

**PENGARUH TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS
TERHADAP KEPERCAYAAN DONATUR WAKAF MELALUI
CROWDFUNDING**

***THE EFFECT OF TRANSPARENCY AND ACCOUNTABILITY
ON THE TRUST OF WAQF DONORS THROUGH
CROWDFUNDING***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



ACC Sidang Munaqosah

Martini Dwi P., SHI., MSI

Oleh :

Ahmad Nadlir Habibul Afid

17423086

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Nadlir Habibul Afid
Nim : 17423086
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Donatur Wakaf Melalui *Crowdfunding*.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 3 Oktober 2022



Ahmad Nadlir Habibul Afid

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Ahmad Nadlir Habibul Afid
NIM : 17423086
Judul Skripsi : Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas
Terhadap Kepercayaan Donatur Wakaf
Melalui *Crowdfunding*.

menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 3 Oktober 2022



Martini Dwi Pusparini SHI.,MSI

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fia@uii.ac.id
W. fia.uii.ac.id

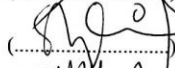
PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 11 Januari 2023
Judul Skripsi : Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas terhadap Kepercayaan Donatur Wakaf melalui Crowdfunding
Disusun oleh : AHMAD NADLIR HABIBUL AFID
Nomor Mahasiswa : 17423086

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

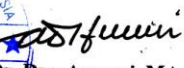
TIM PENGUJI:

| | | |
|------------|---|---|
| Ketua | : Muhammad Iqbal, SEI, MSI | () |
| Penguji I | : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. | () |
| Penguji II | : Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA | () |
| Pembimbing | : Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I. | () |

Yogyakarta, 20 Januari 2023

Dekan,




Dr. Drs. Asmuni, MA

NOTA DINAS

Yogyakarta, 4 Juli 2022 M

29 Safar 1443 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 477/Dek/60/DAATI/FIAI/IV/2022 tanggal surat : 26 April 2022 M, 25 Ramadan 1443 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Ahmad Nadlir Habibul Afid
NIM : 17423086
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Donatur Wakaf Melalui *Crowdfunding*.

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Oktober 2022

Dosen Pembimbing



Martini Dwi Pusparini SHI.,MSI

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karuni-Nya, shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Bersyukur atas kenikmatan dan kelancaran yang diberikan Allah SWT atas izin ridho-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua yaitu bapak Sukiyanto dan ibu Sri Dami yang telah memberikan bantuan dan semangat hingga dititik saat ini. Berkat jerih payah usahanya dapat mengantarkan saya sampai saat ini. Kakak dan adik-adik penulis yaitu Mohammad Bagus Hendra Wijaya, Silvia Dyah Puspita, Bagus Ryan Kusuma Wardana, Muhammad Valentino Jaya Andika, Muhammad Isryad Asyadullah dan Najwa Azalia Qolbi yang selalu menjadi sumber kekuatan, memberikan doa dan memberikan semangat tiada hentinya.

Ucapan terimakasih kepada sahabat sekaligus teman terdekat, teman seperjuangan, teman seperbimbingan dan pihak lainnya yang tidak dibisa penulis sebutkan satu persatu atas bantuan yang telah diberikan. Bantuan mereka baik dalam hal memberikan semangat, motivasi, sebagai tempat mencurahkan hati dan lain sebagainya kepada penulis sehingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih kepada dosen Fakultas Ilmu Agama Islam dan khususnya kepada dosen pembimbing penulis yaitu ibu Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I. yang telah membagikan ilmu, membimbing kepada penulis. Semoga penulis dapat mengamalkan ilmu yang telah dibagikan dengan baik.

MOTTO

Barang siapa yang membebaskan seorang mukmin dari suatu kesulitan di dunia, maka kelak Allah akan membebaskannya dari suatu kesulitan pada hari kiamat.

(HR. Muslim)

Maka barangsiapa mengerjakan kebaikan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.

(Surah Az-Zalzalah ayat 7)

Dan tolong-menolonglah kamu dalam kebajikan, takwa, dan jangan tolong-menolong dalam perbuatan dosa dan pelanggaran.

(Q.S Al-Maidah: 2)

ABSTRAK

PENGARUH TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS TERHADAP KEPERCAYAAN DONATUR WAKAF MELALUI *CROWDFUNDING*

AHMAD NADLIR HABIBUL AFID

17423086

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Donatur Wakaf Melalui *Crowdfunding*. Sebagai contoh kasus dugaan korupsi Bantuan Tak Terduga (BTT) bencana alam Pemerintahan Kabupaten Pelalawan. Dari total kerugian negara Rp 2,4 miliar, baru Rp 700 juta yang diterima jaksa (Korupsi dana bantuan bencana, baru Rp 700 juta yang dikembalikan dari Rp 2,4 M | merdeka.com), donasi yang seharusnya digunakan untuk membantu masyarakat yang terdampak bencana tapi disalahgunakan para oknum, sehingga menimbulkan masyarakat enggan berdonasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Aktif Universitas Islam Indonesia yang pernah berdonasi dana *crowdfunding* di lembaga manapun. Sampel dalam penelitian ini menghasilkan 100 responden. Teknik pemilihan sampel menggunakan purposive sampling kemudian menggunakan rumus Slovin. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas mampu mempengaruhi secara signifikan dan positif pada tingkat kepercayaan donatur.

Kata Kunci : Transparansi, Akuntabilitas dan Kepercayaan

ABSTRACT

THE EFFECT OF TRANSPARENCY AND ACCOUNTABILITY ON THE TRUST OF WAQF DONORS THROUGH CROWDFUNDING

AHMAD NADLIR HABIBUL AFID

17423086

This study aims to analyze transparency and accountability towards the trust of waqf donors through crowdfunding. For example, the alleged corruption case for Unexpected Assistance (BTT) for the natural disaster of the Pelalawan Regency Government. Of the total state losses of Rp. 2.4 billion, only Rp. 700 million was received by the prosecutor (Corruption of disaster relief funds, only Rp. 700 million was returned from Rp. 2.4 billion | merdeka.com), donations that should have been used to help affected communities disaster but misused by unscrupulous people, causing people to be reluctant to donate. The population in this study were active students at the Islamic University of Indonesia who had donated crowdfunding funds to any institution. The sample in this study produced 100 respondents. The sample selection technique used purposive sampling and then used the Slovin formula. The data analysis method in this study uses multiple linear regression. The research results obtained show that transparency and accountability can significantly and positively affect the level of donor trust

Keywords : : Transparency, Accountability and Trust

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

1. Konsonan

Dibawah in daftar huruf arab dan transliterasinya dangan huruf latin

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf latin | Nama |
|------------|------|--------------------|-----------------------------------|
| ا | Alif | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Şa | ş | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ĥa | ĥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |

| | | | |
|----|------|----|------------------------------------|
| د | Dal | D | De |
| ذ | Ḍal | Ḍ | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | Ṣad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Ẓa | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ‘ain | ‘ | koma terbalik (di atas) |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| هـ | Ha | H | Ha |

| | | | |
|---|--------|---|----------|
| ء | Hamzah | ' | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

2. Vokal

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2 Vokal Tunggal

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------|-------------|------|
| ◌َ | Fathah | A | A |
| ◌ِ | Kasrah | I | I |
| ◌ُ | Dhammah | U | U |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tabel 0.3 Vokal Rangkap

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|----------|----------------|-------------|---------|
| ◌َ ي ... | fathah dan ya | Ai | a dan i |
| ◌ُ و ... | fathah dan wau | Au | a dan u |

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala



3. Maddah

Tabel 0.4 Maddah

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|------------------|-------------------------|-----------------|---------------------|
| ا...ى ... | fathah dan alif atau ya | A | a dan garis di atas |
| ى... | kasrah dan ya | I | i dan garis di atas |
| و... | Hammah dan wau | U | u dan garis di atas |

Contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta'marbutah

- a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

- b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

- c. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-atfāl

- raudatul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةُ - talhah

5. Syaddah

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرَّ - al-birr

الْحَجَّ - al-hajj

نُعْمَ - nu''ima

6. Kata Sandang

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

الْقَلَمُ - al-qalamu

الْبَدِيعُ - al-badī'u

الْجَلَالُ - al-jalālu

Hamzah

Contoh:

تَأْخُذُونَ - ta'khuḏūna

النَّوْءُ - an-nau'

سَيِّئٌ - syai'un

إِنَّ - inna

أَمِرْتُ - umirtu

أَكَلَا - akala

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmūl-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursahā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti

سَبِيلًا manistatā’a ilaihi sabīla

Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’a

ilaihi sabīlā

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ Wa mā Muhammadun illā rasl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا Inna awwala baitin wudi’a linnāsi lallażi
bibakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ Syahru Ramadān al-lażi unzila fih al-
Qur’ānu

Syahru Ramadān al-lażi unzila fihil

Qur’ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ Wa laqad ra’āhu bil-ufuq al-mubīn

Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ Nasrun minallāhi wa fathun qarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ Wallāha bikulli syai'in 'alīm

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Donatur Wakaf Melalui *Crowdfunding*”. Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman serta petunjuk di setiap kehidupan manusia.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak baik berupa nasehat, motivasi, kritik, dan saran. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

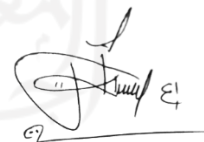
1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Martini Dwi Pusparini SHI.,MSI selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar dan tercapai dengan baik.

6. Sege nap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Islam.
7. Kedua orang tua penulis yang telah menyayangi dan mendoakan segala kebaikan untuk penulis.
8. Sahabat-sahabat di Ekonomi Islam 2017 yang telah sama-sama membantu dan berbagi rasa dalam menimba ilmu
9. Serta pihak lain yang telah membantu sehingga bisa terselesaikannya skripsi ini.

Semoga kebaikan mereka diberikan balasan yang terbaik oleh Allah SWT, Aamiin.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Penulis menyadari jika skripsi yang disajikan ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan para pembaca.

Yogyakarta, 3 Oktober 2022



Ahmad Nadlir Habibul Afid

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| JUDUL | i |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| REKOMENDASI PEMBIMBING | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| NOTA DINAS | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| MOTTO | vii |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| TRANSLITERASI ARAB-LATIN | x |
| KATA PENGANTAR | xix |
| DAFTAR ISI | xxi |
| DAFTAR TABEL | xxiii |
| DAFTAR GAMBAR | xxiv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah Penelitian | 5 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.5. Sistematika Penulisan | 7 |
| BAB II | 9 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1. Telaah Pustaka | 9 |
| 2.2. Landasan Teori | 18 |
| 2.2.1. Akuntabilitas | 18 |
| 2.2.2. Transparansi | 20 |
| 2.2.3. Kepercayaan | 21 |

| | |
|--|----|
| 2.2.4. <i>Crowdfunding</i> | 22 |
| 2.2.5. <i>Waqf and Crowdfunding</i> | 26 |
| 2.3. Perumusan Hipotesis | 27 |
| 2.4. Kerangka Berfikir | 29 |
| BAB III | 31 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 31 |
| A. Desain Penelitian | 31 |
| B. Lokasi Penelitian | 32 |
| C. Waktu Pelaksanaan Penelitian..... | 32 |
| D. Objek Penelitian | 32 |
| E. Populasi dan Sampel..... | 33 |
| F. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 34 |
| G. Teknik Pengumpulan Data | 35 |
| H. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel..... | 35 |
| I. Instrumen Penelitian..... | 40 |
| J. Teknis Analisis Data..... | 41 |
| BAB IV | 47 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 47 |
| BAB V | 66 |
| PENUTUP | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA | 68 |
| LAMPIRAN | 71 |
| A. Identitas Responden | 71 |
| B. Petunjuk Pengisian Kuesioner | 72 |
| C. Kuesioner | 73 |
| 1. Variabel Transparansi (X1) | 73 |
| 2. Variabel Akuntabilitas (X2) | 74 |
| 3. Variabel Kepercayaan (Y) | 74 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|------|
| Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan..... | x |
| Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal | xii |
| Tabel 0.3 Transliterasi Vokal Rangkap..... | xiii |
| Tabel 0.4 Transliterasi Maddah..... | xiv |
| Tabel 1.1 Jumlah donasi di Kitabisa.com | 3 |
| Tabel 3.1 Indikator Dependen | 34 |
| Tabel 3.2 Indikator Independen..... | 35 |
| Tabel 3.3 Skala Likert..... | 38 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Usia Responden | 43 |
| Tabel 4.2 Usia Responden | 43 |
| Tabel 4.3 Transparansi..... | 45 |
| Tabel 4.4 Akuntabilitas | 46 |
| Tabel 4.5 Kepercayaan..... | 48 |
| Tabel 4.6 Uji Validitas Transparansi | 48 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas Akuntabilitas..... | 48 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas Kepercayaan | 49 |
| Tabel 4.9 Uji Realibilitas | 50 |
| Tabel 4.10 Uji Linieritas | 51 |
| Tabel 4.11 Regresi Linearitas..... | 53 |
| Tabel 4.12 Koefisien Determinasi..... | 55 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1 Tampilan feed web Dompok Dhuafa..... | 1 |
| Gambar 2 Kerangka Berfikir | 28 |
| Gambar 4.1 Uji Normalitas Scater Plot | 51 |
| Gambar 4.2 Uji Heterokedesitas..... | 53 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Crowdfunding atau urun dana (penggalangan dana) yaitu proses pengumpulan sejumlah dana untuk sebuah proyek yang dibuat oleh masyarakat dan dilakukan secara online. Dengan adanya kitabisa.com ini para masyarakat dapat mendonasi secara online dan lebih praktis. Menurut Sullivan *crowdfunding* adalah sebuah bentuk kerjasama dari beberapa orang untuk mengumpulkan dana guna untuk tujuan bersama yang berbasis internet.

Di Indonesia *crowdfunding* sudah mulai berkembang, pada 2012 pertama kali muncul *crowdfunding* yang bernama patungan.net lalu saat 2014 muncul platform baru yang bernama kitabisa.com. kitabisa.com ini cenderung untuk fokus pada anak muda dan industri kreatif lainnya. *Crowdfunding* di Indonesia sendiri cukup berkembang dengan baik karena masyarakat yang mempunyai jiwa sosial tinggi, mereka cenderung berdonasi karena merasa kasihan dan ingin membantu sesama meskipun sang donatur tidak pernah mengenali orang yang akan dibantu.

Perkembangan *crowdfunding* di Indonesia sendiri dimulai pada tahun 2013 dengan munculnya beberapa situs *crowdfunding* seperti Wujudkan.com, Patungan.com, GandengTangan.com, Ayopeduli.com, Patungan.com sampai dengan Kitabisa.com yang banyak memberikan fasilitas proyek non-profit seperti 3 pertunjukan seni, pendidikan, budaya, dan kesehatan. Perkembangan *crowdfunding* di Indonesia lebih banyak menggunakan model *reward-based crowdfunding* dan *donation-based crowdfunding* yang dimana para penggalang dana akan memperoleh imbalan dalam bentuk jasa dan barang dari aksi donasi yang dilakukan.

Penghargaan yang diberikan tidaklah selalu berupa uang, melainkan berupa barang seperti *merchandise* atau keuntungan lain. Kitabisa.com

dianggap sebagai platform yang paling maju di Indonesia dengan mencatat transaksi terbesar dan selalu aktif dalam penggalangan dana. Kitabisa.com menyelaraskan kondisi sosial yang ada di Indonesia, dengan mengadopsi nilai – nilai seperti kerja sama atau gotong royong, agama, kekerabatan, persahabatan dan keluarga (Sitanggang, 2018). Kitabisa.com digunakan untuk melakukan donasi dan penggalangan dana secara online bagi siapa saja, mulai dari individu, komunitas, yayasan hingga organisasi.

Penggalangan dana melalui Kitabisa.com dapat dilakukan untuk berbagai kategori sesuai keinginan pengguna, kategori tersebut seperti pendidikan, bantuan medis, pembangunan rumah ibadah, bencana alam dan lain sebagainya. Perjalanan Kitabisa.com dimulai sejak Juli 2013 yang kemudian menjadi yayasan di tahun 2014, dan mulai bekerja full-time mengembangkan platform ini pada tahun 2015 dengan mendirikan PT Kita Bisa Indonesia. Kitabisa.com yang dianggap sebagai platform paling maju di Indonesia, mempromosikan transparansi dan akuntabilitas dengan cara menerbitkan semua nama investor atau pemberi dana yang terlibat dan jumlah investasi atau dana yang diberikan kedalam platform Kitabisa.com (Aprilia & Wibowo, 2017)

Kesuksesan kegiatan penggalangan dana dipengaruhi oleh minat masyarakat dalam menyumbangkan dana (Ahmad & Rusdianto, 2018). (Walidah & Anah, 2020) menyatakan pengelolaan dana yang akuntabel dan transparan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk berdonasi sebagai pilihan utama dalam menyalurkan dana.

Transparansi merupakan bentuk keterbukaan dalam melaksanakan sebuah tugas tertentu sebagai proses pemberian informasi kepada masyarakat atas pertanggungjawaban dengan tujuan masyarakat memiliki hak untuk mengetahui aliran dana yang terkumpul telah tersalurkan dengan baik (Walidah & Anah, 2020)

Gambar 1



Berbagi adalah Memberikan Kebahagiaan kepada Orang Lain

Yakinlah, bahwa kita tidak akan terjatuh dan bersedih karena berbagi. Karena hal kecil yang kita bagikan bisa jadi suatu yang sangat berarti dan membahagiakan bagi orang lain. Berikut ini adalah statistik kinerja Dompot Dhuafa Tahun 1993 – 2021.

| | |
|-----------------------------------|-----------------------------|
| Rp. 3.928.973.638.239 | Rp 3.576.293.565.195 |
| Dana Kebaikan Terhimpun | Dana Kebaikan Tersalur |
| 28.504.531 | 3.606.747 |
| Penerima Manfaat 1993–2021 (jiwa) | Penerima Tahun 2021 (jiwa) |

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Sumber: Dompot Dhuafa - Lembaga Amil Zakat Nasional

Tabel 1

Jumlah donasi di Kitabisa.com

| Tahun | Jumlah Donasi |
|--------------|----------------------|
| 2017 | 192 M |
| 2018 | 485 M |
| 2019 | 507 M |
| 2020 | 623 M |
| 2021 | 708 M |

(Sumber : kitabisa.com)

Akuntabilitas berkaitan dengan sebuah pengelolaan organisasi yang efektif dan efisien. Akuntabilitas yang baik dinilai dari pertanggungjawaban atas segala aktivitas dan kegiatan organisasi yang dilakukan oleh pihak yang diamanahi tanggungjawab kepada pemberi amanah untuk mencapai tujuannya (Walidah & Anah, 2020). Dengan adanya akuntabilitas dan transparansi yang baik akan menimbulkan rasa kepercayaan dari masyarakat. Apabila kepercayaan seseorang sudah terbentuk maka akan menumbuhkan minat masyarakat dalam melakukan donasi (Kabib et al., 2021). Berdasarkan hal

tersebut, *crowdfunding* berbasis donasi adalah saluran baru yang penting dari kegiatan kesejahteraan masyarakat dan menunjukkan tren perkembangan yang lebih baik (Chen et al., 2019).

Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa kegiatan social *crowdfunding* yang dilakukan oleh individu dapat dipengaruhi oleh niat. Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa perilaku seseorang terbentuk karena adanya niat, dimana niat tersebut dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol 3 perilaku yang dipersepsikan (*perceived behaviour control*). Dengan adanya dorongan dari individu terhadap minat berdonasi dapat mempengaruhi akuntabilitas dan transparansi yang didukung dengan kepercayaan sebagai mediasi diantara persepsi transparansi dan akuntabilitas.

Dalam meningkatkan efektifitas keberhasilan proyek *crowdfunding*, peneliti terdahulu berfokus pada dampak dari transparansi dan akuntabilitas terhadap kepercayaan dan niat menyumbang. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ahmad & Rusdianto, 2018) menunjukkan bahwa akuntabilitas dan transparansi mempengaruhi minat masyarakat dalam berdonasi. Penelitian Amalia dan (Amalia & Tika, 2019) menunjukkan akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.

Penelitian (Fikri & Najib, 2021) menunjukkan bahwa akuntabilitas dan transparansi berpengaruh terhadap minat muzakki menyalurkan zakat. Penelitian (Salmawati & Fitri, 2018) menunjukkan bahwa akuntabilitas berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Penelitian (Amalia & Tika, 2019) menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten Luwu. Berbeda dengan penelitian (Kabib et al., 2021) menunjukkan bahwa transparansi tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat.

Penelitian (Amalia & Tika, 2019) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat berdonasi via *platform crowdfunding*

kitabisa.com. Penelitian (Fahmi & M.Nur, 2018) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe. Penelitian yang dilakukan (Studi & Gunawan, 2020) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian terdahulu memiliki hasil berbeda-beda. Sebagai contoh kasus dugaan korupsi Bantuan Tak Terduga (BTT) bencana alam Pemerintahan Kabupaten Pelalawan. Dari total kerugian negara Rp 2,4 miliar, baru Rp 700 juta yang diterima jaksa (Korupsi dana bantuan bencana, baru Rp 700 juta yang dikembalikan dari Rp 2,4 M | merdeka.com), donasi yang seharusnya digunakan untuk membantu masyarakat yang terdampak bencana tapi disalahgunakan para oknum, sehingga menimbulkan masyarakat enggan berdonasi.

Maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul penelitian Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Donatur Wakaf Melalui *Crowdfunding*. Dengan tujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat, khususnya masyarakat yang menjadi donatur pada suatu penggalangan dana *crowdfunding*. Peneliti memilih Universitas Islam Indonesia sebagai tempat penelitian. Dikarenakan dari hasil pengamatan, kampus tercinta saya sendiri diperkirakan dapat mewakili masalah pokok dalam penelitian ini, dan dapat mewakili masyarakat. Dengan begitu hasil penelitian penulis nantinya penelitian ini dapat memberikan pembaruan dan masukan yang sesuai dengan keadaan/kondisi saat ini, dan bisa digunakan untuk mendorong masyarakat untuk berdonasi di *crowdfunding*.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh transparansi *crowdfunding* terhadap kepercayaan donatur?

2. Bagaimana pengaruh akuntabilitas *crowdfunding* terhadap kepercayaan donatur?
3. Berapa besar pengaruh transparansi dan akuntabilitas secara bersama-sama terhadap kepercayaan donatur wakaf melalui *crowdfunding*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh transparansi *crowdfunding* terhadap kepercayaan donatur.
2. Untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas *crowdfunding* terhadap kepercayaan donatur
3. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh transparansi laporan keuangan dan akuntabilitas publik secara bersama-sama terhadap kepercayaan donatur wakaf melalui *crowdfunding*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut ;

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu serta wawasan bagi penulis mengenai pengetahuan dalam bidang akuntabilitas dan transparansi dana *crowdfunding* di lingkungan masyarakat dan lembaga-lembaga *crowdfunding* lainnya. Dan menjadi dasar informasi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian terkait.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan oleh lembaga-lembaga yang bergerak dibidang *crowdfunding* dalam membantu masyarakat.

b) Bagi Prodi Ekonomi Islam

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menambah wawasan dan referensi keilmuan mengenai transparansi dan akuntabilitas dana *crowdfunding*.

c) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait pentingnya transparansi dan akuntabilitas. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat dalam ikut berdonasi pada wakaf melalui *crowdfunding*. Sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih luas kepada masyarakat yang membutuhkannya.

E. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini terdiri dari 5 bab.

BAB I merupakan pendahuluan. Pada bab ini memaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II merupakan tinjauan pustaka. Pada bab ini berisi telaah pustaka penelitian terdahulu dan landasan teori. Dimana penelitian terdahulu berisi informasi tentang penelitian yang telah dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya. Serta dalam bab ini disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti agar nantinya bisa digunakan sebagai bahan analisis untuk menjelaskan data yang diperoleh.

BAB III merupakan metodologi penelitian. Pada bab ini akan diuraikan tata cara pelaksanaan penelitian untuk mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang telah ditetapkan. Tata cara pelaksanaan penelitian pada sub bab ini meliputi desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV merupakan hasil dan pembahasan. Pada bab ini berisi uraian analisis data yang diperoleh selama penelitian dan pembahasan hasil penelitian. Uraian analisis data mencakup, hasil analisis deksriptif, Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas, Heteroksedasitas White, Uji AutoKorelasi Durbin-Watson, Uji Analisis Regresi Sederhana, Uji Koefisien Determinasi sehingga dapat memperoleh jawaban atas permasalahan yang diangkat oleh penulis.

BAB V merupakan kesimpulan dan saran. Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan atau pernyataan singkat dan akurat yang disajikan dari hasil pembahasan yang menjawab permasalahan dan tujuan penelitian yang telah disusun. Serta memuat saran yang disampaikan untuk kepentingan pengembangan riset selanjutnya dan perbaikan terhadap hal-hal yang ditemukan sehubungan dengan penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Pada bagian ini penyusun menyajikan beberapa hasil penelitian maupun jurnal mengenai pendistribusian dana infaq dan shadaqah yang dapat dijadikan sebagai referensi penelitian. Adapun penelitian-penelitian sebelumnya yang berhasil penyusun temukan adalah sebagai berikut.

Pertama, jurnal penelitian yang ditulis (Bestari, 2020) dengan judul "*Motivation Analysis Of Crowdfunding Donation Based Disclosure*". Penelitian ini bertujuan untuk memahami derajat pertanggungjawaban terkait pengungkapan donasi online laporan crowdfunding dan berikan beberapa rekomendasi untuk pengungkapan yang memadai tentang donasi online crowdfunding dari pemangku kepentingan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fakta bahwa penipuan *cyber* donasi online meningkat dan tidak ada peraturan khusus tentang penggalangan dana donasi dari regulator untuk mengurangi Teori sinyal dan pemangku kepentingan teori yang diterapkan dalam penelitian ini. Dua pendekatan yang berbeda untuk menilai motivasi *crowdfunding* donasi online pengungkapan, seperti kepentingan tercerahkan diri mempertimbangkan sebagai bisnis yang etis dan akuntabilitas yang tulus sebagai bisnis wajib.

Kedua, Pertama, jurnal penelitian yang ditulis (Ahmad & Rusdianto, 2018) dengan judul "*The Analysis of Amil Zakat Institution/Lembaga Amil Zakat (LAZ) Accountability toward Public Satisfaction and Trust*". Hasil dari penelitian ini adalah Indonesia memiliki potensi dana zakat yang tinggi, namun hasil dari pengumpulannya menunjukkan ada perbedaan yang besar dibandingkan dengan potensinya. Permasalahan yang dihadapi oleh lembaga amil zakat (LAZ) sekarang adalah terkait dengan kepercayaan publik dan kepuasan publik. Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh akuntabilitas LAZ terhadap kepuasan publik dan kepercayaan publik. Penelitian ini

mengumpulkan data menggunakan kuisioner dari muzakki yang membayar zakat di LAZ. Penelitian ini menganalisa data yang terkumpul menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan (1) adanya pengaruh yang signifikan dari akuntabilitas lembaga amil zakat terhadap kepuasan publik, (2) kepuasan publik atas lembaga amil zakat mempunyai pengaruh signifikan atas kepercayaan publik.

Ketiga, tesis penelitian yang ditulis oleh (Athifah et al., 2018) dengan judul “Pengaruh Akuntabilitas Publik dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Kepercayaan Donatur pada Yayasan PPPA Daarul Qur’an Nusantara). Hasil penelitian ini adalah Organisasi nirlaba memiliki peranan memberikan fasilitas kepada masyarakat dengan memanfaatkan dana yang diberikan oleh dermawan atau masyarakat. Tapi fungsi-fungsi ini tidak bisa berlangsung dengan baik jika mengesampingkan pentingnya sistem manajemen publik. Di antaranya adalah penerapan akuntabilitas dan transparansi publik, terutama untuk laporan keuangan. Transparansi menunjukkan bentuk pertanggungjawaban yang ditujukan kepada yayasan. Donatur akan memberikan kepercayaan dan yakin atas aktivitas dalam organisasi dapat berjalan terus menerus. Karakteristik ini membuat organisasi nirlaba tidak bisa melepaskan diri dari kepentingan masyarakat. Studi ini akan menguji terkait dengan pengaruh akuntabilitas publik dan transparansi laporan keuangan terhadap donatur di Yayasan PPPA Daarul Qur'an Nusantara.

Keempat, jurnal penelitian yang ditulis oleh (Kabib et al., 2021) dengan judul “Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap minat muzakki dalam membayar zakat. Itu Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Sragen. Sampel dalam penelitian ini menghasilkan 100 responden. Teknik pemilihan sampel menggunakan purposive sampling kemudian menggunakan rumus Slovin. Itu Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier

berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel akuntabilitas berpengaruh terhadap minat membayar zakat, kemudian secara parsial variabel transparansi berpengaruh tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk membayar zakat. Secara simultan variabel akuntabilitas dan transparansi berpengaruh terhadap minat membayar zakat.

Kelima, jurnal penelitian yang ditulis oleh (Fahmi & M.Nur, 2018) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan, Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan, pendapatan, dan kepercayaan muzakki atas motivasinya membayar zakat di Baitul Mal, Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 75 orang pedagang di Pasar Los Lhokseumawe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang diidentifikasi sebagai Pengetahuan (X1), pendapatan (X2), dan kepercayaan (X3) secara simultan mempengaruhi variabel terikat yang diidentifikasi sebagai motivasi muzakki dalam membayar zakat di BaitulMal Lhokseumawe (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan (X1) dan kepercayaan (X3) secara parsial berpengaruh terhadap motivasi muzakki dalam membayar zakat, sedangkan pendapatan (X2) tidak berpengaruh terhadap motivasi.

Keenam, jurnal penelitian yang ditulis oleh (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016) dengan judul “Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi Dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada Laz Rumah Zakat). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel yaitu kepuasan muzakki, transparansi dan akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat terhadap loyalitas muzakki. Sebagai organisasi nonprofit, Lembaga Amil Zakat perlu memerhatikan kepuasan para muzakki, transparansi dan akuntabilitas lembaganya untuk meningkatkan loyalitas muzakki. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner dengan accidental sampling. Responden pada penelitian ini adalah muzakki atau orang yang membayarkan zakat melalui LAZ Rumah

Zakat. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu kepuasan muzakki dan transparansi mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas muzakki. Artinya semakin tinggi kepuasan muzakki dan transparansi lembaga maka semakin tinggi pula loyalitas muzakki. Sedangkan variabel independen akuntabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas muzakki.

Ketujuh, penelitian yang ditulis oleh (Amalia & Tika, 2019) dengan judul “Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat (Studi Pada Laz Surabaya)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan pelayanan kualitas minat muzaki (studi di lembaga zakat Surabaya). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah semua muzaki terdaftar di lembaga zakat di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan pengambilan sampel kenyamanan. Penelitian ini menggunakan 6 (enam) lembaga zakat yang telah dipilih oleh mengambil sampel sebanyak 120 muzaki. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntabilitas, transparansi, dan pelayanan kualitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzaki untuk membayar zakat. Akuntabilitas, transparansi, dan kualitas layanan secara bersamaan memiliki dampak positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat muzaki untuk membayar zakat.

Kedelapan, jurnal penelitian yang ditulis (R.C. Santos & Dias, 2021) dengan judul “*Accountability And Transparency In The Nonprofits: Evidences From Online Crowdfunding During Covid-19 Pademic*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui akuntabilitas, organisasi memberikan informasi kunci bagi pemangku kepentingan yang memungkinkan terakhir untuk membuat penilaian informasi kinerja organisasi. Untuk mencapai transparansi, organisasi harus membuat informasi dapat diakses dan tepat waktu. Selama krisis, seperti pada periode

pandemi COVID-19, praktik akuntabilitas dan transparansi yang akurat sangat diperlukan agar pemangku kepentingan dapat mengambil keputusan yang tepat dalam keadaan darurat kompleks yang sedang berlangsung. Studi ini menggunakan data yang tersedia di platform *crowdfunding* online untuk menyelidiki sejauh mana lembaga *nonprofit* menerapkan kebijakan akuntabilitas dan transparansi terkait permohonan dana yang dipublikasikan selama pandemi COVID-19.

Kesembilan jurnal penelitian yang ditulis oleh (Ilyas Junjuna, 2020) dengan judul “Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Dan Igcg Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Di Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh transparansi, akuntabilitas dan *Islamic good corporate governance* terhadap tingkat kepercayaan muzakki di lembaga amil zakat dompet amanah umat Kabupaten Sidoarjo.

Populasi penelitian ini adalah seluruh muzakki tetap yang ada di lembaga amil zakat DAU Kabupaten Sidoarjo dan 42 responden yang berpartisipasi dalam penelitian. Teknik analisis penelitian menggunakan regresi linear berganda dengan taraf signifikan 5% dan menggunakan pengujian t-tabel. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa transparansi dan penerapan *Islamic good corporate governance* mampu mempengaruhi secara signifikan dan positif tingkat kepercayaan muzakki. Sementara akuntabilitas dalam penelitian ini tidak mampu mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki pada lembaga amil zakat dompet amanah umat Kabupaten Sidoarjo.

Kesepuluh jurnal penelitian yang ditulis oleh (Fikri & Najib, 2021) dengan berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Minat Dan Keputusan Muzakki Menyalurkan Zakat, Di (Lazisnu) Kabupaten Banyuwangi” . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, transparansi dan akuntabilitas terhadap minat dan keputusan muzakki. Subjek dalam penelitian ini adalah muzakki yang berada di kabupaten banyuwangi yang disalurkan melalui LAZISNU dengan jumlah

responden 110 orang. Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan jenis eksperimen yang berupa *explanatory* riset. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap minat muzakki dengan thitung >ttabel ($4,390 > 1,659$) dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Adanya pengaruh yang signifikan antara transparansi terhadap minat muzakki dengan thitung >ttabel ($2,763 > 1,659$) dan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ dan Adanya pengaruh yang signifikan antara akuntabilitas terhadap minat muzakki dengan thitung >ttabel ($3,674 > 1,659$) dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, serta adanya pengaruh yang signifikan antara akuntabilitas terhadap keputusan muzakki dengan thitung >ttabel ($2,481 > 1,659$) dan nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$ dan adanya pengaruh yang signifikan antara minat muzakki terhadap keputusan muzakki dengan thitung >ttabel ($3,905 > 1,659$) dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, akan tetapi pengaruh tidak signifikan antaran kepercayaan terhadap keputusan muzakki dengan thitung < ttabel ($1,615 < 0,05$) dan transparansi terhadap keputusan muzakki dengan thitung $0,05$.

Kesebelas jurnal penelitian yang ditulis oleh (Walidah & Anah, 2020) dengan judul “Pengaruh Akuntabilitas Lembaga dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Kepercayaan Donatur Lembaga Amil Zakat Ummur Quro (Laz-Uq) Jombang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas lembaga dan transparansi laporan keuangan terhadap kepercayaan donatur pada Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (LAZ-UQ) Jombang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh donatur LAZ-UQ hingga tahun 2018 sebanyak 4.943. Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti yaitu untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas lembaga dan transparansi laporan keuangan terhadap kepercayaan donatur, maka penulis menggunakan sampel donatur baru yang tercatat sebagai donatur tetap lima bulan terakhir (waktu dimulainya penelitian Maret-Juli) adalah sebanyak 606 donatur. dengan menggunakan teori Baiky (1982) dalam Rumidi (2006:54)

yang mengungkapkan bahwa untuk penelitian menggunakan analisis data dengan statistik, jumlah sampel paling sedikit adalah 30.

Keduabelas jurnal penelitian yang ditulis oleh (Ihsan & Santika, 2021) dengan judul “*A Snapshot of Waqf Crowdfunding Accountability: The Case of kitabisa.com*”. Hasil dari penelitian ini adalah Dalam beberapa tahun terakhir, *crowdfunding* wakaf banyak digunakan oleh lembaga wakaf untuk menggalang dana. Metode penggalangan dana berbasis online ini memiliki fitur unik yang membuatnya berbeda dengan koleksi wakaf tradisional. Sedangkan dalam koleksi wakaf tradisional nazhir/mutawalli (pengelola wakaf) dapat dengan mudah mengidentifikasi mereka yang telah menyumbangkan aset mereka sebagai wakaf, di sistem *crowdfunding* nazhir hampir tidak tahu siapa donatur (waqif), karena fitur anonim di platform. Oleh karena itu, cara nazhir memberikan pertanggungjawaban kepada publik bisa berbeda. Kajian-kajian yang ada membahas tentang pentingnya pertanggungjawaban wakaf, namun tidak satupun dari mereka yang meneliti sisi akuntabilitas dari *crowdfunding* wakaf. Pelajaran ini, Oleh karena itu, bertujuan untuk menggambarkan mekanisme *crowdfunding* wakaf dan bagaimana *crowdfunding* operator dan nazhir menunjukkan pertanggungjawabannya.

Ketigabelas, jurnal penelitian yang ditulis oleh (Walidah & Anah, 2020) dengan judul “Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat, Dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh transparansi pelaporan keuangan, pengelolaan zakat, dan sikap pengelola terhadap tingkat percayalah muzakki. (Studi kasus pada lembaga amil zakat di Bandung). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; Pertama ada pengaruh yang signifikan padantingkat transparansi laporan keuangan kepercayaan muzakki. Kedua, ada signifikanberpengaruh terhadap tingkat kepercayaan muzakki dalam pengelolaan zakat. Ketiga adapengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan manajer terhadap sikap muzakki. Keempat, keberadaanpengaruh signifikan transparansi pelaporan keuangan,

pengelolaan zakat, dan sikap manajer secara simultan pada tingkat kepercayaan muzakki.

Keempatbelas, jurnal penelitian yang ditulis oleh (Suhaili & Mohd, 2017) dengan judul “*Crowdfunding: A Collaborative Waqf Based Internet Platform*”. Tujuannya adalah untuk memberikan orientasi tentang informasi umum *crowdfunding* dan potensinya sebagai alat penggalangan dana kolaboratif untuk wakaf. Artikel ini tertarik untuk menangkap pemahaman mengoperasionalkan kolaborasi menggunakan platform penggalangan dana berbasis teknologi secara umum. Masalah risiko penggunaan platform juga dibahas secara singkat.

Metodologi yang digunakan dalam diskusi didasarkan pada penelusuran pustaka karena makalah ini bersifat konseptual dan eksploratif. Penggunaan *crowdfunding* masih dalam masa pertumbuhan, oleh karena itu ditemukan bahwa jumlah makalah akademis yang membahas bidang filantropi masih terbatas. Pentingnya penelitian ini adalah menangkap beberapa jalur dan kemungkinan secara umum untuk tujuan penggalangan dana wakaf di seluruh dunia dan dengan cara yang modern. Kesimpulannya, entitas wakaf layak untuk mengeksplorasi penyediaan lansekap dalam *crowdfunding* jika manfaatnya lebih besar daripada biayanya secara implisit dan eksplisit

Dapat disimpulkan bahwa banyak penelitian telah dilakukan untuk menguji pengaruh transparansi dan akuntabilitas terhadap kepercayaan donatur untuk berdonasi. penelitian sebelumnya sebagian besar meneliti pengaruh transparansi dan akuntabilitas di lembaga zakat bukan di *crowdfunding* wakaf, walaupun ada masih bersifat teoritis, Oleh karena itu penelitian ini menggunakan Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Donatur *Crowdfunding* sebagai objek penelitian dengan variable transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan,.

Berdasarkan penelitian terdahulu memiliki hasil berbeda-beda, Penelitian Amalia dan (Amalia & Tika, 2019) menunjukkan akuntabilitas,

transparansi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Penelitian (Fikri & Najib, 2021) menunjukkan bahwa akuntabilitas dan transparansi berpengaruh terhadap minat muzakki menyalurkan zakat. Penelitian (Salmawati & Fitri, 2018) menunjukkan bahwa akuntabilitas berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh. Penelitian (Amalia & Tika, 2019) menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten Luwu.

Berbeda dengan penelitian (Kabib et al., 2021) menunjukkan bahwa transparansi tidak berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat. Penelitian (Amalia & Tika, 2019) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat berdonasi via platform crowdfunding 4 kitabisa.com. Penelitian (Fahmi & M.Nur, 2018) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe. Penelitian yang dilakukan (Studi & Gunawan, 2020) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat muzakki membayar zakat.

Hasil penelitian ini adalah Nilai t_{hitung} sebesar 6.300 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya transparansi ini terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis pertama yaitu dalam penelitian ini diterima. Nilai t_{hitung} sebesar 3.011 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya akuntabilitas terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Nilai t_{hitung} sebesar 9.311 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya transparansi dan akuntabilitas terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Diharapkan nantinya penelitian ini dapat memberikan pembaruan dan masukan yang sesuai dengan keadaan/kondisi saat ini, dan bisa digunakan untuk mendorong masyarakat untuk berdonasi wakaf melalui *crowdfunding*.

B. Landasan Teori

a Akuntabilitas

a) Definisi Akuntabilitas

Menurut Benveniste yang dikutip dari jurnal Yosi Dian Endahwati Akuntabilitas merupakan suatu cara pertanggungjawaban manajemen atau penerima amanah kepada pemberi amanah atas pengelolaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepadanya baik secara vertikal maupun secara horizontal.

Dalam definisi tradisional, akuntabilitas adalah istilah umum untuk menjelaskan bahwa organisasi atau perusahaan sudah memenuhi misi yang mereka emban. Definisi lain menyebutkan akuntabilitas diartikan sebagai kewajiban-kewajiban dari individu-individu atau penguasa yang dipercayakan untuk mengelola sumber-sumber daya publik dan yang bersangkutan dengannya untuk dapat menjawab hal-hal yang menyangkut pertanggungjawabannya.

Akuntabilitas dapat dipahami sebagai suatu kewajiban pemegang amanah (agent) untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan dan melaporkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggungjawabnya kepada pihak pemberi amanah (principal) yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban.

Dengan demikian secara sederhana akuntabilitas dapat dimaknai secara sederhana sebagai suatu langkah pertanggungjawagan. Hal ini sejalan dengan penjelasan dari Subroto yang menyatakan sebagai berikut:

akuntabilitas adalah kewajiban untuk memberikan pertanggungjawaban menerangkan kinerja dan tindakan seseorang/pimpinan organisasi kepada pihak yang memiliki wewenang untuk pertanggungjawaban. Akuntabilitas adalah hal yang penting dalam menjamin nilai-nilai seperti efisiensi, efektifitas, reliabilitas, dan prediktibilitas. Suatu akuntabilitas

tidak abstrak tapi kongkrit dan harus ditentukan oleh hukum melalui prosedur yang sangat spesifik mengenai masalah dalam pertanggungjawaban.

b) Tujuan Akuntabilitas

Tujuan dari pelaksanaan akuntabilitas adalah untuk mencari suatu jawaban atas apa yang harus dipertanggungjawabkan berdasarkan mengenai hal apa yang sungguh-sungguh terjadi serta membandingkan dengan apa yang seharusnya terjadi. Apabila dalam akuntabilitas terjadi penyimpangan atau hambatan, maka penyimpangan atau hambatan tersebut segera dikoreksi. Maka pelaksanaan suatu kegiatan diharapkan masih bisa mencapai tujuan yang diharapkan.

c) Indikator Akuntabilitas

Indikator adalah keterangan atau petunjuk dari suatu pekerjaan untuk menjawab sejauh mana pencapaian yang telah berjalan akuntabilitas memiliki beberapa indikator yang dikutip dari jurnal (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016) sebagai berikut:

1. Lembaga *crowdfunding* menetapkan rincian fungsi, tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yang terdapat di dalam lembaga tersebut.
2. Setiap bagian di dalam Lembaga *crowdfunding* melaksanakan tugasnya secara jujur.
3. Lembaga *crowdfunding* memiliki ukuran kinerja yang jelas.
4. Laporan pertanggungjawaban disampaikan secara berkala sesuai dengan aturan yang berlaku.

b Transparansi

a) Definisi Transparansi

Menurut (Fikri & Najib, 2021) transparansi (keterbukaan informasi), ialah pelaksanaan pengambilan keputusan dan pengungkapan informasi materiil sedang relevan terhadap perusahaan dilakukan secara terbuka.

Menurut (Sudrajat, 2021) Transparansi adalah prinsip yang menjamin akses atau kebebasan bagi setiap orang untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, yakni informasi tentang kebijakan, proses pembuatan, dan pelaksanaannya serta hasil-hasil yang dicapai.

Transparansi pada akhirnya akan menciptakan sistem pengelolaan sebuah lembaga yang bergerak dibidang *crowdfunding* yang seimbang antara lembaga *crowdfunding* dengan masyarakat terkhususnya donatur, sehingga tercipta komunitas sosial yang bersih, efektif, efisien, akuntabel, dan responsif terhadap aspirasi dan kepentingan masyarakat. Dengan adanya transparansi lembaga *crowdfunding*, maka akan menambah wawasan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat (donatur) terhadap penyelenggaraan Penggalangan dana dalam membantu masyarakat.

Meningkatnya kepercayaan terhadap lembaga *crowdfunding*, maka akan menjamin meningkatnya jumlah masyarakat yang berpartisipasi dalam penggalangan dana guna masyarakat yang terdampak terhadap suatu bencana alam maupun social dan akan dapat meminimalisir berkurangnya praktek penyimpangan atau penyelewengan kekuasaan dalam pengelolaan sistem komunitas, transparansi juga di pandang sebagai salah satu aspek yang mendasar bagi terwujudnya penyelenggaraan penggalangan dana *crowdfunding* yang baik, perwujudan tata komunitas yang baik mensyaratkan adanya

keterbukaan, keterlibatan serta kemudahan informasi dalam penyelenggaraan program penggalangan dana *crowdfunding* sehingga dapat memberikan pengaruh untuk mewujudkan berbagai indikator lainnya.

b) Indikator Transparansi

Indikator- indikator transparansi yang dikutip dari jurnal (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016) yaitu:

1. Lembaga *crowdfunding* menyediakan segala informasi yang dibutuhkan secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat dan mudah diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan termasuk publik.
2. Lembaga *crowdfunding* menyediakan informasi yang mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat secara luas.
3. Lembaga *crowdfunding* menyediakan informasi terkait penyaluran donasi mulai dari penghimpunan donasi hingga pendistribusiannya.
4. Lembaga *crowdfunding* menyediakan informasi mengenai kebijakan yang diterapkan di dalam lembaganya secara tertulis dan dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan..

c) Kepercayaan

a) Definisi Kepercayaan

Menurut Wahab Zaenuri dkk, (2005) yang dikutip dari jurnal (Fikri & Najib, 2021). Kepercayaan (trust atau belief) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan bahwa disatu produk ada

atribut tertentu, keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman.

Sedangkan menurut (Gito, 2002) yang dikutip dari jurnal (Fahmi & M.Nur, 2018). Kepercayaan (trust) adalah ekspektasi atau pengharapan positif bahwa orang lain tidak akan melalui katakata, tindakan, dan kebijakan bertindak secara oportunistik. Konsep kepercayaan secara umum dapat dibedakan kedalam dua jenis, yaitu *political trust* (kepercayaan politik) dan *social trust* (kepercayaan sosial).

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya.

b) Indikator Kepercayaan

Indikator- indikator transparansi yang dikutip dari jurnal (Athifah et al., 2018) yaitu:

1. Kinerja sesuai dengan harapan.
2. Kepercayaan bahwa pelayanannya kepada publik konsisten.
3. Kepercayaan lembaga / perusahaan bertahan lama (kontinyu).
4. Kredibilitas (Kepercayaan telah mengerjakan pekerjaan sesuai dengan standar).

d) Crowdfunding

a) Pengertian Crowdfunding

Crowdfunding ialah kata yang berasal dari Bahasa Inggris berarti “urun dana” atau dapat maknai “pendanaan oleh sejumlah orang”. *Crowdfunding* adalah suatu kegiatan dimana orangperorangan, organisasi, maupun perusahaan, dapat menggalang dana dengan memanfaatkan internet (atau media lainnya yang memfasilitasi jumlah

massa yang sangat luas) untuk membiayai usaha mereka masing-masing. Urunan dana ini merupakan inisiatif dalam mengumpulkan sejumlah dana dari individu, kelompok, atau entitas untuk menjalankan proyek dalam bentuk kemanusiaan, usaha, dan model lainnya.

Istilah *crowdfunding* merupakan derivasi dari istilah *crowdsourcing*. *Crowdsourcing* adalah pelibatan yang tidak terbatas dan tanpa memandang latar belakang pendidikan, kewarganegaraan, agama, pekerjaan, bagi setiap orang yang ingin memberikan kontribusinya atau solusinya atas suatu permasalahan yang dilemparkan oleh individu, perusahaan, institusi, baik dibayar maupun secara Cuma-cuma.

Crowdsourcing memiliki bentuk yang berbeda-beda, salah satunya *Crowdfunding*. *Crowdfunding* terdiri dari 2 (dua) akar kata yakni *crowd* dan *funding*, *Crowd* berarti “keramaian atau kerumunan” dan *funding* berarti “pembiayaan atau pendanaan”, maka *crowdfunding* dapat diartikan pendanaan beramai-ramai yang berasal dari konsep gotong royong.

Crowdfunding adalah skema pembiayaan yang dijuluki ‘pendanaan demokratis’, karena konsep dari *Crowdfunding* adalah mengumpulkan dana dalam skala yang kecil tetapi berasal dari jumlah masyarakat yang besar sehingga terkumpul dana yang signifikan. *Crowdfunding* dikelola oleh wadah yang disebut *platform* dengan berbasis internet sehingga mudah untuk diakses. *Crowdfunding* menciptakan sebuah tren ‘investasi online’ dimana dalam website *Crowdfunding* akan terpampang berbagai produk-produk sebagaimana di website toko online, namun bedanya, produk tersebut tidak untuk dijual melainkan untuk didanai dan para pengguna bisa dengan mudah melakukan penyetoran dana sebagaimana dalam jual beli di toko online.

Crowdfunding telah menjadi sangat populer dan fenomenal di dunia internasional dengan jumlah platform *Crowdfunding* mencapai

1.250 unit dan berhasil mengumpulkan dana mencapai USD16,2 Miliar di tahun 2014 dan meningkat dua kali lipat di tahun 2015 mencapai USD34,4 Miliar. Pada tahun 2016 diperkirakan jumlah platform *Crowdfunding* semakin bertambah mencapai 2.000 unit dan diprediksi mampu mengumpulkan dana melebihi modal ventura dengan capaian pendanaan sekitar USD 60 Miliar.

Dalam hal pengumpulan dana pada umumnya dilakukan dengan nominal yang relative terjangkau oleh seluruh masyarakat yakni dimulai dari biaya yang sangat kecil. Hal ini untuk menarik masyarakat untuk tidak risau dengan sejumlah uang yang resikonya kecil, maka pengumpulan uang tersebut akan menjadi banyak untuk memajukan suatu proyek. Adapun pengertian *Crowdfunding* menurut para ahli:

- a) Lambert/Schwienbacher (2010) terhadap *Crowdfunding*, yaitu: “*Crowdfunding involves an open call, essentially through the Internet, for the provision of financial resources either in form of donations (without rewards) or in ex-change for some form of reward and/or voting rights in order to support initiatives for specific purposes*”
- b) Canada Media Fund (2012) memberikan definisi *Crowdfunding* dengan penekanan kepada peran sosial media, sebagai berikut: “*Crowdfunding is the raising of funds through the collection of small contributions from the general public (known as the crowd) using the Internet and social media.*”

Maksud kedua definisi diatas bahwa *Crowdfunding* adalah keterlibatan publik dalam mencapai tambahan pembiayaan (berupa donator) yang dibutuhkan oleh pihak pemilik ide atau yang membutuhkan, dengan keterbukaan melalui sosial media atau jaringan internet, lalu menjamin donator untuk mendapatkan benefit.

Crowdfunding adalah sebuah metode baru penggalangan dana melalui internet di mana individu meminta bantuan untuk proyeknya melalui website khusus *Crowdfunding*. Fokus dari *Crowdfunding* adalah menggalang banyak sumbangan kecil dari pada berupa sumbangan besar dari sebuah lembaga donor. *Crowdfunding* berjalan dalam waktu terbatas dari beberapa hari sampai beberapa minggu, dan berusaha untuk memenuhi target pendanaan sebelum batas akhir waktu.

Hal ini tidak terlepas pada perkembangannya di Indonesia, yang mana *Crowdfunding* bertujuan saling membantu sesama makhluk sosial, dengan bantuan teknologi, dengan begitu transaksi keuangan dalam bentuk teknologi dikategorikan kedalam *financial technology*. Baik itu berbentuk pembayaran (*payment*), peminjaman (*lending*), perencanaan keuangan (*personal finance*), pembiayaan (*Crowdfunding*), dan lain sebagainya.

Financial technology dapat digolongkan menjadi tiga tipe, yaitu:

- a) *Third-party payment systems*, merupakan sistem pembayaran melalui pihak ketiga. Contoh: sistem pembayaran *mobile*, platform pembayaran yang menyediakan jasa seperti transfer dan pembayaran bank;
- b) *Peer to Peer (P2P) Lending*, merupakan platform yang mempertemukan pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana melalui internet. Jadi platform ini memberikan jasa kepada kreditur dan debitur untuk membantu memenuhi kebutuhannya masing-masing secara efisien;
- c) *Crowdfunding*, merupakan konsep suatu program yang dipublikasikan secara umum melalui internet, yang mana jika masyarakat tertarik dengan konsep tersebut akan memberikan dukungan secara finansial, dan investor akan mendapatkan imbalan sesuai kesepakatan.

e ***Waqf and Crowdfunding***

Wakaf dapat didefinisikan sebagai memegang aset tertentu dan melestarikannya untuk tujuan filantropi dan mencegahnya dari digunakan selain untuk tujuan yang dimaksudkan (Kahfi, 2007). Saat ini, penggalangan dana wakaf dapat dilakukan dengan menggunakan metode *crowdfunding*.

Crowdfunding adalah platform intermediasi keuangan berbasis internet yang menghimpun dana dari masyarakat atau orang banyak (Arifin & Wisudanto, 2017). *Crowdfunding* wakaf memungkinkan nazhir untuk mengumpulkan uang wakaf lebih mudah dibandingkan dengan tradisional penggalangan dana. Tentunya *crowdfunding* wakaf harus dilakukan dengan prinsip syariah. Proses mengumpulkan dan menyalurkan dana harus bebas dari riba, masyir dan gharar serta hal-hal lain yang melanggar aturan syariah.

Perilaku beramal dan menyebarkan kebaikan melalui *crowdfunding* dapat berdampak pada lanskap wakaf (Wash, 2013). Dalam banyak hal, *crowdfunding* memanifestasikan tindakan beramal (sadaqah jariyah) untuk persaudaraan umat Islam yang sudah terjalin lama. Dengan berlalunya kesadaran baru-baru ini tentang amal berbasis wakaf, *crowdfunding* internet siap memainkan peran penting dalam penggalangan dana untuk berbagai jenis kebutuhan wakaf yang muncul di dalam dan di banyak negara. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan tingkat profesionalisme dalam penggalangan dana wakaf terutama yang berkaitan dengan konstruksi mekanismenya (Achsien & Purnamasari, 2016).

Dengan membentuk urun dana berbasis wakaf, beberapa fitur dasar yang berkaitan dengan unsur kepatuhan syariah harus terlebih

dahulu dipertimbangkan dalam parameter desain. Di antara ruang lingkup yang menjadi perhatian adalah

- 1) niat dan proyek halal.
- 2) masalah berbasis bebas yang berhubungan dengan riba (riba), perjudian (maysir), spekulasi (gharar).
- 3) keberadaan Syariah Dewan Pengawas.

Teknologi web memungkinkan *crowdfunding* untuk dioperasikan baik pada *crowdfunding* langsung maupun *crowdfunding online*. *Crowdfunding* telah membuka sumber pendanaan baru untuk entitas wakaf selain melakukannya secara tradisional. Dalam perspektif ini, *crowdfunding* dapat menjadi alat yang baik untuk menghubungkan orang-orang dengan tujuan untuk melakukan wakaf. Ini bukan hanya cara berbiaya rendah untuk mengakses pendanaan sesuai dengan pengaturannya, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menarik minat emosional pengguna. Orang-orang berkontribusi dan menyumbang untuk *crowdfunding* terlepas dari geografi entitas wakaf mana yang harus memanfaatkan ini sebagai keuntungan (Agrawal et al., 2011; Wash, 2013)

C. Perumusahan Hipotesis

1. Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan terhadap Kepercayaan Donatur

Transparansi dapat menciptakan kepercayaan timbal-balik antara *Campaigner* dan masyarakat melalui penyediaan informasi dan menjamin kemudahan didalam memperoleh informasi dan menjamin kemudahan didalam memperoleh informasi yang akurat dan memadai. Seluruh masyarakat memiliki kesempatan memperoleh akses informasi yang terkait dengan Penggalangan dana *Crowdfunding*, sehingga semakin terbuka suatu

campaigner, lembaga atau perusahaan maka semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap *campaigner* tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nasim & Romdhon, 2014), menunjukkan hasil bahwa Transparansi laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki pada lembaga amil zakat. Penelitian oleh (Septiarini, 2011) menunjukkan hasil bahwa transparansi memberikan pengaruh yang positif terhadap pengumpulan dana ZIZ pada LAZ di Surabaya. kemudian penelitian oleh (Assagaf, 2016) menunjukkan hasil bahwa transparansi pengelolaan zakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat di BAZNAZ kota Makassar. Maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah

H1 : Transparansi laporan keuangan berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki

2. Pengaruh Akuntabilitas Laporan Keuangan terhadap Kepercayaan Donatur

Campaigner Crowdfunding harus adil dan bertanggung jawab akan segala aktivitasnya dalam mengelola zakat. Sehingga mendapat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat yang akan membayarkan/menyalurkan donasinya pada lembaga zakat tersebut. Akuntabilitas adalah upaya atau aktivitas untuk menghasilkan pengungkapan yang benar.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Assagaf, 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 (Septiarini, 2011) menunjukkan hasil bahwa akuntabilitas memberikan pengaruh yang positif terhadap pengumpulan dana ZIZ pada LAZ di Surabaya. Maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H2 : Akuntabilitas laporan keuangan berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan donatur.

3. Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Laporan Keuangan terhadap Kepercayaan Donatur

Transparansi dan akuntabilitas merupakan hal yang kerap dituntut masyarakat dari sebuah lembaga *public*. Masyarakat merasa perlu mengetahui aliran dana dan kinerja lembaga tersebut. Apakah sumber daya yang mereka serahkan telah digunakan secara benar atau tidak. Penelitian yang dilakukan oleh Muh Ashari Assagaf (2016), menunjukkan hasil bahwa akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat di BAZNAS kota Makassar.

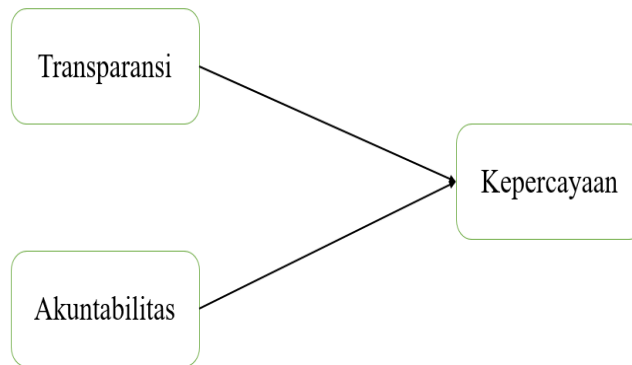
Kemudian penelitian oleh Mohammad Fahmi Ikhwandha (2018) menunjukkan hasil bahwa akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bayar zakat melalui lembaga amil zakat. Maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H3 : Transparansi dan Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan donator.

D. Kerangka Berfikir

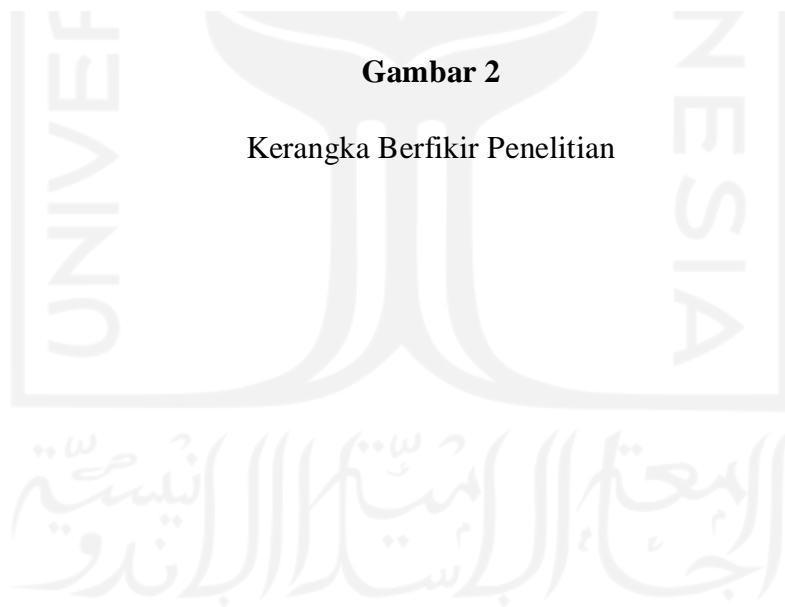
Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transparansi dan akuntabilitas (X1 dan X2) terhadap kepercayaan donatur wakaf (Y) melalui *crowdfunding*.

Kerangka Berfikir Penelitian
Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan
Donatur Wakaf Melalui *Crowdfunding*



Gambar 2

Kerangka Berfikir Penelitian



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian merupakan cara ilmiah yang mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan pada suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah (Sugiyono, 2012).

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian yang ditemukan berupa angka dan analisis menggunakan alat statistika. Menurut Smith, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya terwujud bilangan (skor atau yang dianalisis menggunakan *statistic*) yang digunakan untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel mempengaruhi variabel yang lain.

Menurut (Sugiyono, 2012) metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif digunakan oleh peneliti untuk mengukur atau menguji dan sehingga menghasilkan jawaban identifikasi masalah yang diukur atau diuji dengan alat uji kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk melihat apakah ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, yaitu transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan.

Hasil pembahasan penelitian ini menggunakan statistika deskriptif. Statistika deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan

informasi yang berguna. Pengklasifikasian menjadi statistika deskriptif dan statistika inferensia dilakukan berdasarkan aktivitas yang dilakukan. Statistika deskriptif hanya memberikan informasi mengenai data yang dipunyai dan sama sekali tidak menarik inferensia atau kesimpulan apapun tentang gugus induknya yang lebih besar

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Universitas Islam Indonesia. Peneliti memilih Universitas Islam Indonesia sebagai tempat penelitian. Dikarenakan dari hasil pengamatan, diperkirakan dapat mewakili masalah pokok penelitian ini, dan dapat mewakili masyarakat. Penelitian dilakukan tidak secara tatap muka atau bertemu langsung melainkan melalui link g-form yang dibagikan.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara bertahap, yaitu dari pengajuan judul dan pembuatan proposal, seminar proposal, kemudian dilanjutkan dengan penelitian dan pencarian data dan tahap akhir adalah menyimpulkan data hasil dan penyusunan laporan. Semua tahapan tersebut dilaksanakan peneliti dalam kurun waktu bulan pada bulan Maret 2022 hingga bulan Juni 2022.

D. Objek Penelitian

Objek penelitian ini merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut (Sugiyono, 2012) , objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hak (variabel tertentu). Hal yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Donatur Pada Wakaf Berbasis *Crowdfunding*. Pada platform kitabisa.com dan penggalangan donasi yang sifatnya independen.

E. Populasi dan Sampel

1. Menurut (Sugiyono, 2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai variasi atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang sudah pernah berdonasi pada lembaga *crowdfunding*. Alasan memilih kampus saya sendiri, dikarenakan dari hasil pengamatan, kampus tercinta saya sendiri diperkirakan dapat mewakili masalah pokok penelitian ini, dan dapat mewakili masyarakat Berdasarkan data populasi seluruh mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia yang berjumlah 23.000 mahasiswa (Universitas Islam Indonesia, 2021).
2. Sampel adalah bagian dari variasi atau karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan peneliti adalah metode *non probability sampling*, dan jenis sampel yang diterapkan yaitu *purposive sampling*, yaitu suatu metode pengambilan sampel yang disesuaikan dengan karakteristik responden yang telah ditetapkan sebelumnya (Mandey, 2013). Persyaratan atau kriteria dalam penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
 1. Responden adalah mahasiswa UII
 2. Responden berusia 19 – 25 Tahun
 3. Responden pernah menyalurkan donasi wakaf melalui *crowdfunding*.

Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Lemeshow yang akan digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang dipilih. Rumus Lemeshow adalah rumus yang digunakan untuk mengetahui sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya (Mudrajad, 2015) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = Nilai Standart = 1,96

p = Maksimal Estimasi = 50% = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Dengan rumus yang dituliskan di atas, maka jumlah sampel yang akan diteliti memiliki perhitungan sebagai berikut

$$\begin{aligned}n &= \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2} \\n &= \frac{1,96^2 0.5 (1 - 0.5)}{0,10^2} \\n &= \frac{1,9208 (0,5)}{0,01} \\n &= 96,04 \\n &= 96\end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, diperoleh jumlah sampel minimal yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden

F. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Fokus pada penelitian ini adalah tentang bagaimana Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Donatur Crowdfunding. Sumber data yang diperoleh yaitu berasal dari pengambilan data primer dan data sekunder

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner yang telah diisi oleh para donatur *crowdfunding*.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti. Sumber data sekunder pada penelitian ini berasal dari berbagai jurnal, buku, website pendukung yang berkaitan dengan tema penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, dan kemudian dikirim dan diisi oleh responden. Setelah diisi kuesionernya, data tersebut dikembalikan ke peneliti untuk di olah datanya menggunakan alat statistic. Sehubungan dengan penelitian yang dibuat, peneliti menyebarkan kuesioner tersebut kepada para donatur *crowdfunding*.

H. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Definisi oprasional adalah definisi yang diberikan pada suatu variable atau kontrak dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur kontrak atau variable tersebut (Nazir, 2005).

Operasional variabel menurut (Sugiyono, 2012) adalah segala suatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel menurut (Sugiyono, 2012) adalah suatu atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek lain untuk dipelajari atau ditarik kesimpulannya. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.

Perumusan definisi variabel-variabel penelitian penting untuk dilakukan untuk meminimalisir kesalahan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, penulis menetapkan definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

1. Transparansi

Transparansi adalah prinsip yang menjamin akses atau kebebasan bagi setiap orang untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, yakni informasi tentang kebijakan, proses pembuatan, dan pelaksanaannya serta hasil-hasil yang dicapai.

2. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan suatu cara pertanggungjawaban manajemen atau penerima amanah kepada pemberi amanah atas pengelolaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepadanya baik secara vertikal maupun secara horizontal. Dalam definisi tradisional, Akuntabilitas adalah istilah umum untuk menjelaskan bahwa organisasi atau perusahaan sudah memenuhi misi yang mereka emban. Definisi lain menyebutkan akuntabilitas diartikan sebagai kewajiban-kewajiban dari individu-individu atau penguasa yang dipercayakan untuk mengelola sumber-sumber daya publik dan yang bersangkutan dengannya untuk dapat menjawab hal-hal yang menyangkut pertanggungjawabannya.

3. Kepercayaan

Kepercayaan (*trust* atau *belief*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan bahwa disatu produk ada atribut tertentu, keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman

Variabel terbagi menjadi dua yaitu variabel dependen dan variabel independen:

1. Variabel dependen atau variabel terikat (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepercayaan (*trust*) (Y).

Tabel 3.1
Indikator dependen

| Variabel | Indikator | No Kuesioner |
|--|---|--------------|
| Kepercayaan (Athifah et al., 2018) | Kinerja sesuai dengan harapan | 15-16 |
| | Kepercayaan bahwa pelayanannya kepada publik konsisten | 17-18 |
| | Kepercayaan lembaga / perusahaan bertahan lama (kontinyu) | 19 |
| | Kredibilitas (Kepercayaan telah mengerjakan pekerjaan sesuai dengan standar.) | 20 |

2. Variabel independen atau bebas (X)

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya dependen atau terikat (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator independen yaitu transparansi dan akuntabilitas.

Tabel 3.2
Indikator Independen

| Variabel | indikator | No Kuesioner |
|---|--|--------------|
| <p style="text-align: center;">Transparansi (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016)</p> | <p>1. Lembaga <i>crowdfunding</i> menyediakan segala informasi yang dibutuhkan secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat dan mudah diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan termasuk publik.</p> | 1-4 |
| | <p>2. Lembaga <i>crowdfunding</i> menyediakan informasi yang mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat secara luas.</p> | 5 |
| | <p>3. Lembaga <i>crowdfunding</i> menyediakan informasi terkait penyaluran donasi mulai dari pengumpulan donasi hingga pendistribusiannya.</p> | 6 |

| | | |
|--|---|-------|
| | <p>4. Lembaga <i>crowdfunding</i> menyediakan informasi mengenai kebijakan yang diterapkan di dalam lembaganya secara tertulis dan dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan.</p> | 7-8 |
| <p>Akuntabilitas (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016)</p> | <p>1. Lembaga <i>crowdfunding</i> menetapkan rincian fungsi, tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yang terdapat di dalam lembaga tersebut.</p> | 9 |
| | <p>2. Setiap bagian di dalam Lembaga <i>crowdfunding</i> melaksanakan tugasnya secara jujur.</p> | 10 |
| | <p>3. Lembaga <i>crowdfunding</i> memiliki ukuran kinerja yang jelas.</p> | 11-13 |

| | | |
|--|---|----|
| | 4. Laporan pertanggungjawaban disampaikan secara berkala sesuai dengan aturan yang berlaku. | 14 |
|--|---|----|

I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam metode pengambilan data oleh peneliti untuk menganalisis hasil penelitian yang dilakukan.

1. Kuesioner

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan salah satu alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dari responden, Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab responden, Jawaban tersebut kemudian dikumpulkan, diolah, dan dijadikan teori atau kesimpulan. Berikut ini adalah kisi-kisi dalam kuesioner penelitian yang digunakan:

2. Skala Instrumen

Pada Penelitian ini digunakan dua skala instrumen yaitu skala nominal dan skal interval.

- a) Skala nominal digunakan untuk mengukur klasifikasi identitas profil responden seperti usia, jenis kelamin, dan lain sebagainya.
- b) Skala interval digunakan untuk mengukur variabel dependen dan independen. Skala Interval yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2012) skala likert yaitu skala

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam kuesioner, untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif).

Tabel 3.3
Skala Likert

| <i>No</i> | <i>Jawaban</i> | <i>Skor</i> |
|-----------|---------------------------|-------------|
| 1. | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2. | Setuju (S) | 4 |
| 3. | Kurang Setuju (KS) | 3 |
| 4. | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

J. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2012). Analisis data dilakukan untuk mengolah data menjadi informasi, data akan menjadi mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah – masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Data yang akan dianalisis merupakan data hasil pendekatan dengan melakukan penyebaran kuesioner, dan kemudian dilakukan analisa untuk menarik kesimpulan.

Pengelolaan dan teknik analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan Uji Regresi Linier Sederhana yaitu analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. (Sunyoto, 2011) Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel (X) *transparency dan accountability* sebagai strategi yang dilakukan oleh lembaga *Crowdfunding* untuk mensosialisaikan informasi mengenai penggalangan dana terhadap variabel (Y) *trust* (Kepercayaan) yaitu tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga *crowdfunding*.

Dalam prosesnya analisis regresi berganda juga dilakukan uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas. Kemudian dilakukan analisa data berupa analisa deskriptif responden, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas dan uji heteroskedastisitas. Setelah itu dilakukan analisis regresi sederhana untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk uji hipotesis akan terdiri dari uji signifikansi parsial (uji T) dan uji koefisiensi determinasi. Dilanjutkan dengan analisis deskriptif yang akan menghasilkan kesimpulan dan saran.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua data atau lebih variabel independent (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif dan juga untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan dalam analisis ini biasanya berskala interval atau rasio.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara tiga variabel bebas yaitu Transparansi (X1), Akuntabilitas (X2) dan Kepercayaan (Y), maka digunakan rumus analisis statistik regresi berganda sebagai berikut::

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Kepercayaan

a = Konstanta

X1 = Transparansi

X2 = Akuntabilitas

Dan dalam penelitian ini, untuk memperoleh hasil analisis regresi linier berganda data akan diolah melalui program SPSS versi 21.

2. Uji Kualitas Data

Pengumpulan data secara langsung yang dilakukan dengan metode penyebaran keusioner sangat tergantung pada kesediaan dan ketelitian responden dalam mengisi setiap indikator pertanyaan. Namun setiap kuesioner yang diisi tidak dapat diukur keabsahannya. Untuk itu, dalam melakukan uji kualitas data atas data primer yang diperoleh peneliti akan melakukan uji validitas dan uji reabilitas.

a) Uji Validitas

Sanusi (2014) mengatakan bahwa suatu instrument dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur.oleh sebab itu valid atau

tidaknya instrument tergantung dari peneliti dalam menyusun instrumennya. (Sanusi, 2014).

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Jika *Pearson Correlation* yang didapat memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka data yang diperoleh tersebut adalah valid.

b) Uji Rehabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berbeda atau orang yang berbeda dalam waktu yang sama (Sanusi A. , 2014). Jadi, Uji reabilitas berguna untuk mengetahui bahwa data tersebut tidak berubah hasilnya walaupun dalam kurun waktu tertentu diukur dengan alat ukur yang sama.

3. Analisa Deskriptif Responden

Analisa deskriptif responden adalah model penelitian yang dimana peneliti melakukan klasifikasi atau mendeskripsikan para responden ke dalam beberapa karakteristik. Karakteristik responden yang digunakan tergantung kebutuhan dari penelitian tersebut contohnya data umur, jenis kelamin, perguruan tinggi, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini data yang digunakan adalah jenis kelamin dan umur responden

4. Uji Asumsi Klasik

Regresi linear berganda harus mengikuti asumsi-asumsi yang ditetapkan agar menghasilkan nilai-nilai koefisien sebagai penduga yang tidak bias (Sanusi A. , 2014). Uji Asumsi Klasik

Meliputi Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Normalitas.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of Regression standardized residual* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*, *Chi-Square*, *Liliefors* maupun *Shapiro-Wilk*.

b) Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji untuk mengetahui apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linear atau tidak. Kriterianya jika koefisien signifikansi lebih besar dari harga *alpha* yang ditentukan, yaitu 5% atau 0,05, maka dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear (Alif Ryan Zulfikar, 2017).

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Sederhana

Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

6. Uji Hipotesis

a) Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (SCM) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (BT). Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t adalah hipotesis H_a dengan prosedur pengujian sebagai berikut:

- a. H_a diterima, apabila nilai koefisien regresi bernilai > 0 , atau nilai signifikansi t hitung adalah $< 0,05$ (5%).
- b. H_a ditolak, apabila nilai koefisien regresi bernilai ≤ 0 atau nilai signifikansi t hitung adalah $\geq 0,05$ (5%).

b) Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.1.
Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | F | % |
|----|---------------|-----|------|
| 1 | Laki-Laki | 52 | 52% |
| 2 | Perempuan | 48 | 48% |
| | Total | 100 | 100% |

Sumber: Data Primer diolah,, 2022

Berdasarkan tabel di atas mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 52 responden atau 52% sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 48 responden atau 48%.

2. Usia

Responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.2.
Usia

| No | Usia | F | % |
|----|---------------|-----|------|
| 1 | 18 – 20 tahun | 14 | 14% |
| 2 | 21 – 23 tahun | 46 | 46% |
| 3 | 24 – 25 tahun | 40 | 40% |
| | Total | 100 | 100% |

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas mayoritas responden berusia 21 – 23 tahun sebanyak 46 responden atau 46% sedangkan yang berusia 24 – 25 tahun sebanyak 40 responden atau 40% selanjutnya yang berusia 18 – 20 tahun sebanyak 14 responden atau 14%.

4.1.2. Analisa Data

4.1.2.1. Transparansi (X1)

Tanggapan responden berdasarkan transparansi ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.3

Transparansi

| No | Pertanyaan | Jawaban | | | | | Jumlah |
|----|--|-----------|-----------|---------|---------|---------|-------------|
| | | SS | S | KS | TS | STS | |
| 1 | Campaigner menyediakan segala informasi yang dibutuhkan secara tepat waktu, memadai, jelas | 79 79% | 16 16% | 5 5% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |

| | | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|---------|-----------|---------|-------------|
| 2 | Campaigner menyediakan segala informasi yang akurat | 77 77% | 17 17% | 6 6% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |
| 3 | Campaigner menyediakan segala informasi yang mudah diakses | 76 76% | 19 19% | 5 5% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |
| 4 | Akses untuk memperoleh dokumen tentang penyaluran donasi mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat secara luas. | 76 76% | 19 19% | 5 5% | 4 4% | 0 0% | 100 100% |
| 5 | Campaigner menyediakan informasi yang mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat secara luas | 76 76% | 19 19% | 5 5% | 4 4% | 0 0% | 100 100% |
| 6 | Campaigner menyediakan informasi terkait penyaluran donasi mulai dari penghimpunan donasi hingga pendistribusiannya | 74 74% | 21 21% | 5 5% | 4 4% | 0 0% | 100 100% |
| 7 | Pengumuman kebijakan donasi mudah didapatkan oleh publik | 80 80% | 13 13% | 6 6% | 1 1% | 0 0% | 100 100% |
| 8 | Wujud transparansi penyaluran donasi adalah penyampaian laporan keuangan pertanggungjawaban Campaigner | 81 81% | 14 14% | 5 5% | 4 4,2% | 0 0% | 100 100% |

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas pertanyaan yang dijawab responden yaitu Wujud transparansi penyaluran donasi adalah penyampaian laporan keuangan pertanggungjawaban Campaigner dengan jawaban sangat setuju sebanyak 81 responden atau 81%

4.1.2.2. Akuntabilitas

Tanggapan responden berdasarkan Akuntabilitas ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Akuntabilitas

| No. | Pertanyaan | Jawaban | | | | | Jumlah |
|-----|---|-----------|-----------|---------|---------|---------|-------------|
| | | SS | S | KS | TS | ST | |
| 1 | Campaigner menetapkan rincian fungsi, tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yang terdapat di dalam lembaga tersebut | 80 80% | 15 15% | 4 4% | 1 1% | 0 0% | 100 100% |
| 2 | Setiap bagian di dalam Campaigner melaksanakan tugasnya secara jujur | 80 80% | 13 13% | 7 7% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |
| 3 | Campaigner memiliki ukuran kinerja yang jelas | 80 80% | 13 13% | 7 7% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |
| 4 | Indikator hasil kinerja yang akan dicapai, di tetapkan dan | 82 82% | 14 14% | 4 4% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |

| | | | | | | | |
|---|--|-----------|-----------|---------|---------|---------|-------------|
| | telah digunakan untuk mengevaluasi perancangan donasi dan penyaluran donasi | | | | | | |
| 5 | Proses dan pertanggung jawaban dalam Perancangan donasi dan penyaluran donasi diawasi secara terus menerus | 80 80% | 16 16% | 4 4% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |
| 6 | Laporan pertanggungjawaban disampaikan secara berkala sesuai dengan aturan yang berlaku | 77 77% | 18 18% | 5 5% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas pertanyaan yang dijawab responden yaitu Indikator hasil kinerja yang akan dicapai, di tetapkan dan telah digunakan untuk mengevaluasi perancangan donasi dan penyaluran donasi dengan jawaban sangat setuju sebanyak 82 responden atau 82%

4.1.2.3.Kepercayaan

Tanggapan responden berdasarkan kepercayaan ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Kepercayaan

| | Pertanyaan | Jawaban | |
|--|-------------------|----------------|--|
|--|-------------------|----------------|--|

| No | | SS | S | KS | TS | ST | Jumlah |
|----|--|-----------|-----------|---------|---------|---------|-------------|
| 1 | Campaigner memenuhi harapan saya dalam membantu masyarakat | 83 83% | 15 15% | 1 1% | 1 1% | 0 0% | 100 100% |
| 2 | Saya merasa percaya Campaigner dalam membantu masyarakat | 79 79% | 18 18% | 2 2% | 1 1% | 0 0% | 100 100% |
| 3 | Campaigner akan jujur dan tulus dalam membantu masyarakat, sesuai harapan saya | 81 81% | 15 15% | 4 4% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |
| 4 | Campaigner akan selalu berusaha mengedepankan kepercayaan donatur dalam segala aspek | 77 77% | 19 19% | 4 4% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |
| 5 | Campaigner yang saya pilih merupakan lembaga yang amanah, transparan, dan profesional dalam menyalurkan dana crowdfunding kepada masyarakat. | 84 84% | 13 13% | 3 3% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |
| 6 | Saya meyakini bahwa dana yang terkumpul pada Campaigner yang saya pilih telah didistribusikan secara baik dan tepat. | 84 84% | 11 11% | 5 5% | 0 0% | 0 0% | 100 100% |

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas pertanyaan yang dijawab responden yaitu Campaigner yang saya pilih merupakan lembaga yang amanah, transparan, dan profesional dalam menyalurkan dana crowdfunding kepada masyarakat dan Saya meyakini bahwa dana yang terkumpul pada Campaigner yang saya pilih telah didistribusikan secara baik dan tepat masing-masing dengan jawaban sangat setuju sebanyak 84 responden atau 84%

4.1.3. Uji Validitas

1. Uji validitas Transparansi

Hasil uji validitas transparansi dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Uji Validitas Transparansi
N=100

| No. | Pertanyaan | Rhitung | r_{tabel} | Signifikansi | Keterangan |
|-----|------------|---------|--------------------|--------------|------------|
| 1 | Item_1 | 0,908 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 2 | Item_2 | 0,870 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 3 | Item_3 | 0,865 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 4 | Item_4 | 0,889 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 5 | Item_5 | 0,884 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 6 | Item_6 | 0,838 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 7 | Item_7 | 0,805 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 8 | Item_8 | 0,843 | 0,374 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada pengujian diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau taraf signifikansi $< 0,05$ sehingga seluruh item tersebut di atas adalah valid.

2. Uji validitas Akuntabilitas

Hasil uji validitas akuntabilitas dapat ditunjukkan seperti tabel di bawah ini:

Tabel 4.7

Uji Validitas Akuntabilitas

N=100

| No. | Pertanyaan | Rhitung | r_{tabel} | Signifikansi | Keterangan |
|-----|------------|---------|-------------|--------------|------------|
| 1 | Item_1 | 0,878 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 2 | Item_2 | 0,881 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 3 | Item_3 | 0,887 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 4 | Item_4 | 0,824 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 5 | Item_5 | 0,881 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 6 | Item_6 | 0,884 | 0,374 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada pengujian diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau taraf signifikansi $< 0,05$ sehingga seluruh item tersebut di atas adalah valid.

3. Uji validitas Kepercayaan

Hasil uji validitas kepercayaan dapat ditunjukkan seperti tabel di bawah ini:

Tabel 4.8

Uji Validitas Kepercayaan

N=100

| No. | Pertanyaan | Rhitung | r_{tabel} | Signifikansi | Keterangan |
|-----|------------|---------|--------------------|--------------|------------|
| 1 | Item_1 | 0,846 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 2 | Item_2 | 0,859 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 3 | Item_3 | 0,884 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 4 | Item_4 | 0,884 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 5 | Item_5 | 0,899 | 0,374 | 0,000 | Valid |
| 6 | Item_6 | 0,874 | 0,374 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada pengujian diperoleh $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ atau taraf signifikansi $< 0,05$ sehingga seluruh item tersebut di atas adalah valid

4.1.4. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini ditunjukkan seperti tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas

| No | Variabel | <i>Cronbach Alpha</i> | Standar Cronbach Alpha | Keterangan |
|----|--------------|-----------------------|------------------------|------------|
| 1 | Transparansi | 0,950 | $\geq 0,600$ | Reliabel |

| | | | | |
|---|---------------|-------|--------------|----------|
| 2 | Akuntabilitas | 0,937 | $\geq 0,600$ | Reliabel |
| 3 | Kepercayaan | 0,938 | $\geq 0,600$ | Reliabel |

Sumber: Data diolah, 2022

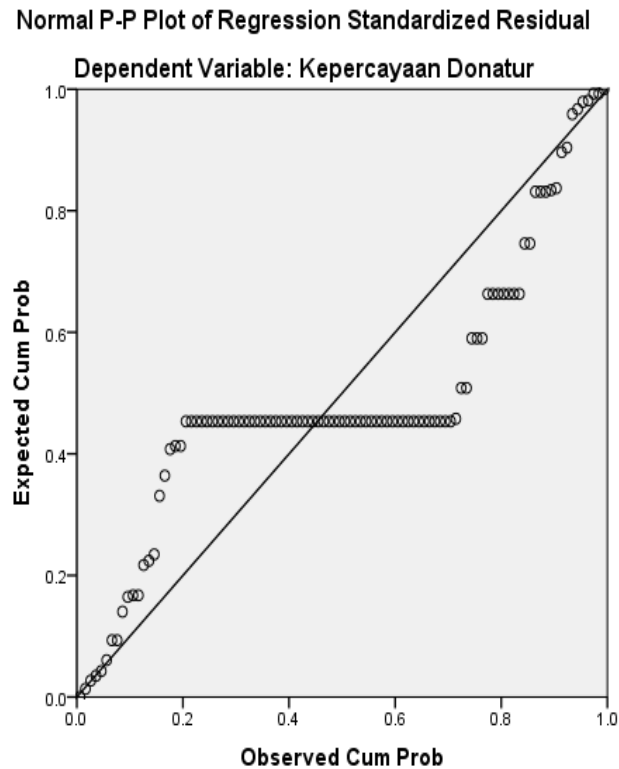
Berdasarkan tabel diatas, nilai *Cronbach alpha* yang dihasilkan $> 0,600$ sehingga item pertanyaan pada variable didalam penelitian ini reliabel atau handal

4.1.5. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plo.

Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan seperti gambar dibawah ini:



Gambar 4.1.
Uji Normalitas *Scater Plot*

Berdasarkan 57 lable 4.1. diatas data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas

2. Uji Linieritas

Uji linearitas adalah uji untuk mengetahui apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linear atau tidak. Kriterianya jika koefisien signifikansi lebih besar dari harga *alpha* yang ditentukan, yaitu 5% atau 0,05, maka dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.

Hasil uji linieritas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.10
Uji Linieritas

| No | | F | Sig |
|----|-------------------------------------|----------|--------|
| 1 | Kepercayaan Donatur * Transparansi | 2023.858 | .000 |
| 2 | Kepercayaan Donatur * Akuntabilitas | 0,937 | ≥0,600 |

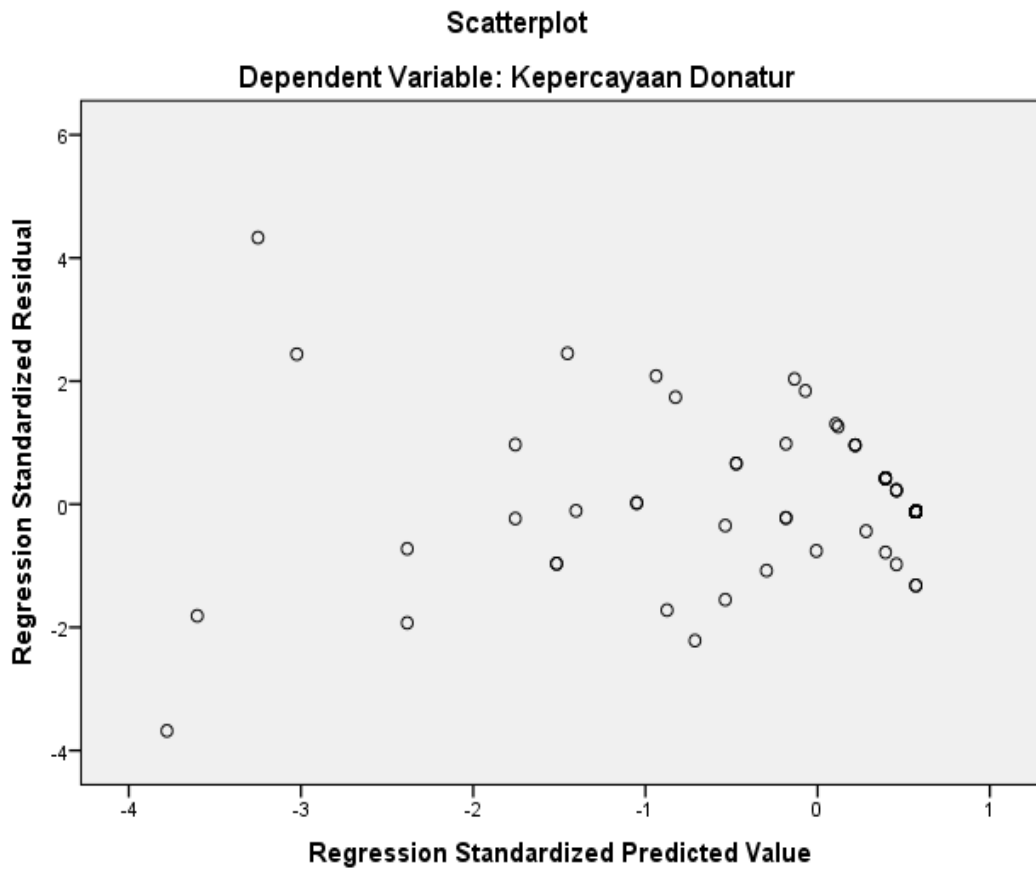
Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi yang dihasilkan $<0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa garis regresi berbentuk linear.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas



Gambar 4.2.
Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 diatas tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisita

4.1.6. Regresi Linier Berganda

Tabel 4.11
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|--------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| | 1 (Constant) | 3.621 | .831 | | 4.358 | .000 | |
| Transparansi | .447 | .071 | .650 | 6.300 | .000 | .092 | 10.873 |
| Akuntabilitas | .286 | .095 | .311 | 3.011 | .003 | .092 | 10.873 |

a. Dependent Variable: Kepercayaan Donatur

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut”

$$Y = 3.621 + 0,447X_1 + 0.286 X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan seperti penjelasan dibawah ini::

1) *Constanta*

Constanta atau disebut konstanta yang dihasilkan sebesar 3.621 artinya positif sehingga apabila variabel independen dianggap nol maka kepercayaan akan memiliki rata-rata 3.621

2) *Transparansi (X₁)*

Koefisien regresi yang dihasilkan oleh transparansi adalah positif hal ini mengalami peningkatan satu satuan namun akan berpengaruh pada transparansi sebesar 0,447 selama syarat seluruhnya adalah konstan..

3) Akuntabilitas (X_2)

Koefisien regresi pada akuntabilitas menghasilkan nilai positif yang berarti pada akuntabilitas ada peningkatan satu satuan dan tentunya akan berdampak pada peningkatan kepercayaan 0.286 selama syarat keeseluruhannya adalah konstan

4.1.7. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (SCM) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (BT).

1) Pengaruh Transparansi Terhadap Kepercayaan

Pada proses perhitungan menggunakan SPSS menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 6.300 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya trust ini transparansi terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima..

2) Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan

Pada proses perhitungan menggunakan SPSS menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 3.011 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya akuntabilitas terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model variabel bebas dalam menerangkan variasi dependen/tidak bebas (kepercayaan).

Hasil koefisien determinasi dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini.

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .951 ^a | .905 | .903 | .83111 | 1.632 |

a. Predictors: (Constant), Akuntabilitas, Transparansi

b. Dependent Variable: Kepercayaan Donatur

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel koefisien diatas telah menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,903 atau 90,3%, hal ini diartikan bahwa kepercayaan mampu menjelaskan pada varaabel transparansi dan akuntabilitas sedangkan sisanya 9,7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak tercakum dalam penelitian ini.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Transparansi Terhadap Kepercayaan

Hasil pengujian menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 6.300 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya trust ini transparansi terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Penelitian yang ditulis (Bestari, 2020) dengan judul “Motivation Analysis Of Crowdfunding Donation Based Disclosure”. Dua pendekatan yang berbeda untuk menilai motivasi

crowdfunding donasi online pengungkapan, seperti kepentingan tercerahkan diri mempertimbangkan sebagai bisnis yang etis dan akuntabilitas yang tulus sebagai bisnis wajib, selanjutnya penelitian yang ditulis (Ahmad & Rusdianto, 2018) menunjukkan (1) adanya pengaruh yang signifikan dari akuntabilitas lembaga amil zakat terhadap kepuasan publik, kemudian pada penelitian yang ditulis oleh (Kabib et al., 2021) menunjukkan bahwa secara parsial variabel akuntabilitas berpengaruh terhadap minat membayar zakat, kemudian secara parsial variabel transparansi berpengaruh tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk membayar zakat.. Penelitian yang ditulis oleh (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016) menunjukkan bahwa transparansi mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas muzakki.

Artinya semakin tinggi kepuasan muzakki dan transparansi lembaga maka semakin tinggi pula loyalitas muzakki. Sedangkan variabel independen akuntabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas muzakki Penelitian yang ditulis oleh (Ilyas Junjuran, 2020) sementara akuntabilitas dalam penelitian ini tidak mampu mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki pada lembaga amil zakat dompet amanah umat Kabupaten Sidoarjo Penelitian yang ditulis oleh (Fikri & Najib, 2021) adanya pengaruh yang signifikan antara transparansi terhadap minat muzakki.

Penelitian yang ditulis oleh (Suhaili & Mohd, 2017) Penggunaan crowdfunding masih dalam masa pertumbuhan, oleh karena itu ditemukan bahwa jumlah makalah akademis yang membahas bidang filantropi masih terbatas. Pentingnya penelitian ini adalah menangkap beberapa jalur dan kemungkinan secara umum untuk tujuan penggalangan dana wakaf di seluruh dunia dan dengan cara yang modern.

4.2.2. Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan

Hasil pengujian menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 3.011 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya akuntabilitas terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Penelitian yang ditulis oleh (Kabib et al., 2021) menunjukkan bahwa secara parsial variabel akuntabilitas berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Penelitian yang ditulis oleh (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016) variabel independen akuntabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas muzakki.

Penelitian yang ditulis oleh (Amalia & Tika, 2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntabilitas, transparansi, dan pelayanan kualitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzaki untuk membayar zakat. Akuntabilitas, transparansi, dan kualitas layanan secara bersamaan memiliki dampak positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat muzaki untuk membayar zakat. Penelitian yang ditulis (R.C. Santos & Dias, 2021) praktik akuntabilitas yang akurat sangat diperlukan agar pemangku kepentingan dapat mengambil keputusan yang tepat dalam keadaan darurat kompleks yang sedang berlangsung. Studi ini menggunakan data yang tersedia di platform crowdfunding online untuk menyelidiki sejauh mana lembaga nonprofit menerapkan kebijakan akuntabilitas dan transparansi terkait permohonan dana yang dipublikasikan selama pandemi COVID-19.

Penelitian yang ditulis oleh (Ilyas Junjuran, 2020) akuntabilitas dalam penelitian ini tidak mampu mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki pada lembaga amil zakat dompet amanah umat Kabupaten Sidoarjo Penelitian yang ditulis oleh (Fikri & Najib, 2021) Adanya pengaruh yang signifikan antara akuntabilitas terhadap minat muzakki. Penelitian yang ditulis oleh (Ihsan & Santika, 2021) Kajian-kajian yang ada membahas tentang pentingnya pertanggungjawaban wakaf, namun tidak satupun dari mereka yang meneliti sisi akuntabilitas dari *crowdfunding* wakaf.

4.2.3. Transparansi dan Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan donator.

Hasil pengujian menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 9.311 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya transparansi dan akuntabilitas terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Transparansi dan akuntabilitas merupakan hal yang kerap dituntut masyarakat dari sebuah lembaga *public*. Masyarakat merasa perlu mengetahui aliran dana dan kinerja lembaga tersebut. Apakah sumber daya yang mereka serahkan telah digunakan secara benar atau tidak. Penelitian yang dilakukan oleh Muh Ashari Assagaf (2016), menunjukkan hasil bahwa akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat di BAZNAS kota Makassar. Kemudian penelitian oleh Mohammad Fahmi Ikhwandha (2018) menunjukkan hasil bahwa akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bayar zakat melalui lembaga amil zakat

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Nilai t_{hitung} sebesar 6.300 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya trust ini transparansi terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Nilai t_{hitung} sebesar 3.011 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya akuntabilitas terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.
3. Nilai t_{hitung} sebesar 9.311 serta t_{tabel} sebesar 1,671 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) adapun nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, artinya transparansi dan akuntabilitas terbukti memiliki pengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, dalam penelitian ini maka, diajukan saran-saran berikut dibawa ini:

1. Bagi Instansi

Diharapkan terus menjaga dan meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas Laporan Keuangan untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk membuat metode atau cara yang dapat mendukung peningkatan transparansi dan

akuntabilitas, tidak hanya laporan keuangan tetapi transparansi dan akuntabilitas secara umum.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya, serta bagi peneliti selanjutnya yang dapat ditingkatkan dan dikaitkan dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, dan variabel lain yang mempengaruhi Tingkat Kepercayaan di luar penelitian ini dapat dijelaskan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Z. A., & Rusdianto, R. (2018). The Analysis of Amil Zakat Institution/Lembaga Amil Zakat (LAZ) Accountability toward Public Satisfaction and Trust. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i2.109-119>
- Amalia, N., & Tika, W. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan Terpadu Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat (Studi pada LAZ Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1756–1769.
- Aprilia, Lady, & Wibowo, S. S. (2017). The Impact of Social Capital on Crowdfunding Performance. *The South East Asian Journal of Management*, 11(1). <https://doi.org/10.21002/seam.v11i1.7737>
- Assagaf, M. A. (2016). Pengaruh akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat terhadap minat membayar muzaki membayar zakat (Studi pada BAZNAS Kota Makassar Ruang Lingkup UPZ Kantor Kementerian Agama Kota Makassar). *Skripsi UIN Alauddin Makassar*, 110–114.
- Athifah, A., Bayinah, A. N., & Bahri, E. S. (2018). Pengaruh Akuntabilitas Publik dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Kepercayaan Donatur pada Yayasan PPPA Daarul Qur'an Nusantara. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 2(1), 54–74. <https://doi.org/10.21070/perisai.v2i1.1496>
- Bestari, R. (2020). Motivation Analysis of Crowdfunding Donation Based Disclosure. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 277–289. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i2.158>
- Chen, Y., Dai, R., Yao, J., & Li, Y. (2019). Donate time or money? The determinants of donation intention in online crowdfunding. *Sustainability (Switzerland)*, 11(16). <https://doi.org/10.3390/su11164269>

- Fahmi, Z., & M.Nur, M. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Dan Kepercayaan, Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 1(3), 89. <https://doi.org/10.29103/jeru.v1i3.592>
- Fikri, M. K., & Najib, A. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Transparansi dan Akuntabilitas terhadap Minat dan Keputusan Muzakki Menyalurkan Zakat, di (LAZISNU) Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam ...*, 1(2), 106–121.
- Ihsan, H., & Santika, D. (2021). *Review of Accounting , Finance and Governance A Snapshot of Waqf Crowdfunding Accountability : The Case of*. 1(2), 16–27.
- Ilyas Junjuran, M. (2020). Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, dan IGCG terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki di Lembaga Amil Zakat Dompet Amanah Umat. *Akuntansi : Jurnal Akuntansi Integratif*, 6(2), 112–125. <https://doi.org/10.29080/jai.v6i2.289>
- Kabib, N., Al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Lutfi Mustofa, M. T. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>
- R.C. Santos, M., & Dias, R. (2021). Accountability and Transparency in the Nonprofits: Evidences From Online Crowdfunding During Covid-19 Pandemic. *5th EMAN Conference Proceedings (Part of EMAN Conference Collection)*, October, 49–54. <https://doi.org/10.31410/eman.2021.49>
- Salmawati, & Fitri, M. (2018). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 3(1), 54–66.
- Sitanggang, M. H. A. (2018). Memahami mekanisme crowdfunding dan motivasi berpartisipasi dalam platform Kitabisa.com. *E Journal UNDIP*, 6(3), 1–11.

- Studi, S., & Gunawan, A. (2020). *Jurnal Akutansi dan Audit Syariah Analisis Crowdfunding untuk Anak Perspektif Akuntansi*. 1(1), 21–31.
- Sudrajat, A. R. (2021). Akuntabilitas dan Transparansi Publik Bagaimana Pengaruh Terhadap Kinerja Satuan Perangkat Daerah di Kabupaten Sumedang. *Jurnal Education and Development*, 9(4), 395–402.
- Suhaili, N. A., & Mohd, R. P. (2017). Crowdfunding : A Collaborative Waqf Based Internet Platform. *Kuala Lumpur International Islamic Studies and Civilisations Conference - : Al Maqasid As -Syariah as the Guiding Principles of the Past, Present and Future Life"*, 2(5), 41–46.
- Walidah, Z. N., & Anah, L. (2020). Pengaruh Akuntabilitas Lembaga dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Kepercayaan Donatur Lembaga Amil Zakat Ummur Quro (Laz- Uq) Jombang. *JFAS : Journal of Finance and Accounting Studies*, 2(2), 90–104.
- Yuliafitri, I., & Khoiriyah, A. N. (2016). Pengaruh Kepuasan Muzakki. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 205–218.

LAMPIRAN

A. Identitas Responden

Petunjuk : Mohon memberi tanda (X) pada pilihan identitas responden dibawah ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a. 18 – 20 tahun
 - b. 21 – 23 tahun
 - c. 24 – 25 tahun

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Petunjuk: Mohon mengisi daftar pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda (√) pada alternatif jawaban yang paling sesuai dengan persepsi anda.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Untuk mempermudah responden dalam memahami pernyataan- pernyataan dalam kuesioner, maka peneliti memberikan sedikit informasi mengenai penelitian Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Donatur Wakaf Melalui *Crowdfunding*.

C. Kuesioner

1. Variabel Transparansi (X1)

| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|-----|--|----|---|----|----|-----|
| 1. | Campaigner menyediakan segala informasi yang dibutuhkan secara tepat waktu, memadai, jelas | | | | | |
| 2. | Campaigner menyediakan segala informasi yang akurat. | | | | | |
| 3. | Campaigner menyediakan segala informasi yang mudah diakses | | | | | |
| 4. | Akses untuk memperoleh dokumen tentang penyaluran donasi mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat secara luas. | | | | | |
| 5. | Campaigner menyediakan informasi yang mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat secara luas. | | | | | |
| 6. | Campaigner menyediakan informasi terkait penyaluran donasi mulai dari penghimpunan donasi hingga pendistribusiannya. | | | | | |
| 7. | Pengumuman kebijakan donasi mudah didapatkan oleh publik. | | | | | |
| 8. | Wujud transparansi penyaluran donasi adalah penyampaian laporan keuangan pertanggungjawaban Campaigner. | | | | | |

2. Variabel Akuntabilitas (X2)

| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|-----|--|----|---|----|----|-----|
| 1. | Campaigner menetapkan rincian fungsi, tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yang terdapat di dalam lembaga tersebut. | | | | | |
| 2. | Setiap bagian di dalam Campaigner melaksanakan tugasnya secara jujur. | | | | | |
| 3. | Campaigner memiliki ukuran kinerja yang jelas. | | | | | |
| 4. | Indikator hasil kinerja yang akan dicapai, ditetapkan dan telah digunakan untuk mengevaluasi perancangan donasi dan penyaluran donasi. | | | | | |
| 5. | Proses dan pertanggung jawaban dalam Perancangan donasi dan penyaluran donasi diawasi secara terus menerus. | | | | | |
| 6. | Laporan pertanggungjawaban disampaikan secara berkala sesuai dengan aturan yang berlaku. | | | | | |

3. Variabel Kepercayaan (Y)

| No. | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
|-----|--|----|---|---|----|-----|
| 1. | Campaigner memenuhi harapan saya dalam membantu masyarakat | | | | | |
| 2. | Saya merasa percaya Campaigner dalam membantu masyarakat. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 3. | Campaigner akan jujur dan tulus dalam membantu masyarakat, sesuai harapan saya . | | | | | |
| 4. | Campaigner akan selalu berusaha mengedepankan kepercayaan donatur dalam segala aspek. | | | | | |
| 5. | Campaigner yang saya pilih merupakan lembaga yang amanah, transparan, dan profesional dalam menyalurkan dana crowdfunding kepada masyarakat. | | | | | |
| 6. | Saya meyakini bahwa dana yang terkumpul pada Campaigner yang saya pilih telah didistribusikan secara baik dan tepat. | | | | | |
| 7. | Saya percaya bahwa dana yang terkumpul oleh Campaigner yang saya pilih selalu menghasilkan hasil yang positif | | | | | |
| 8. | Campaigner yang saya pilih merupakan salah satu Campaigner yang terpercaya/ kredibel. | | | | | |

Karakteristik Responden

Frequency Table

jenis_kelamin

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-Laki | 52 | 52.0 | 52.0 | 52.0 |
| | Perempuan | 48 | 48.0 | 48.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Usia

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 18 – 20 tahun | 14 | 14.0 | 14.0 | 14.0 |
| | 21 – 23 tahun | 46 | 46.0 | 46.0 | 60.0 |
| | 24 – 25 tahun | 40 | 40.0 | 40.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Distribusi Frekuensi

Frequency Table

x1.1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Setuju | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| Setuju | 16 | 16.0 | 16.0 | 21.0 |
| Sangat Setuju | 79 | 79.0 | 79.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x1.2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Setuju | 6 | 6.0 | 6.0 | 6.0 |
| Setuju | 17 | 17.0 | 17.0 | 23.0 |
| Sangat Setuju | 77 | 77.0 | 77.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x1.3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Setuju | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| Setuju | 19 | 19.0 | 19.0 | 24.0 |
| Sangat Setuju | 76 | 76.0 | 76.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x1.4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Kurang Setuju | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | Setuju | 19 | 19.0 | 19.0 | 24.0 |
| | Sangat Setuju | 76 | 76.0 | 76.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x1.5

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Kurang Setuju | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | Setuju | 19 | 19.0 | 19.0 | 24.0 |
| | Sangat Setuju | 76 | 76.0 | 76.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x1.6

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Kurang Setuju | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | Setuju | 21 | 21.0 | 21.0 | 26.0 |
| | Sangat Setuju | 74 | 74.0 | 74.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x1.7

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | Kurang Setuju | 6 | 6.0 | 6.0 | 7.0 |
| | Setuju | 13 | 13.0 | 13.0 | 20.0 |
| | Sangat Setuju | 80 | 80.0 | 80.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x1.8

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Kurang Setuju | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | Setuju | 14 | 14.0 | 14.0 | 19.0 |
| | Sangat Setuju | 81 | 81.0 | 81.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x2.1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| Kurang Setuju | 4 | 4.0 | 4.0 | 5.0 |
| Setuju | 15 | 15.0 | 15.0 | 20.0 |
| Sangat Setuju | 80 | 80.0 | 80.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x2.2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Setuju | 7 | 7.0 | 7.0 | 7.0 |
| Setuju | 13 | 13.0 | 13.0 | 20.0 |
| Sangat Setuju | 80 | 80.0 | 80.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x2.3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Kurang Setuju | 7 | 7.0 | 7.0 | 7.0 |
| | Setuju | 13 | 13.0 | 13.0 | 20.0 |
| | Sangat Setuju | 80 | 80.0 | 80.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x2.4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Kurang Setuju | 4 | 4.0 | 4.0 | 4.0 |
| | Setuju | 14 | 14.0 | 14.0 | 18.0 |
| | Sangat Setuju | 82 | 82.0 | 82.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x2.5

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Kurang Setuju | 4 | 4.0 | 4.0 | 4.0 |
| | Setuju | 16 | 16.0 | 16.0 | 20.0 |
| | Sangat Setuju | 80 | 80.0 | 80.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

x2.6

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Kurang Setuju | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | Setuju | 18 | 18.0 | 18.0 | 23.0 |
| | Sangat Setuju | 77 | 77.0 | 77.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

y1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | Kurang Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 2.0 |
| | Setuju | 15 | 15.0 | 15.0 | 17.0 |
| | Sangat Setuju | 83 | 83.0 | 83.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

y2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| Kurang Setuju | 2 | 2.0 | 2.0 | 3.0 |
| Setuju | 18 | 18.0 | 18.0 | 21.0 |
| Sangat Setuju | 79 | 79.0 | 79.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

y3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Setuju | 4 | 4.0 | 4.0 | 4.0 |
| Setuju | 15 | 15.0 | 15.0 | 19.0 |
| Sangat Setuju | 81 | 81.0 | 81.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

y4

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Setuju | 4 | 4.0 | 4.0 | 4.0 |
| Setuju | 19 | 19.0 | 19.0 | 23.0 |
| Sangat Setuju | 77 | 77.0 | 77.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

y5

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Setuju | 3 | 3.0 | 3.0 | 3.0 |
| Setuju | 13 | 13.0 | 13.0 | 16.0 |
| Sangat Setuju | 84 | 84.0 | 84.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

y6

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Setuju | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| Setuju | 11 | 11.0 | 11.0 | 16.0 |
| Sangat Setuju | 84 | 84.0 | 84.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Validitas

Correlations

Correlations

| | Transpara nsi | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | x1.5 | x1.6 | x1.7 | x1. 8 |
|---|------------------|--------|--------|-------|--------|-------|-------|-------|----------|
| Transparan si Pearson Correlation | 1 | .908** | .870** | .865* | .889** | .884* | .838* | .805* | .843** |

| | | | | | | | | | | |
|------|---------------------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.1 | Pearson Correlation | .908** | 1 | .760** | .718* | .751** | .784* | .691* | .770* | .792** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.2 | Pearson Correlation | .870** | .760** | 1 | .684* | .747** | .715* | .751* | .649* | .694** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.3 | Pearson Correlation | .865** | .718** | .684** | 1 | .738** | .804* | .710* | .640* | .682** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.4 | Pearson Correlation | .889** | .751** | .747** | .738* | 1 | .771* | .775* | .611* | .750** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .00 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.5 | Pearson Correlation | .884** | .784** | .715** | .804* | .771** | 1 | .678* | .640* | .716** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .00 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.6 | Pearson Correlation | .838** | .691** | .751** | .710* | .775** | .678* | 1 | .587* | .590** |
| | Sig. (2-tailed) | | | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .00 |
| | N | | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | | | | |
|------|---------------------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.7 | Pearson Correlation | .805** | .770** | .649** | .640* | .611** | .640* | .587* | 1 | .618** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x1.8 | Pearson Correlation | .843** | .792** | .694** | .682* | .750** | .716* | .590* | .618* | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

Correlations

| | Akuntabili | x2.1 | x2.2 | x2.3 | x2.4 | x2.5 | x2.6 |
|---------------|---------------------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|
| Akuntabilitas | Pearson Correlation | 1 | .878* | .881* | .887** | .824** | .881** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x2.1 | Pearson Correlation | .878** | 1 | .746* | .806** | .563** | .703** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x2.2 | Pearson Correlation | .881** | .746* | 1 | .674** | .757** | .690** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x2.3 | Pearson Correlation | .887** | .806* | .674* | 1 | .620** | .757** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x2.4 | Pearson Correlation | .824** | .563* | .757* | .620** | 1 | .767** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| x2.5 | Pearson Correlation | .881** | .703* | .690* | .757** | .767** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | | |
|------|-----------------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|-----|
| x2.6 | Pearson | | | | | | | |
| | Correlation | .884** | .749* | .735* | .766** | .648** | .721** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations

Correlations

| | | Kepercayaa n Donatur | y1 | y2 | y3 | y4 | y5 | y6 |
|------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Kepercayaan Donatur | Pearson Correlation | 1 | .846 [*] | .859 ^{**} | .884 ^{**} | .884 ^{**} | .899 ^{**} | .874 ^{**} |
| | Sig. (2- tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| y1 | Pearson Correlation | .846 ^{**} | 1 | .647 ^{**} | .660 ^{**} | .644 ^{**} | .803 ^{**} | .705 ^{**} |
| | Sig. (2- tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| y2 | Pearson Correlation | .859 ^{**} | .647 [*] | 1 | .671 ^{**} | .788 ^{**} | .696 ^{**} | .678 ^{**} |
| | Sig. (2- tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| y3 | Pearson Correlation | .884 ^{**} | .660 [*] | .671 ^{**} | 1 | .741 ^{**} | .794 ^{**} | .771 ^{**} |
| | Sig. (2- tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| y4 | Pearson Correlation | .884 ^{**} | .644 [*] | .788 ^{**} | .741 ^{**} | 1 | .734 ^{**} | .712 ^{**} |
| | Sig. (2- tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | | |
|----|---------------------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| y5 | Pearson Correlation | .899** | .803* | .696** | .794** | .734** | 1 | .713** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| y6 | Pearson Correlation | .874** | .705* | .678** | .771** | .712** | .713** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



RELIABILITAS

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 100 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 100 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .950 | 8 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|------|--------|----------------|-----|
| x1.1 | 4.7400 | .54346 | 100 |
| x1.2 | 4.7100 | .57375 | 100 |
| x1.3 | 4.7100 | .55587 | 100 |
| x1.4 | 4.7100 | .55587 | 100 |
| x1.5 | 4.7100 | .55587 | 100 |
| x1.6 | 4.6900 | .56309 | 100 |
| x1.7 | 4.7200 | .62085 | 100 |
| x1.8 | 4.7600 | .53409 | 100 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| x1.1 | 33.0100 | 11.525 | .877 | .940 |
| x1.2 | 33.0400 | 11.514 | .826 | .943 |
| x1.3 | 33.0400 | 11.635 | .821 | .943 |
| x1.4 | 33.0400 | 11.534 | .852 | .941 |
| x1.5 | 33.0400 | 11.554 | .846 | .941 |
| x1.6 | 33.0600 | 11.714 | .785 | .945 |
| x1.7 | 33.0300 | 11.565 | .736 | .949 |
| x1.8 | 32.9900 | 11.848 | .795 | .945 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---------|----------|----------------|------------|
| 37.7500 | 15.058 | 3.88047 | 8 |

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 100 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 100 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .937 | 6 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|------|--------|----------------|-----|
| x2.1 | 4.7400 | .57945 | 100 |
| x2.2 | 4.7300 | .58353 | 100 |
| x2.3 | 4.7300 | .58353 | 100 |
| x2.4 | 4.7800 | .50412 | 100 |
| x2.5 | 4.7600 | .51483 | 100 |
| x2.6 | 4.7200 | .55195 | 100 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| x2.1 | 23.7200 | 5.779 | .817 | .925 |
| x2.2 | 23.7300 | 5.755 | .821 | .924 |
| x2.3 | 23.7300 | 5.734 | .829 | .923 |
| x2.4 | 23.6800 | 6.240 | .754 | .932 |
| x2.5 | 23.7000 | 6.030 | .829 | .923 |
| x2.6 | 23.7400 | 5.871 | .829 | .923 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---------|----------|----------------|------------|
| 28.4600 | 8.392 | 2.89695 | 6 |

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 100 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 100 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .938 | 6 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|----|--------|----------------|-----|
| y1 | 4.8000 | .49237 | 100 |
| y2 | 4.7500 | .53889 | 100 |
| y3 | 4.7700 | .50960 | 100 |
| y4 | 4.7300 | .52905 | 100 |
| y5 | 4.8100 | .46482 | 100 |
| y6 | 4.7900 | .51825 | 100 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| y1 | 23.8500 | 5.139 | .778 | .930 |
| y2 | 23.9000 | 4.939 | .789 | .929 |
| y3 | 23.8800 | 4.975 | .829 | .924 |
| y4 | 23.9200 | 4.903 | .826 | .924 |
| y5 | 23.8400 | 5.105 | .856 | .922 |
| y6 | 23.8600 | 4.970 | .814 | .926 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---------|----------|----------------|------------|
| 28.6500 | 7.119 | 2.66809 | 6 |

Regression

Descriptive Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---------------------|---------|----------------|-----|
| Kepercayaan Donatur | 28.6500 | 2.66809 | 100 |
| Transparansi | 37.7500 | 3.88047 | 100 |
| Akuntabilitas | 28.4600 | 2.89695 | 100 |

Correlations

| | | Kepercayaan Donatur | Transparansi | Akuntabilitas |
|---------------------|---------------------|---------------------|--------------|---------------|
| Pearson Correlation | Kepercayaan Donatur | 1.000 | .947 | .931 |
| | Transparansi | .947 | 1.000 | .953 |
| | Akuntabilitas | .931 | .953 | 1.000 |
| Sig. (1-tailed) | Kepercayaan Donatur | . | .000 | .000 |
| | Transparansi | .000 | . | .000 |
| | Akuntabilitas | .000 | .000 | . |
| N | Kepercayaan Donatur | 100 | 100 | 100 |
| | Transparansi | 100 | 100 | 100 |
| | Akuntabilitas | 100 | 100 | 100 |

Variables Entered/Removed^a

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------|-------------------|--------|
| | | | |

| | | | |
|---|---|---|-------|
| 1 | Akuntabilitas, Transparansi ^b | . | Enter |
|---|---|---|-------|

a. Dependent Variable: Kepercayaan Donatur

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .951 ^a | .905 | .903 | .83111 | 1.632 |

a. Predictors: (Constant), Akuntabilitas, Transparansi

b. Dependent Variable: Kepercayaan Donatur

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 637.747 | 2 | 318.874 | 461.635 | .000 ^b |
| | Residual | 67.003 | 97 | .691 | | |
| | Total | 704.750 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepercayaan Donatur

b. Predictors: (Constant), Akuntabilitas, Transparansi

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|--------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| | | 1 | (Constant) | 3.621 | .831 | | 4.358 | .000 |
| | Transparansi | .447 | .071 | .650 | 6.300 | .000 | .092 | 10.873 |
| | Akuntabilitas | .286 | .095 | .311 | 3.011 | .003 | .092 | 10.873 |

a. Dependent Variable: Kepercayaan Donatur

Collinearity Diagnostics^a

| Model | Dimensi | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | | |
|-------|---------|------------|-----------------|----------------------|--------------|---------------|
| | | | | (Constant) | Transparansi | Akuntabilitas |
| 1 | 1 | 2.993 | 1.000 | .00 | .00 | .00 |
| | 2 | .007 | 21.150 | 1.00 | .02 | .02 |
| | 3 | .000 | 78.733 | .00 | .98 | .98 |

a. Dependent Variable: Kepercayaan Donatur

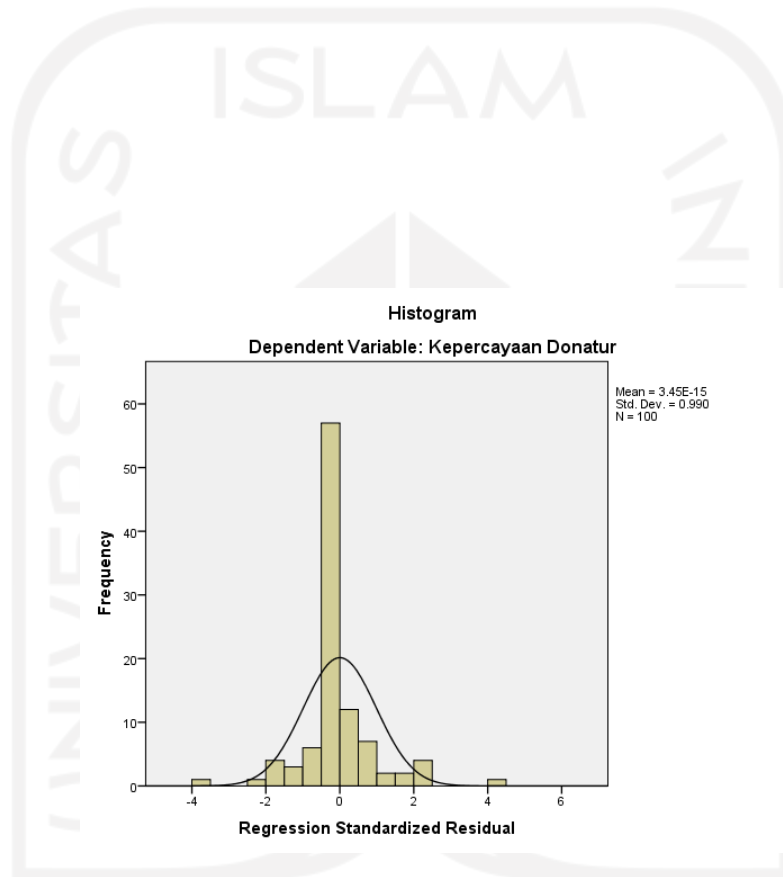
Residuals Statistics^a

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|-----------------|---------|---------|---------|----------------|-----|
| Predicted Value | 19.0594 | 30.0970 | 28.6500 | 2.53809 | 100 |

| | | | | | |
|----------------------|----------|---------|--------|--------|-----|
| Residual | -3.05944 | 3.59901 | .00000 | .82267 | 100 |
| Std. Predicted Value | -3.779 | .570 | .000 | 1.000 | 100 |
| Std. Residual | -3.681 | 4.330 | .000 | .990 | 100 |

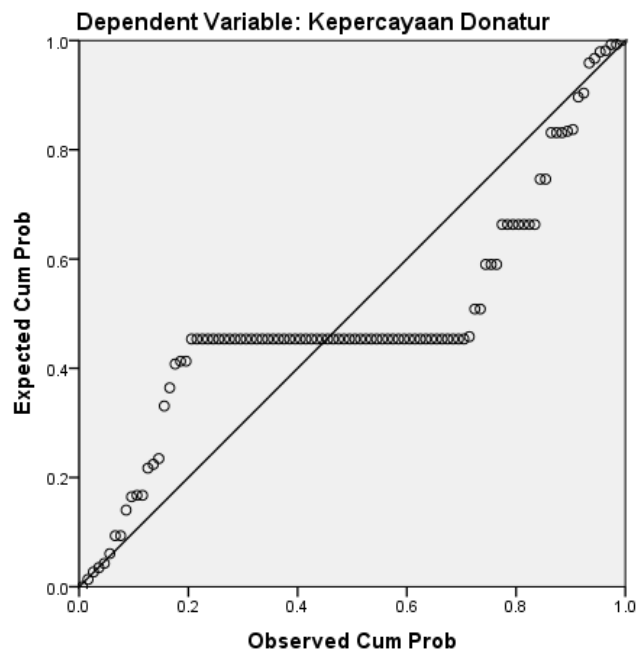
a. Dependent Variable: Kepercayaan Donatur

Charts

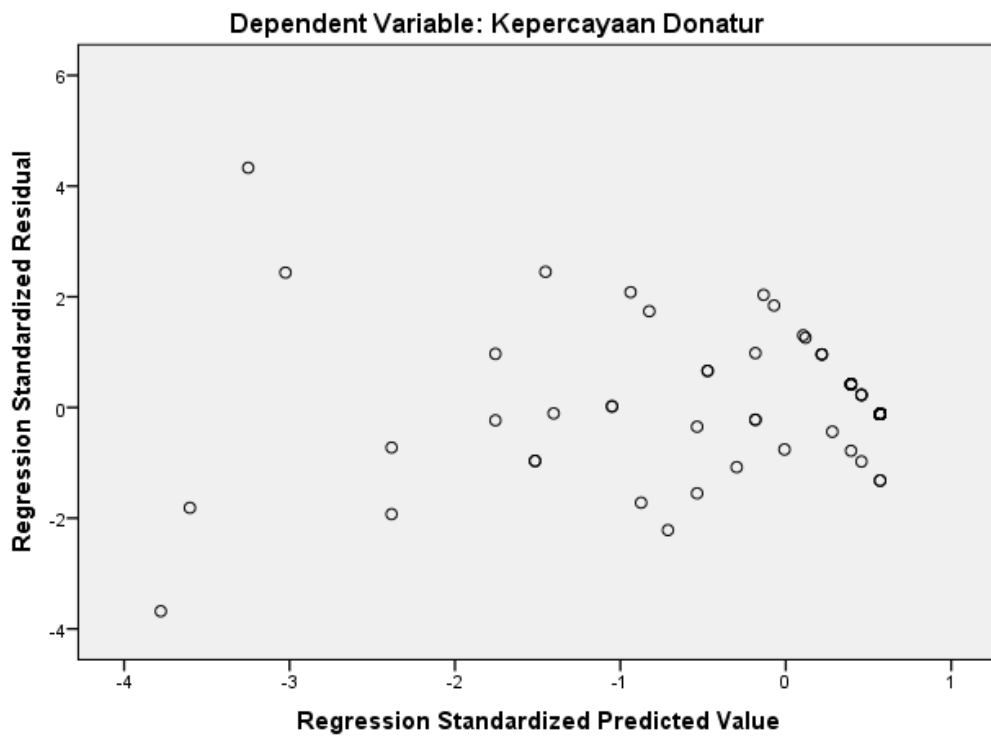


الجامعة الإسلامية
الاستاذة الأندلسية

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



LINIERITAS

Means

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--|----------|---------|----------|---------|-------|---------|
| | Included | | Excluded | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| Kepercayaan Donatur * Transparansi | 100 | 100.0% | 0 | 0.0% | 100 | 100.0% |
| Kepercayaan Donatur * Akuntabilitas | 100 | 100.0% | 0 | 0.0% | 100 | 100.0% |

Kepercayaan Donatur * Transparansi

Report

Kepercayaan Donatur

| Transparansi | Mean | N | Std. Deviation |
|--------------|---------|---|----------------|
| 23.00 | 16.0000 | 1 | . |
| 24.00 | 18.0000 | 1 | . |
| 26.00 | 23.5000 | 2 | .70711 |
| 29.00 | 21.5000 | 2 | .70711 |
| 30.00 | 24.5000 | 2 | .70711 |
| 32.00 | 24.3333 | 3 | .57735 |
| 33.00 | 27.0000 | 1 | . |
| 34.00 | 26.6000 | 5 | 1.34164 |
| 35.00 | 26.0000 | 3 | 1.00000 |
| 36.00 | 28.6667 | 3 | 1.15470 |

| | | | |
|-------|---------|-----|---------|
| 37.00 | 28.4000 | 5 | 1.14018 |
| 38.00 | 29.6000 | 5 | .89443 |
| 39.00 | 29.7778 | 9 | .44096 |
| 40.00 | 29.9483 | 58 | .22340 |
| Total | 28.6500 | 100 | 2.66809 |

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|----------|------|
| Kepercayaan Donatur * Transparansi | Between Groups | (Combined) Linearity | 677.916 | 13 | 52.147 | 167.128 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 631.484 | 1 | 631.484 | 2023.858 | .000 |
| | | | 46.432 | 12 | 3.869 | 12.401 | .000 |
| | Within Groups | | 26.834 | 86 | .312 | | |
| Total | | 704.750 | 99 | | | | |

Measures of Association

| | R | R Squared | Eta | Eta Squared |
|---------------------------------------|------|-----------|------|-------------|
| Kepercayaan Donatur * Transparansi | .947 | .896 | .981 | .962 |

Kepercayaan Donatur * Akuntabilitas

Report

Kepercayaan Donatur

| Akuntabilitas | Mean | N | Std. Deviation |
|---------------|---------|-----|----------------|
| 18.00 | 19.3333 | 3 | 4.16333 |
| 20.00 | 23.0000 | 1 | . |
| 21.00 | 21.5000 | 2 | .70711 |
| 23.00 | 27.0000 | 1 | . |
| 24.00 | 24.0000 | 2 | .00000 |
| 25.00 | 25.1667 | 6 | .75277 |
| 26.00 | 29.0000 | 2 | 1.41421 |
| 27.00 | 27.7500 | 4 | .50000 |
| 28.00 | 27.2857 | 7 | 1.38013 |
| 29.00 | 29.7143 | 7 | .48795 |
| 30.00 | 29.9538 | 65 | .21145 |
| Total | 28.6500 | 100 | 2.66809 |

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| Kepercayaan Donatur * Akuntabilitas | Between Groups | (Combined) | 648.281 | 10 | 64.828 | 102.175 | .000 |
| | | Linearity | 610.330 | 1 | 610.330 | 961.938 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 37.952 | 9 | 4.217 | 6.646 | .000 |
| Within Groups | | | 56.469 | 89 | .634 | | |

| | | | | |
|-------|---------|----|--|--|
| Total | 704.750 | 99 | | |
|-------|---------|----|--|--|

Measures of Association

| | R | R Squared | Eta | Eta Squared |
|--|------|-----------|------|-------------|
| Kepercayaan Donatur * Akuntabilitas | .931 | .866 | .959 | .920 |

