhadap lembaga pengelola zakat adalah dengan melakukan pembayaran kepada lembaga pengelola zakat atau melalui organisasi resmi pengelola zakat yang dilakukan secara terus menerus, sehingga pembuatan rencana yang strategis guna mendapatkan citra yang baik dari sisi pengelolaan maupun pelayanan perlu dilakukan oleh lembaga amil zakat.

2.2.5 Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa perilaku orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan keyakinan yang dimiliki mereka. Kepercayaan juga dapat menjadi dasar suatu hubungan. Kepercayaan tidak hanya diberikan begitu saja oleh pihak lain, tetapi harus dibangun dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan berkembang dari suatu proses yang berlangsung secara bertahap dan terakumulasi menjadi bentuk kepercayaan. Dengan kata lain, kepercayaan merupakan keyakinan kita terhadap keberadaan atribut tertentu dalam suatu produk. Keyakinan ini timbul dari persepsi yang berulang, pembelajaran, dan pengalaman (Amir, 2005).

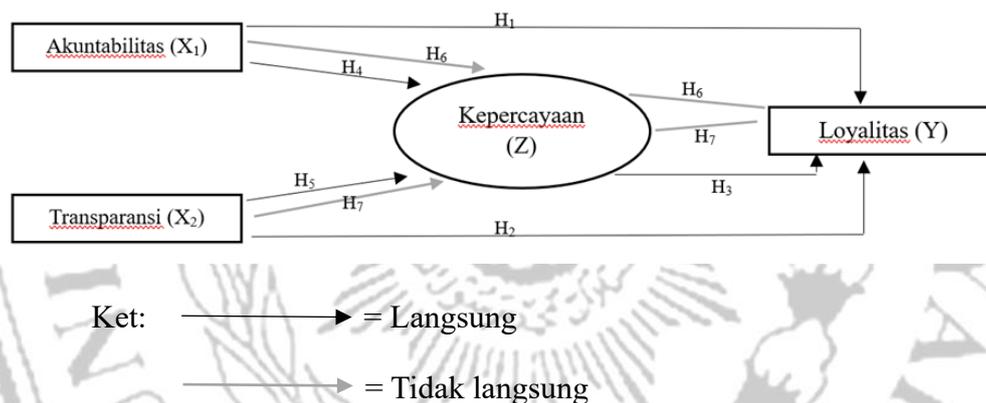
Membangun kepercayaan pada orang lain adalah tugas yang tidak mudah. Kepercayaan terbentuk melalui serangkaian perilaku antara pihak yang memberikan kepercayaan dan pihak yang dipercayakan. Kepercayaan timbul dari pengalaman bersama antara kedua belah pihak

yang sebelumnya telah bekerja atau berkolaborasi dalam suatu kegiatan atau organisasi. Pengalaman ini menciptakan kesan positif di antara mereka, memperkuat rasa saling percaya, dan mencegah tindakan pengkhianatan yang dapat merusak komitmen (Kirana dan Moordiningih, 2010).

2.3 Kerangka Penelitian

Pada penelitian ini mencoba menguji pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepercayaan Muzaki sebagai variabel intervening. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka kerangka penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Muzaki

Menurut (Mardiasmo dalam Kabib *dkk.*, 2021), akuntabilitas adalah kewajiban pihak pemegang amanah untuk memberikan pertanggung jawaban, menyajikan, melaporkan, dan mengungkapkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggungjawabnya kepada pihak pemberi amanah yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggung jawaban tersebut.

Loyalitas secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas produk, baik barang maupun jasa tertentu yang merupakan manifestasi dan

kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut (Theresia dan filisia, 2011).

Faktor pertama yang akan diuji adalah pengaruh akuntabilitas terhadap loyalitas. Akuntabilitas dalam hal ini pertanggungjawaban lembaga amil zakat terhadap dana yang diberikan muzakki kepada lembaga amil zakat tersebut. Amil bertanggung jawab kepada muzakki terhadap dana yang diberikan, apakah dana zakat tersebut benar-benar tersalurkan atau sampai kepada orang yang berhak menerima zakat. Pertanggungjawaban yang diberikan amil yang kepada muzakki, salah satunya berupa memberi informasi ke muzaki tentang kegiatan apa saja yang mau dijalankan dan sudah dijalankan oleh lembaga. Sehingga diharapkan muzaki yang sudah menyalurkan dana zakatnya percaya dan yakin, bahwa lembaga amil tersebut benar-benar akuntabel. Sehingga muzaki setiap akan menyalurkan dana zakatnya tidak akan mencari atau berpindah ke lembaga amil zakat yang lain. Dari loyalitas ini bisa terlihat dari kualitas lembaga amil zakat tersebut.

Loyalitas muncul karena adanya kepercayaan terhadap lembaga tersebut. Dengan demikian semakin tinggi akuntabilitas dari lembaga tersebut maka akan meningkatkan kelayalitan seseorang. Akuntabilitas menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Muzakki. Akuntabilitas secara jelas dapat membangun kepercayaan Muzakki terhadap organisasi. Terciptanya akuntabilitas melalui kepatuhan terhadap ketentuan-ketentuan yang berlaku. Adanya keterbukaan organisasi melalui akuntabilitasnya menciptakan dasar kepercayaan yang kuat, sehingga Muzakki cenderung mempertahankan keterlibatan dan dukungannya terhadap organisasi tersebut (Jumriani, 2021).

Akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki. Ini mencerminkan bahwa muzakki sangat memperhatikan tingkat akuntabilitas dari organisasi yang mereka pilih. Keberadaan

akuntabilitas dalam organisasi akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi tersebut, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penghimpunan dan penyaluran dana zakat dengan lebih efektif. Secara konseptual, kualitas akuntabilitas dapat memberikan dampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki terhadap organisasi tersebut (Meinanda dan Muchtasib 2022).

Tingkat akuntabilitas yang tinggi menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi, membuka ruang bagi keterlibatan yang lebih kuat dan dukungan yang berkelanjutan dari muzakki. Adanya keterbukaan dan kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku menjadi landasan kuat untuk membangun hubungan yang solid dengan muzakki. Oleh karena itu, dalam konteks pengelolaan dana, peningkatan akuntabilitas bukan hanya memperkuat kepercayaan muzakki, tetapi juga mendukung efisiensi dalam penghimpunan dan penyaluran dana.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: **H₁ : Akuntabilitas berpengaruh terhadap loyalitas Muzaki**

2.4.2 Pengaruh Transparansi Terhadap Loyalitas Muzaki

Transparansi merupakan ketersediaan informasi yang bersifat terbuka jujur kepada masyarakat berdasarkan pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggungjawaban pemerintah dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayakan kepadanya dan ketaatannya pada peraturan perundang-undangan (KK SAP, 2005). Transparansi dimaknai sebagai kewajiban penyajian pelaporan dengan transparan tidak ada yang ditutupi. Hal tersebut menjadi unsur dasar diambilnya keputusan dan dilaksanakannya aktivitas tersebut (Habib dalam Kabib *dkkl.*, 2021).

Loyalitas adalah kesetiaan muzakki terhadap lembaga amil zakat. Dimana muzakki percaya penuh terhadap lembaga amil zakat terhadap dana yang diberikan. Muzaki yakin dana zakat yang diberikan kepada amil

benar-benar diberikan kepada pihak yang berhak menerima zakat. Transparansi informasi tersebut sangat diperlukan bagi pihak pengelola zakat maupun bagi si pemberi zakat (muzakki).

Faktor kedua yang akan diuji adalah pengaruh transparansi terhadap loyalitas. Transparansi Badan amil zakat merupakan suatu usaha badan amil zakat untuk meyakinkan para muzaki bahwasanya lembaga amil zakat tersebut benar-benar transparan dalam memberikan informasi kepada pihak yang berkepentingan atau pihak yang membutuhkan informasi tersebut. Dalam hal ini pihak yang berkepentingan untuk mendapatkan informasi yakni muzakki itu sendiri. Dengan adanya penerapan transparansi yang dilakukan oleh badan amil zakat, diharapkan muzakki percaya terhadap badan amil zakat tersebut.

Transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki. Hal ini menunjukkan transparansi bukan hanya sekedar praktik tetapi juga kunci dalam membentuk kesetiaan muzakki. Dengan memberikan akses yang jelas dan terbuka terhadap informasi yang ada, transparansi menciptakan pemahaman dan keyakinan bahwa dana disalurkan dan diurus dengan baik. Transparansi tidak hanya menjadi faktor penentu keputusan muzakki, tetapi juga fondasi kuat dalam membangun hubungan jangka panjang yang didasarkan pada kepercayaan dan loyalitas (Muhamad dkk., 2023).

Transparansi berpengaruh positif terhadap loyalitas Muzakki. Artinya semakin tinggi tingkat transparansi lembaga amil zakat, semakin besar kepercayaan yang diberikan muzakki, yang pada gilirannya akan menciptakan loyalitas yang lebih kuat. Dengan memperjelas informasi terkait pengelolaan dana zakat, transparansi memberikan keyakinan kepada muzakki bahwa kontribusinya dihargai dan digunakan secara bertanggung jawab, menjadikan mereka lebih cenderung untuk mempertahankan keterlibatan dan dukungan mereka terhadap lembaga amil zakat tersebut (Yuliafitri dan Khoiriyah, 2016).

Transparansi bukan sekadar praktik pelaporan, melainkan suatu kewajiban yang mengharuskan lembaga amil zakat untuk menyajikan informasi dengan jelas dan terbuka. Transparansi tidak hanya memengaruhi signifikan loyalitas muzakki, tetapi juga menjadi kunci utama dalam membentuk kesetiaan mereka. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat transparansi pada organisasi, semakin kuat kepercayaan dan loyalitas yang dihasilkan dari muzakki, membentuk dasar yang solid untuk hubungan yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: **H₂ : Transparansi berpengaruh terhadap loyalitas Muzaki**

2.4.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Muzaki

Kepercayaan dalam hal ini yaitu muzaki percaya dan yakin terhadap amil zakat. Muzaki percaya penuh bahwa lembaga amil zakat tersebut amanah dalam menyalurkan dana zakatnya. Muzaki yakin dan tersebut diberikan atau dan disalurkan kepada orang-orang yang berhak menerima zakat. Dengan adanya rasa percaya yang diberikan muzaki kepada lembaga amil zakat diharapkan muzakki bersikap loyal kepada lembaga amil zakat tersebut. Muzaki tetap setia menyalurkan dana zakatnya kepada lembaga amil zakat tersebut dengan bukti data muzaki dalam menyalurkan dana zakatnya masuk dalam daftar data donator zakat dari tahun ke tahun data atau identitas tersebut ada. Kepercayaan didasarkan pada harapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memercayainya. Dengan demikian kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan dalam usaha jasa merupakan hal yang penting, terutama pada jasa yang memiliki interaksi yang tinggi dengan konsumen. Tanpa rasa percaya konsumen akan kinerja jasa perusahaan maka sulit bagi perusahaan untuk memiliki konsumen yang memiliki komitmen mendalam dengan Perusahaan (Arifah, 2019).

Kepercayaan muzakki memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki. Ini menegaskan bahwa kepercayaan adalah kunci dalam membangun loyalitas, karena tingkat kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan kesetiaan muzaki terhadap pengelola zakat. Kepercayaan dalam administrasi zakat menjadi elemen yang sangat penting yang harus dimiliki oleh pengelola, dan menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh muzaki dalam memilih layanan. Pengelola zakat yang kurang dapat dipercaya tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang dan akan kehilangan dukungan dari muzaki (Nurkhin, 2019).

Kepercayaan muzaki berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki. Artinya jika variabel kepercayaan ditingkatkan maka loyalitas muzakki akan meningkat signifikan, demikian sebaliknya. Kepercayaan menjadi penting terletak pada kemampuannya untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan dengan lembaga terkait, serta meningkatkan kesetiaan muzaki terhadap lembaga tersebut (Abid dan Muljaningsih, 2023).

Kepercayaan merupakan fondasi utama dalam hubungan antarindividu, di mana individu mengandalkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi mereka. Ini mencerminkan kemauan individu untuk bergantung pada orang lain dengan keyakinan yang kuat. Dalam konteks usaha jasa, kepercayaan memainkan peran yang sangat penting, terutama pada jasa yang melibatkan interaksi tinggi dengan konsumen. Kehilangan kepercayaan konsumen terhadap kinerja perusahaan dapat mengancam komitmen konsumen terhadap perusahaan tersebut. Oleh karena itu, kepercayaan memegang peranan yang penting dalam mempertahankan hubungan yang berkelanjutan dengan pihak terkait, serta meningkatkan kesetiaan muzakki terhadap lembaga pengelola zakat yang bersangkutan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: **H₃ : Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas Muzaki**

2.4.4 Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Muzaki

Penerapan prinsip akuntabilitas merupakan bagian dari penerapan good corporate governance yang dapat mencegah praktik pengungkapan laporan keuangan perusahaan kepada pemegang saham dan pihak lain yang berkepentingan secara tidak transparan. Akuntabilitas lembaga pengelola zakat ditujukan untuk membangun kepercayaan muzakki dan Masyarakat luas secara umum. Kepercayaan yang tinggi akan mendorong partisipasi muzakki yang lebih tinggi pula dalam membayar zakat (Nugraha, 2019).

Akuntabilitas publik merupakan suatu kewajiban dari lembaga pengelola zakat yaitu dengan memberikan laporan secara rutin kepada masyarakat termasuk muzakki (Muhammad, 2006). Laporan ini menjadi strategi dalam rangka meningkatkan akuntabilitas dan transparansi kepada muzakki dan utamanya kepada Tuhan sehingga akan menimbulkan kepercayaan kepada muzakki (Nikmatuniayah, 2015).

Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Sehingga akuntabilitas harus diutamakan karena dapat mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat, dan pengaruh akuntabilitas terhadap tingkat kepercayaan muzakki dapat dilihat dari bagaimana muzakki berkesinambungan dalam membayar zakat kepada mustahiq (Rahayu dkk., 2019). Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan muzakki Ini berarti sekalipun lembaga telah menerapkan prinsip akuntabilitas, namun hal tersebut tidak membuat muzakki serta memberikan komitmen mereka untuk kembali berzakat di tempat yang sama di periode berikutnya (Nugraha, 2019).

Penerapan prinsip akuntabilitas dalam good corporate governance penting untuk mencegah praktik pengungkapan laporan keuangan secara

tidak transparan kepada pemegang saham dan pihak lain yang berkepentingan. Akuntabilitas lembaga pengelola zakat bertujuan untuk membangun kepercayaan muzakki dan masyarakat secara umum, karena kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan partisipasi muzakki dalam membayar zakat. Dengan demikian, akuntabilitas harus diprioritaskan karena berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki, yang tercermin dalam kesinambungan mereka dalam membayar zakat kepada mustahiq, meskipun hal tersebut tidak menjamin komitmen muzakki untuk kembali berzakat di tempat yang sama di masa mendatang.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: **H₄ : Akuntabilitas berpengaruh terhadap kepercayaan Muzaki**

2.4.5 Pengaruh Transparansi Terhadap Kepercayaan Muzaki

Transparansi lembaga pengelolaan zakat bertujuan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan terhadap lembaga pengelolaan zakat, bahwa lembaga tersebut dipandang bersih, berwibawa dan profesional (Nugraha, 2019). Transparansi dibangun atas dasar kebebasan memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Artinya, informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik secara langsung dapat diperoleh oleh mereka yang membutuhkan. Transparansi mengisyaratkan bahwa laporan tahunan tidak hanya dibuat tetapi juga terbuka dan dapat diakses oleh masyarakat (Nurhayati, dkk. 2014).

Komitmen dari muzaki untuk terus menyumbangkan dana kepada lembaga terkait adalah hasil dari kepercayaan yang tumbuh. Transparansi menandakan tingkat keterbukaan sebuah lembaga dalam menyediakan informasi mengenai pengelolaan sumber daya kepada pihak yang memerlukan informasi tersebut (Mardiasmo, 2006). Keterbukaan informasi merupakan modal bagi organisasi atau lembaga untuk meraih kepercayaan (Asminar, 2017). Sehingga semakin transparan suatu lembaga

maka akan semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat akan lembaga tersebut.

Transparansi berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. Hal ini berarti transparansi pengelolaan dana zakat BAZNAS Provinsi Riau dinilai baik oleh responden karena informasi tentang pengelolaan dana zakat diberikan secara jelas dan akurat serta laporan penghimpunan dan distribusi yang dipublikasikan secara terbuka melalui media cetak dan media sosial. Dengan transparansi ini, muzakki akan mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh pengelolaan dana zakat (Rapindo dkk., 2021).

Transparansi berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Menunjukkan bahwa transparansi pada lembaga amil zakat memiliki pengaruh yang positif terhadap Tingkat kepercayaan muzakki. Semakin transparan lembaga amil zakat dompet amanah umat dalam mengelola keuangan dan zakat, maka muzakki semakin yakin untuk memberikan dananya yang kemudian disalurkan kepada mustahiq (Junjuran, 2020).

Komitmen muzaki dalam menyumbangkan dana kepada lembaga terkait dipengaruhi oleh tumbuhnya kepercayaan. Ini diperkuat oleh fakta bahwa tingkat transparansi sebuah lembaga mencerminkan tingkat keterbukaan dalam menyediakan informasi tentang pengelolaan sumber daya. Dengan adanya transparansi ini, muzakki dapat memahami kegiatan yang dilakukan dalam pengelolaan dana zakat. Semakin transparan sebuah lembaga dalam mengelola keuangan dan zakat, semakin yakin muzakki untuk menyumbangkan dananya yang kemudian disalurkan kepada mustahiq.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: **H₅ : Transparansi berpengaruh terhadap kepercayaan Muzaki**

2.4.6 Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Dengan Kepercayaan Muzaki sebagai Variabel Mediasi

Minat muzaki untuk berpartisipasi dalam kegiatan bersedekah atau membayar zakat dapat dipengaruhi oleh tingkat akuntabilitas. Faktor ini memiliki potensi untuk mempengaruhi konsistensi muzaki dalam melakukan pembayaran (Rahayu dkk., 2019). Kemudahan akses yang diberikan pada muzaki dalam mengakses laporan keuangan dapat meningkatkan kepercayaan muzaki dalam menyerahkan dananya pada lembaga pengelola, sehingga mengungkapkan segala aktivitas serta kegiatan operasional secara rutin kepada pihak pemberi Amanah sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap muzaki dapat semakin meningkatkan kepercayaan (Amalia and Widiastuti, 2020).

Akuntabilitas berpengaruh terhadap loyalitas muzakki dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Kepercayaan memiliki peran penting sebagai mediator dalam hubungan antara akuntabilitas dan loyalitas muzakki. Artinya, kepercayaan secara signifikan memengaruhi hubungan antara akuntabilitas dan loyalitas muzakki, menegaskan bahwa faktor kepercayaan memainkan peran yang signifikan dalam memediasi pengaruh akuntabilitas terhadap loyalitas muzakki (Maftachul Ningrum, 2022).

Akuntabilitas dalam lembaga atau badan pengelolaan zakat secara umum ditujukan untuk menciptakan hingga menumbuhkan kepercayaan muzakki serta masyarakat luas. Adanya kepercayaan yang tinggi dalam diri muzakki maka akan mendorong muzakki untuk berpartisipasi lebih banyak dalam menyalurkan zakat. Menurut penelitian Jumriani (2021) bahwa secara simultan akuntabilitas, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas muzakki.

Tingkat akuntabilitas yang tinggi oleh pengelola zakat menciptakan persepsi positif di kalangan muzaki. Ini bisa menghasilkan peningkatan kepercayaan bahwa organisasi akan mengelola dana zakat dengan baik.

Transparansi yang baik menguatkan kepercayaan para pemberi zakat karena mereka memiliki akses yang jelas dan lengkap ke informasi tentang bagaimana dana zakat digunakan. Transparansi yang baik juga dapat memperkuat persepsi positif terkait akuntabilitas. Sementara itu tingkat kepercayaan yang tinggi pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan para pemberi zakat untuk membayar zakat (Istikhomah, 2019). Dengan demikian, kepercayaan berfungsi sebagai perantara antara akuntabilitas dan transparansi terhadap keputusan membayar zakat. Dalam konteks pembayaran zakat, kepercayaan memiliki fungsi sebagai intervening, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Maftachul Ningrum (2022)

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: **H₆ : Akuntabilitas berpengaruh terhadap loyalitas dengan kepercayaan Muzaki sebagai variabel intervening**

2.4.7 Pengaruh Transparansi Terhadap Loyalitas Dengan Kepercayaan Muzaki sebagai Variabel Mediasi

Pentingnya informasi yang terkait dengan lembaga pengelolaan zakat menandakan prinsip transparansi dalam pengelolaan zakat sebagai bentuk keterbukaan. Hal ini sangat penting dalam pelaksanaan Amanah dalam mengelola dana umat (Yuliafitri dan Khoiriyah, 2016). Peningkatan kepercayaan yang timbul akibat kejujuran dapat menggerakkan peningkatan dalam penerimaan, sehingga dana yang terkumpul dapat dialokasikan secara efektif kepada mustahik (Asminar, 2017).

Transparansi suatu lembaga pengelolaan zakat bertujuan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan terhadap pengelolaan zakat, bahwa lembaga tersebut dapat dipandang bersih, berwibawa dan professional (Nugraha, 2019). Sehingga dengan adanya informasi yang disampaikan harus lengkap, benar dan tepat waktu kepada semua pihak sehingga transparansi, jadi membuat masyarakat tidak akan kehilangan kepercayaan kepada lembaga pengelolaan zakat.

Transparansi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas, dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dapat memediasi hubungan antara tingkat transparansi dengan loyalitas muzakki. Dengan demikian, kepercayaan menjadi penghubung yang penting dalam memperkuat hubungan antara transparansi dan loyalitas muzakki, yang mengindikasikan pentingnya kepercayaan sebagai faktor mediator dalam memperkuat keterikatan muzakki terhadap lembaga atau program zakat (Rahayu, 2022).

Dalam hal meningkatkan loyalitas muzaki, lembaga pengelola zakat harus fokus pada peningkatan transparansi. Hal ini akan membangun kepercayaan muzaki, yang kemudian akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap lembaga tersebut. Transparansi yang tinggi dalam pelaporan dan komunikasi dengan muzaki menciptakan rasa aman dan kepercayaan yang kuat, yang sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas muzaki. Dengan demikian, kepercayaan menjadi penghubung yang penting dalam memperkuat hubungan antara transparansi dan loyalitas muzaki, mengindikasikan pentingnya kepercayaan sebagai faktor mediator dalam memperkuat keterikatan muzaki terhadap lembaga atau program zakat.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: **H₇ : Transparansi berpengaruh terhadap loyalitas dengan kepercayaan Muzaki sebagai variabel intervening**