

**PENGARUH AKUNTABILITAS, TRANSPARANSI, DAN
KEPERCAYAAN AFEKTIF TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT
PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**



SKRIPSI

Oleh:

Nama : Lestari Rezki Nurul Amalia

NIM : 19312357

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH AKUNTABILITAS, TRANSPARANSI, DAN
KEPERCAYAAN AFEKTIF TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT
PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika UII

Oleh:

Nama : Lestari Rezki Nurul Amalia

No. Mahasiswa : 19312357

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Demi ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis yang menjadi acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 7 Februari 2023

Penulis



Lestari Rezki Nurul Amalia

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kepercayaan Afektif Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi

Diajukan oleh:

Nama : Lestari Rezki Nurul Amalia

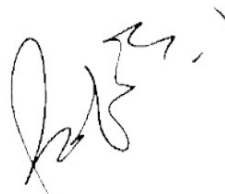
NIM : 19312357

Program Studi : Akuntansi

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 16 Maret 2023

Dosen Pembimbing,



(Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kepercayaan Afektif Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi

Disusun oleh : LESTARI REZKI NURUL AMALIA

Nomor Mahasiswa : 19312357

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 02 Maret 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS.

Penguji : Aditya Pandu Wicaksono, SE., Ak., M.Ak.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Ajim, SE., M.Si., Ph.D., CFRA, CertIPSAS.

MOTTO

Wahai orang-orang yang beriman! Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap-siaga (di perbatasan negerimu) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.

(QS. Ali Imran:200)

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

(QS Al-Insyirah:5-6)

“Bersungguh-sungguhlah untuk mendapatkan apa yang bermanfaat bagimu dan mintalah pertolongan kepada Allah (dalam setiap urusan) serta janganlah sekali-kali engkau merasa lemah”.

(H.R Muslim)

“Man Jadda Wajada, barangsiapa yang bersungguh-sungguh pasti berhasil”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, skripsi ini saya persembahkan untuk:

La Kuuru dan Ratia

Semua doa, semangat, nasehat, motivasi dan ketulusan yang diberikan setiap hari untuk sampai skripsi ini bisa selesai tepat waktu. Semoga skripsi ini menjadikan awal yang baik untuk masa depan

Wulan Ayu Putri Ratman dan Devi Rahayu Nurul Kurniawan

Semua doa, nasehat, semangat, motivasi dan pendengar bagi adik kalian ini semoga bisa menjadi seperti kalian, yang membanggakan kedua orang tua.

Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM.

Untuk pelajaran selama proses pengajaran dan bimbingan skripsi, memberikan saran dan masukan sampai skripsi ini terselesaikan.

Sahabat-Sahabat Seperjuangan

Untuk semua semangat, bantuan, motivasi, dan dukungan yang diberikan selama mengerjakan skripsi ini, sahabat SMA dan Kuliah susah senang kita bersama.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kita panjatkan atas rahmat Allah SWT, berkat rahmat serta karunia-Nya kesehatan serta nikmat ilmu sehingga dalam penulis menyelesaikan penelitian ini sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata-1 pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam kita aturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan pengikutnya membawa penerang kehidupan bagi seluruh umat Islam sebagai rahmatan lil'alamin.

Penelitian dengan judul **Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Kepercayaan Afektif Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi** penelitian ini disusun berdasarkan hasil penulis yang dilakukan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi manfaat untuk perkembangan ilmu di bidang akuntansi terutama pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Pada penelitian ini penulis menyadari bahwa dalam menyusun penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak di mana penulis mengharapkan dari hati terdalam. Penelitian ini menyadarkan penulis bahwa dalam menyelesaikannya tidak lepas dari semua bantuan moril

maupun material dari semua pihak yang terikat dengan penulis. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Johan Arifin S.E., M.SI., Ph.D., CfrA, CertIPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis & Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Yang terhormat, Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM. Selaku Dosen pembimbing skripsi, yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan masukan dalam menyusun skripsi ini.
3. Yang terhormat, seluruh dosen Fakultas Bisnis & Ekonomika Universitas Islam Indonesia atas ilmu yang diajarkan dan diberikan kepada penulis.
4. Kedua orang tua, Bapak La Kuuru dan Ibu Ratia yang telah memberikan doa, dukungan moril maupun material dari sejak kecil sampai sekarang. Semua yang diberikan tidak akan sebanding dengan apa pun, terima kasih bapak dan mama.
5. Kedua kakak saya, Devi Rahayu Nurul Kurniawan dan Wulan Ayu Putri Ratman, terima kasih semua atas dukungan, nasehat dan uang jajan yang diberikan kepada adik kalian ini.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan, Ama, Lili, Yolana, Tika, Nahda, dan Athira. Sukses untuk kita semua.
7. Sahabat-Sahabat perantauan, Feren, Ais, Redha, Fabi, Vera, Reni, Akbar dan Dani.

8. Kakak-kakak yang selalu memberikan nasehat, Nia, Rahma, Wulan, Ira, Martin, Aceng, dan Intan.
9. Kawan-Kawan seperjuangan di kampus FBE, sukses untuk kita semua.

Semua bentuk kasih sayang yang diberikan dalam bentuk bantuan dan pertolongan kepada penulis, semoga Allah SWT memberikan balasan beribu pahala dan nikmat kehidupan. Penulis menyadari masih kurang dari kata sempurna dalam membuat skripsi ini, semoga dapat bermanfaat dalam menambah wawasan ilmu bagi pembaca maupun umum.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Yogyakarta, 7 Februari 2023

Penulis,

(Lestari Rezki Nurul Amalia)

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Berita Acara.....	v
Halaman Motto.....	vii
Halaman Persembahan.....	viii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel	xix
Daftar Gambar.....	xxi
Daftar Lampiran	xxii
Abstrak.....	xxiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8

1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel	12
2.1.1 Teori atribusi	12
2.1.2 Definisi Kepercayaan Afektif	14
2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Afektif.....	16
2.1.4 Definisi Religiositas.....	18
2.1.5 Definisi Minat Muzakki.....	22
2.1.6 Definisi Zakat.....	24
2.1.7 Dasar Hukum dan Hikma Zakat	26
2.1.8 Syarat Wajib Zakat	28
2.1.9 Mustahiq atau Menerima Zakat	31
2.1.10 Pengelolaan Zakat.....	33
2.1.11 Definisi Akuntabilitas	35
2.1.12 Akuntabilitas Perspektif Islam.....	37
2.1.13 Definisi Transparansi.....	39
2.1.14 Transparansi Perspektif Islam.....	41

2.1.15 Badan Amil Zakat Nasional Provinsi	
Daerah Istimewa Yogyakarta.....	42
2.2 Penelitian Terdahulu	44
2.3 Pengembangan Hipotesis	52
2.3.1 Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat (X1)	
terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS (Y)	52
2.3.2 Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat (X2)	
terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS (Y)	53
2.3.3 Kepercayaan Afektif (X3)	
terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS (Y)	55
2.3.4 Pengaruh Religiositas (Z) sebagai variabel	
moderasi dalam memperkuat pengaruh	
Akuntabilitas (X1) terhadap Minat membayar zakat (Y)	56
2.3.5 Pengaruh Religiositas (Z) sebagai variabel	
moderasi dalam memperkuat pengaruh Transparansi (X2)	
terhadap Minat membayar zakat (Y)	58
2.3.6 Pengaruh Religiositas (Z) sebagai variabel	
moderasi dalam memperkuat pengaruh Kepercayaan	

Afektif (X3) terhadap Minat membayar zakat (Y) 60

2.4 Kerangka Konseptual 62

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian 63

3.1.1 Jenis Penelitian..... 63

3.1.2 Lokasi Dan Subyek Penelitian..... 63

3.1.3 Populasi dan Sampel..... 63

3.1.4 Teknik Pengambilan Sampel 65

3.1.5 Sumber Data Penelitian..... 66

3.2 Teknik Pengumpulan Data 66

3.3.1 Kuesioner..... 66

3.3.2 Study Pustaka..... 67

3.3 Definisi Operasional Variabel 67

3.4 Skala Pengukuran 70

3.5 Uji Coba Instrumen 71

3.5.1 Uji Pilot Pertama..... 71

3.5.2 Uji Pilot Kedua 72

3.6 Metode Analisis Data 74

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	74
3.6.2 Structur Equition Modeling (SEM)	75
3.6.3 Partial Least Squares (PLS)	75
3.6.4 Pengujian Outer Model.....	75
3.6.5 Pengujian Inner Model (Model Struktural).....	77

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	78
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	78
4.2 Karakteristik Responden	79
4.2.1 Jenis Kelamin.....	80
4.2.2 Usia	80
4.2.3 Penghasilan	81
4.2.4 Pekerjaan.....	82
4.3 Analisis Deskriptif.....	83
4.3.1 Tingkat Persetujuan Responden.....	83
4.3.2 Analisis Deskriptif Akuntabilitas.....	84
4.3.3 Analisis Deskriptif Transparansi.....	86
4.3.4 Analisis Deskriptif Kepercayaan Afektif.....	88

4.3.5 Analisis Deskriptif Religiositas	90
4.3.6 Analisis Deskriptif Minat Membayar Zakat	93
4.4 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)	95
4.5 Pengujian Inner Model (Model Struktural)	100
4.6 Hasil Uji Hipotesis	101
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	106
4.7.1 Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat terhadap Minat membayar Zakat di BAZNAS	106
4.7.2 Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat terhadap Minat membayar Zakat di BAZNAS	107
4.7.3 Pengaruh Kepercayaan Afektif terhadap Minat membayar Zakat di BAZNAS	109
4.7.4 Peran Religiositas Dalam Memoderasi Hubungan Akuntabilitas Lembaga Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS	110
4.7.5 Peran Religiositas Dalam Memoderasi Hubungan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS	111

4.7.6 Peran Religiositas Dalam Memoderasi Hubungan Kepercayaan Afektif Lembaga Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS	112
--	-----

BAB V PENUTUP

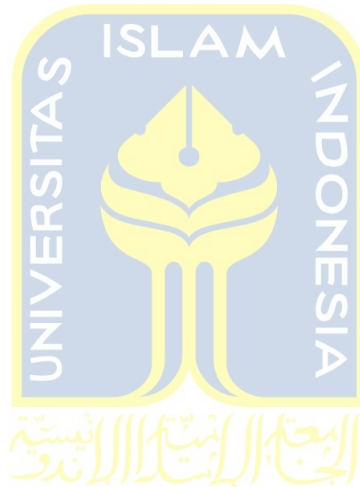
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Implikasi	117
5.3 Keterbatasan	118
5.4 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN.....	124



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	68
Tabel 3.2 Skala Likert.....	70
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	80
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	81
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel 4.5 Kriteria Pembobotan Responden	83
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Akuntabilitas.....	84
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Transparansi.....	86
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kepercayaan Afektif.....	88
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Religiositas.....	91
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Minat Membayar Zakat	93
Tabel 4.11 Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) Yang Menunjukkan OuterLoding.....	97
Tabel 4.12 Korelasi Antara Konstrak (Akar Ave)	98

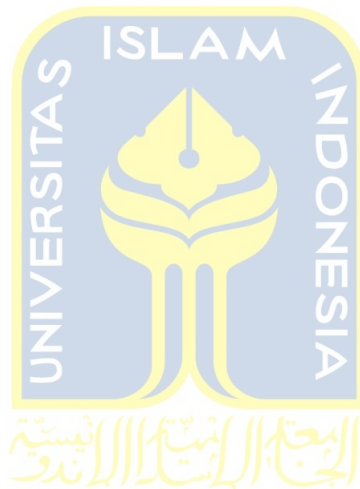
Tabel 4.13 Cornbach's Alpha dan Composite Reliability	99
Tabel 4.14 Nilai R-Square.....	101
Tabel 4.15 Uji Hipotesis Hubungan Antar Variabel.....	101
Tabel 4.16 Hasil Uji Moderasi	103
Tabel 4.17 Ringkasan Hasil Hipotesis	105



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran Yang

Menunjukkan Outer Loading 96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	124
Lampiran 2 Tabulasi Data Mentah.....	128
Lampiran 3 Analisis Deskriptif.....	156
Lampiran 4 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)	158
Lampiran 5 Uji Validitas.....	159
Lampiran 6 Uji Reabilitas.....	161
Lampiran 7 Uji R Square.....	162
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	163



ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta dengan religiositas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas, transparansi, kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat dan hubungan religiositas sebagai moderasi dalam memperkuat pengaruh akuntabilitas, transparansi, kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Populasi diambil muzakki di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel penelitian yang diambil 150 responden. Metode analisis data menggunakan Model Persamaan Struktural dengan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan transparansi terhadap minat membayar zakat memiliki hasil positif dan signifikan; kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat memiliki hasil positif dan signifikan; religiositas sebagai variabel moderasi memperkuat pengaruh kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat. Meskipun demikian, hasil uji akuntabilitas terhadap minat membayar zakat memiliki hasil negatif dan tidak signifikan; religiositas sebagai variabel moderasi tidak memperkuat pengaruh akuntabilitas terhadap minat membayar zakat; religiositas sebagai variabel moderasi tidak memperkuat pengaruh transparansi terhadap minat membayar zakat.

Kata Kunci: Akuntabilitas, Transparansi, Kepercayaan Afektif, Minat Membayar Zakat, Religiositas.

ABSTRACT

The title of this study is the effect of accountability, transparency, and affective trust on the intention to pay zakat at the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) of the Special Region of Yogyakarta with religiosity as a moderating variable. This study aims to determine the effect of accountability, transparency, affective trust on the intention to pay zakat and religiosity as a moderator in strengthening the effect of accountability, transparency, affective trust on the intention to pay zakat. This research was conducted quantitatively and used a questionnaire as a data collection method. The population was taken by *muzakki* in the Special Province of Yogyakarta. The research sample taken was 150 respondents. The data analysis method uses the Structural Equation Model with Partial Least Square (PLS). The results of the study show that transparency on interest in paying zakat has positive and significant results; affective belief in the intention to pay zakat has positive and significant results; religiosity as a moderating variable strengthens the influence of affective beliefs on the intention to pay zakat. Nevertheless, the results of the accountability test on the intention to pay zakat have negative results and are not significant; religiosity as a moderating variable does not strengthen the effect of accountability on intention to pay zakat; religiosity as a moderating variable does not strengthen the effect of transparency on interest in paying zakat.

Keywords: Accountability, Transparency, Affective Trust, Intention to Pay Zakat, Religiosity

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi suatu negara memiliki banyak permasalahan yang dapat menghambat perekonomian dari semua aspek yang terlibat salah satunya dari tingkat kemiskinan di sebuah negara. Tingkat kemiskinan dipandang dari sisi ekonomi berupa kebutuhan dasar makanan yang mereka penuhi untuk sehari-hari, yang nantinya akan diukur setiap penduduk yang di bawah garis kemiskinan. Setiap negara baik negara maju maupun berkembang masih memiliki penduduk di bawah garis kemiskinan hanya saja tingkatannya berbeda-beda. Terutama negara berkembang yang di mana penduduk yang di bawah garis kemiskinan masih terbilang banyak dibandingkan dengan negara maju. Permasalahan inilah yang dapat membuat perkembangan ekonomi di suatu negara perkembangan menjadi lambat dikarenakan masih ada penduduk yang berada pada garis kemiskinan, sehingga perlunya suatu negara untuk membuat sebuah pengelolaan yang dapat menurunkan garis kemiskinan.

Permasalahan kemiskinan tidaklah mudah untuk diselesaikan, karena kemiskinan bukti kekuasaan Allah bahwa dengan permasalahan ini sejauh mana kepedulian hamba-Nya terhadap sesama manusia. Dalam Islam semua manusia diajarkan untuk saling tolong menolong dengan adanya hal tersebut dapat mempererat silaturahmi antar sesama umat Islam yang ada seluruh dunia. Dengan adanya hal tersebut salah satu cara yang digunakan Islam dalam membantu sesama

umat muslim dengan adanya syariat Islam yang mewajibkan umat muslim untuk membagikan sebagian hartanya kepada yang membutuhkan. Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk terbesar keempat di Dunia sekaligus negara muslim terbesar di dunia, di mana sekitar 86,88% masyarakatnya merupakan muslim (Kusnandar, 2021). Pada populasi muslim terbesar di dunia membuat potensi zakat yang direalisasikan akan terhitung banyak jika dilihat dari jumlah penduduk masyarakat Indonesia mayoritas beragama Islam membuat perlunya ada pengelolaan zakat yang baik agar zakat tersampaikan kepada yang tepat.

Zakat merupakan suatu kewajiban bagi seorang beragama Islam yang mampu untuk membayar sesuai dengan ketentuan dan diperuntukkan bagi yang berhak menerima zakat. Diketahui zakat dalam Islam merupakan rukun Islam ketiga, yang di mana setiap muslim diwajibkan membayar zakat sesuai dengan ketentuan Syariah Islam. Dengan pengelolaan yang terarah, karena zakat salah satu cara yang dimanfaatkan untuk memajukan kesejahteraan bagi orang-orang yang kurang mampu dalam segi finansial. Perintah untuk melakukan pembayaran zakat yang ada dalam Al-Quran dan Hadist. Salah satunya pada firman Allah dalam Al-Quran (QS. At-Taubah [9]:103) “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu menjadi ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”. Zakat terdiri dari zakat fitrah dan zakat harta. Zakat fitrah adalah suatu kewajiban yang ditunaikan pada saat bulan suci Ramadhan yang wajib hukumnya bagi umat Islam. Sementara zakat harta ialah sebagian harta dari kekayaan yang dikeluarkan oleh seorang muslim sesuai dengan

nisabnya. Mengingat hukum zakat diwajibkan bagi seluruh umat muslim, hal ini pastinya zakat harus dikelola dengan baik agar pemerataannya dapat menyeluruh.

Secara umum, zakat dapat diketahui dari harta yang dikeluarkan sesuai ketentuan pada takarannya masing-masing yang akan disalurkan pada orang yang tepat. Agar pengelolaan zakat dapat terlaksana dengan tepat maka diperlukan Organisasi Pengelolaan Zakat. Di Indonesia terdapat beberapa organisasi yang mengelola zakat salah satunya organisasi pengelolaan zakat yaitu Badan Amil Zakat (BAZNAS) yang diakui oleh Undang-Undang UU No.23 tahun 2011 berkaitan pengelolaan zakat (Peraturan Pemerintah RI, 2011). Sistem pengumpulan, pengelolaan dan pendistribusian zakat secara merata di seluruh wilayah Indonesia tujuan dari BAZNAS yang mengupayakan agar semua zakat dapat dikelola dengan prosedur yang telah ditentukan pemerintah Indonesia.

Potensi zakat di Indonesia sangatlah besar sekitar 327 Triliun, dengan kapasitas zakat sebesar itu membuat zakat menjadi salah satu solusi dalam menurunkan tingkat jumlah kemiskinan di Indonesia. Tetapi pada kenyataan di tahun 2019 penerimaan zakat 10,2 triliun pada tahun selanjutnya terjadi penurunan di tahun 2020 sebesar 8 triliun akibat adanya pandemi covid-19 di seluruh dunia. Di tahun 2021 adanya peningkatan sebesar 14 triliun. BAZNAS menargetkan untuk tahun 2022 bisa mencapai 26 triliun tapi masih jauh dari potensi zakat Indonesia yang sebesar Rp 327 Triliun (Tempo.co, n.d.). Dari sini kita melihat bahwa sebenarnya zakat yang ada di Indonesia masih terbilang jauh dari tingkat pencapaian yang diinginkan untuk memenuhi kesejahteraan masyarakat Indonesia

masih terbilang sedikit. Melihat juga salah satu potensi zakat di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di mana diperkirakan bisa mencapai 2 triliun rupiah untuk tahun 2022, namun hingga saat ini BAZNAS Provinsi dan BAZNAS Kabupaten/kota serta LAZ se-Yogyakarta baru terkumpul sebesar Rp 175 miliar dari seluruh jenis zakat, infak dan sedekah (JPNN.com, 2022). Hal ini membuktikan bahwa hingga sekarang masih terlalu banyak warga yang belum sepenuhnya memenuhi kewajiban untuk membayar zakat. Dari permasalahan tersebut BAZNAS DIY mengharapkan pemerintah harus turut andil dalam meningkatkan minat *muzakki* agar membayar zakat. Maka dari itu khususnya BAZNAS untuk melakukan berbagai terobosan kreativitas dalam meningkatkan pengumpulan ZIS dan inovasi dalam pengelolaan zakat.

Organisasi pengelolaan zakat seperti BAZNAS, dalam banyak kajian para ahli mengatakan ada penyebab yang memengaruhi minat masyarakat dalam membayar zakat berupa transparansi, akuntabilitas, religiositas dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat. Kepercayaan yang akan dibahas yaitu kepercayaan afektif merupakan kecenderungan seseorang untuk menerima atau menolak kesadaran yang dianggap baik atau tidak baik, yang memiliki kecenderungan sikap positif maupun sikap negatif (Alifah, 2019). Kepercayaan afektif mencerminkan kecenderungan seseorang dalam menilai suatu objek yang mereka terima bisa merespons positif atau negatif dengan kata lain perilaku atau sikap yang ditunjukkan seseorang dalam merespons sesuatu yang berkaitan dengan dirinya. Hal ini membuat bahwa kepercayaan afektif menjadi salah satu yang memengaruhi minat masyarakat untuk membayar zakat, karena kita tahu bahwa

kepercayaan afektif bisa timbul dari dalam diri seseorang yang di mana akan memengaruhi minat dalam membayar zakat karena adanya sikap respons dari masyarakat terhadap zakat yang diketahui *muzakki* sebagai pembayar zakat. Salah satu penelitian oleh (Ikhwandha & Hidayati, 2019) dengan hasil penelitian yang membahas bahwa kepercayaan afektif memiliki berpengaruh positif terhadap minat *muzakki* dalam membayar zakat melalui lembaga zakat.

Diketahui bahwa faktor selanjutnya akuntabilitas dan transparansi, nilai-nilai tersebut digunakan sebagai dasar Good Corporate Governance (GCG) untuk mencapai pengelolaan yang baik dalam suatu lembaga (Pratiwi & Ridlwan, 2019). Hal ini memberikan pengetahuan yang berkaitan dengan GCG yang seharusnya ada dan diterapkan dalam suatu lembaga terutama pada lembaga yang mengelola zakat. Dalam arti akuntabilitas merupakan kewajiban pihak pemegang amanah untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan, dan mengungkapkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya kepada pihak pemberi amanah yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban tersebut. (Mardiasmo, 2018a, bk. 27). Sementara yang diketahui tentang transparansi adalah suatu keadaan yang di mana perusahaan mampu menyediakan suatu informasi material dan relevan yang mudah diakses dan dapat dipahami oleh pemegang kepentingan (KNKG, 2006).

Terdapat beberapa penelitian yang mendukung bahwa akuntabilitas dan transparansi memiliki hubungan terhadap reaksi *muzakki* di antaranya dilakukan oleh (Rahayu et al., 2019) yang menjelaskan bahwa akuntabilitas dan transparansi

pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Jogorayan Yogyakarta menunjukkan hasil memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Tingkat kepercayaan yang terbentuk membuat gambaran pentingnya akuntabilitas dan transparansi pada suatu lembaga zakat diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan suatu lembaga zakat untuk menarik minat muzakki dalam membayar zakat. Sama halnya pada penelitian yang dilakukan oleh (Ghofur & Suhendar, 2021) pada variabel yang sama dengan hasil serupa menjelaskan akuntabilitas dan transparansi pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Lampung dan Banten menyatakan penilaian yang positif pada kedua variabel. Hal ini menunjukkan akuntabilitas dan transparansi dalam lembaga BAZNAS di Provinsi Lampung dan Banteng dapat meningkatkan kepercayaan pada muzakki. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh (Lesmana et al., 2022), menyatakan bahwa transparansi tidak berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat. Terjadinya hal ini karena ada pada pengelolaan zakat yang masih kurang diketahui oleh masyarakat atau para muzakki yang di mana penyaluran zakat harus tepat sasaran melalui transparansi pada Badan Amil Zakat Nasional Asahan.

Selanjutnya pada penelitian yang berbeda membahas tentang religiositas yang di mana dapat memperkuat minat muzakki dalam membayar zakat. Diketahui bahwa religiositas merupakan suatu tindakan pada seseorang dalam bertingkah laku memiliki tingkat kepercayaan terhadap agama. Menurut Jalaludin mengatakan bahwa religiositas merupakan suatu tindakan yang sumbernya berasal langsung atau tidak langsung kepada Nash (Adistii et al., 2021). Religiositas yang berkaitan dengan wahyu Allah SWT yang diturunkan langsung pada nabi Muhammad SAW

bahwa terdapat Nash tersebut menjadi ikatan yang selalu melekat pada setiap umat Muslim. Dalam lingkup lembaga zakat faktor religiositas akan selalu melekat pada setiap masyarakat terutama muzakki maupun amil zakat. Pada amil zakat dalam akuntabilitas dan transparansi pada lembaga zakat pastinya akan terikat dengan faktor religiositas berupa keimanan karena setiap orang yang beriman akan menciptakan suatu informasi yang bermutu pada lembaga zakat baik dari akuntabilitas maupun transparansi. Sama halnya kepercayaan afektif di mana faktor religiositas akan selalu melekat pada perilaku seseorang, sehingga semua akan terikat dengan faktor religiositas dalam memperkuat hubungan dengan minat muzakki dalam membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Pada penelitian yang dibahas oleh (Lesmana et al., 2022) bahwa religiositas berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat, karena sebagai seorang muslim akan sering dikaitkan dengan religius yang di mana orang tersebut akan percaya bahwa kewajibannya membayar zakat merupakan salah satu rukun Islam yang harus ditunaikan.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu tersebut, maka penelitian dengan variabel akuntabilitas, transparansi, kepercayaan afektif dan religiositas dapat menjadi faktor yang bisa meningkatkan muzakki dalam membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Dari keempat faktor sebut kita bisa mengetahui apakah memengaruhi dari penelitian sebelumnya atau justru akan sama dalam hasil pengujiannya nanti. Berdasarkan latar belakang masalah ingin melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kepercayaan Afektif Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Badan Amil**

Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat dibuat rumusan permasalahan pada penelitian ini yaitu:

- a. Apakah terdapat pengaruh akuntabilitas terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional?
- b. Apakah terdapat pengaruh transparansi terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional?
- c. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional?
- d. Apakah Religiositas dapat memperkuat pengaruh akuntabilitas terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional?
- e. Apakah Religiositas dapat memperkuat pengaruh transparansi terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional?
- f. Apakah Religiositas dapat memperkuat pengaruh kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, dapat dibuat tujuan pada penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional.

- b. Untuk mengetahui pengaruh transparansi terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional.
- d. Untuk mengetahui apakah religiositas dapat memperkuat pengaruh akuntabilitas terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional.
- e. Untuk mengetahui apakah religiositas dapat memperkuat pengaruh transparansi terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional.
- f. Untuk mengetahui apakah religiositas dapat memperkuat pengaruh kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap semua pihak, yaitu di antara lain:

- a. Bagi *Amil*

Penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat bagi *amil* zakat dan juga pengelola yang ada di BAZNAS dalam menjalankan tugas sebagai amanah dari *muzakki* agar pendistribusian yang merata seluruh masyarakat.

- b. Bagi *Muzzaki*

Penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat bagi *muzzaki* dalam memperoleh informasi tentang pengelolaan zakat sehingga mereka memiliki rasa kepercayaan terhadap BAZNAS.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat sebagai referensi dan pembanding untuk penelitian selanjutnya yang dapat memberikan lingkup lebih luas.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini terdapat beberapa susunan secara sistematika sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan mengurai teori yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian ini dan juga dalam bab ini akan mencakup penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

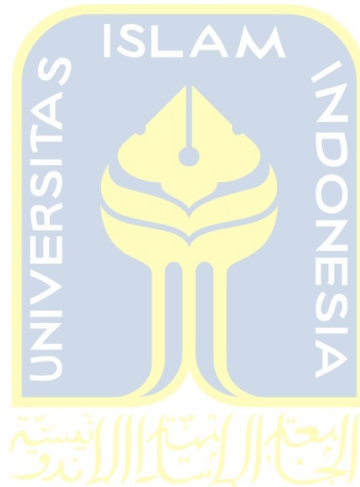
Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai metodologi penelitian yang digunakan, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan hasil data yang telah diolah, analisis dan interpretasi data serta membuktikan hipotesis penelitian.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini penutup ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang ditujukan bagi semua pihak berdasarkan hasil penelitian. Bab ini juga memaparkan mengenai keterbatasan yang terjadi dalam penelitian.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel

2.1.1 Teori Atribusi

Teori atribusi dikemukakan pertama kali oleh Heider pada tahun 1958, menjelaskan bahwa seseorang mencoba untuk mengetahui mengapa orang melakukan apa yang dilakukan. Ditemukan tiga tahapan dalam proses atribusi menurut Heider (1958) dalam Purnaditya dan Rohman (2015) sebagai berikut:

- a. Seseorang perlunya untuk melihat atau mengamati terhadap perilaku.
- b. Seseorang perlunya memiliki kepercayaan terhadap perilaku itu sengaja dibuat.
- c. Seseorang perlunya menentukan suatu kepercayaan yang ingin diketahui apakah orang lain didesak melakukan perilaku yang dimaksud atau tidak.

Diketahui suatu teori atribusi dinyatakan terdapat beberapa individu-individu yang mengamati perilaku seseorang, agar mereka dapat mengetahui apakah perilaku yang tercipta itu timbul secara internal atau eksternal (Purnaditya & Rohman, 2015). Perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang terjadi di bawah kendali individu sendiri atau dalam keadaan sadar. Sedangkan perilaku yang disebabkan secara eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi dari luar, artinya individu akan terpaksa berperilaku karena situasi atau lingkungan. Dalam hal internal atau eksternal disebabkan oleh beberapa faktor

menurut Robbins dan Judge (2008) dalam Purnaditya dan Rohman (2015) yang terbagi dalam tiga faktor:

a. Kekhususan

Kekhususan memiliki arti seseorang akan memersepsikan perilaku individu lain secara berbeda-beda dalam situasi yang berlainan. Apabila perilaku seseorang dianggap biasa maka akan dinilai sebagai atribusi internal. Sebaliknya, apabila perilaku dianggap suatu hal yang luar biasa maka individu lain yang bertindak sebagai pengamat akan memberikan atribusi eksternal.

b. Konsensus

Konsensus artinya jika semua orang mempunyai kesamaan pandangan dalam merespons perilaku seseorang dalam situasi yang sama. Apabila konsensusnya tinggi, maka termasuk atribusi internal. Sebaliknya, apabila konsensusnya rendah, maka termasuk atribusi eksternal.

c. Konsistensi

Konsistensi yaitu jika seseorang menilai perilaku orang lain dengan respons yang sama dari waktu ke waktu. Semakin konsisten perilaku itu, orang akan menghubungkan hal tersebut dengan sebab-sebab internal.

Teori Atribusi membahas tentang keberlakuan yang dilakukan pada setiap individu dan juga pengaruh yang dapat tercipta atas reaksi yang ditimbulkan.

Dengan daya teori atribusi setiap individu dapat menilai setiap hal yang dilakukan oleh orang lain dan juga mencari tahu penyebab perlakuan itu muncul.

Dalam penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa teori atribusi relevan dengan variabel yang nantinya akan diteliti berupa akuntabilitas dan transparansi merupakan faktor eksternal yang dapat memengaruhi *Muzzaki*. Dan variabel kepercayaan afektif, religiositas dan minat bayar zakat merupakan salah satu faktor internal yang muncul dari dalam diri seorang *Muzzaki*.

2.1.2 Definisi Kepercayaan Afektif

Kepercayaan merupakan suatu aspek yang paling penting di mana seseorang mendapatkan keyakinan timbul dari dalam diri, yang berasal dari pengaruh lingkungan ataupun pengalaman orang tersebut. Keyakinan muncul karena adanya sesuatu yang didapatkan seseorang dari orang lain berdasarkan apa yang didapatkan (Ulum & Cahyono, 2020). Kepercayaan dapat didasarkan pada aspek rasional (kognitif) dan aspek emosional (afektif) yang di mana terdapat penelitian yang menjelaskan bahwa kedua jenis kepercayaan tersebut harus dibedakan karena keduanya dapat memengaruhi efektivitas organisasi secara berbeda (Johnson & Grayson, 2005). Pada dunia bisnis kepercayaan diperlukan dalam setiap transaksi pertukaran mitra bisnis. Sementara kepercayaan kognitif adalah suatu kepercayaan yang berkaitan dengan keinginan dari konsumen untuk mengandalkan kompetensi dan kapabilitas dari penyedia layanan. Sementara Kepercayaan afektif adalah kepercayaan terhadap reputasi dan mitra berdasarkan perasaan yang timbul dari rasa perhatian perusahaan pada konsumen. Perasaan yang muncul karena adanya

rasa aman konsumen dalam berinteraksi dengan perusahaan. Kepercayaan afektif memiliki keterkaitan dengan pandangan bahwa suatu tindakan mitra/perusahaan dapat termotivasi secara intrinsik (Johnson & Grayson, 2005). Dalam hubungannya dengan penelitian ini, sangat berfokus pada kepercayaan afektif yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa kepercayaan afektif akan berkaitan dengan sikap emosional dari seseorang memengaruhi suatu tindakan. Pada konteks kepercayaan pastinya prinsip yang melekat di setiap organisasi berkaitan dengan kepercayaan afektif akan melekat pada setiap orang di mana setiap melakukan suatu aktivitas pastinya untuk memilih sesuatu akan dipengaruhi emosional atau sikap yang memengaruhi keputusan.

Kepercayaan afektif suatu sikap yang berkaitan dengan perasaan dan emosional. Liliwari mengatakan afektif sebagai suatu komponen yang menunjukkan perasaan, respek atau perhatian kita terhadap objek tertentu, seperti ketakutan, kesukaan, atau kemarahan (Ikhwandha, 2018). Pada affective component berkelakuan dengan perasaan dan reaksi emosional terhadap suatu objek/produk di mana memunculkan komponen afektif dari sebuah sikap. Kepercayaan dapat didasarkan pada aspek emosional (afektif), hal ini memberikan gambaran ketika dikaitkan mitra maupun organisasi bahwa akan terikat pihak-pihak di dalamnya ketika memiliki ikatan emosional saling terikat membuat terciptanya rasa aman maka akan mendapatkan suatu interaksi kerja sama yang baik. Rasa aman dan yaman ialah keinginan setiap orang merasakan aman pada setiap aspek kehidupan di mana seseorang tidak merasakan terdapat tekanan suatu beban baik fisik maupun mental (Yusuf et al., 2019). Terciptanya kepercayaan afektif berasal

rasa aman yang timbul dari dalam diri seseorang membuat ketika terjadinya hal berkaitan dengan orang tersebut maka akan meresponnya. Pada perseroan affective bisa terjadi ketika seseorang tertarik pada suatu produk yang berkualitas ketika seseorang sudah mempercayai produk dari suatu brand maka seseorang tersebut akan menggunakannya secara terus menerus karena adanya rasa kepercayaan secara emosional dari produk tersebut.

2.1.3 Faktor Yang Memengaruhi Kepercayaan Afektif

Kepercayaan (trust atau belief) adalah keyakinan bahwa aksi seseorang dalam suatu kelompok selalu pada kepercayaan mereka timbul dari suatu proses secara bertahap lalu terhimpun menjadi wujud kepercayaan, berupa perumpamaan keyakinan kita terhadap satu produk terdapat atribut tertentu (Inayah & Muanisah, 2018). Berkaitan dengan afektif maka kepercayaan akan dipengaruhi suatu sikap emosional pada diri seseorang membuat kepercayaan tersebut bisa berubah dengan banyaknya pengaruh dari emosional tersebut. Oleh karena itu adanya suatu sikap emosional, berasal dari diri seseorang yang nantinya akan direspons oleh lingkungan sesuai dengan dialami berdasarkan pengalaman terdahulu pernah terjadi.

Kepercayaan berdasarkan Morgan dan Hunt dalam Dhammesta memberikan pernyataan bahwa ketika salah satu pihak memiliki keyakinan bahwa pihak lain yang terikat dalam sebuah transaksi/pertukaran di mana terdapat reliabilitas dan integritas maka bisa dikatakan bahwa adanya trust (Tanjung et al., 2022). Pada konsep di konsumen/muzakki sebuah trust tercipta karena adanya

penguasaan terhadap suatu objek, atribut dan manfaatnya di mana semuanya memiliki akreditasi masing-masing. Pada objek yang dimaksud seperti suatu produk, jasa, organisasi maupun segala sesuatu yang terikat dengan kepercayaan. Sedangkan atribut berkaitan dengan karakteristik yang terikat pada setiap objek tersebut, yang di mana nantinya akan mendatangkan sebuah manfaat baik sekarang maupun ke depannya. Kepercayaan bisa dikaitkan adanya suatu pertukaran atau hubungan yang berkualitas, ketika tidak adanya kepercayaan maka semua yang terjadi dalam hubungan tidak akan bertahan lama.

Secara umum Allah SWT juga menerangkan tentang kepercayaan dalam Islam telah dijelaskan pada zaman rasul salah satu sifat terpuji-Nya yaitu amanah (dapat dipercaya).

Sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-Anfal ayat 27 yang memiliki arti:

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui". (QS: Al-Anfaal ayat 27).

Dalam terjemahan ayat ini, menjelaskan bahwa Allah Subhanahu wa Ta'ala memerintahkan terhadap kaum mukmin agar selalu menjalankan amanah Allah telah diberikan amanah kepada mereka berwujud menjalankan perintah dan menjauhi larangan, di mana amanah tersebut sebelum diturunkan kepada manusia telah ditawarkan kepada langit, bumi, dan gunung namun semua enggan menerima amanah yang dikhawatirkan mereka tidak mampu menjalankan amanah tersebut. Lalu diturunkan kepada manusia yang mampu memikul amanah tersebut. Dalam

hal ini Allah SWT menjanjikan bahwa barang siapa yang menjalankan amanah itu, maka akan mendapatkan pahala yang besar dari Allah SWT, sebaliknya barangsiapa yang tidak menjalankan amanah tersebut maka ia akan mendapatkan azab pedih dan menjadi orang-orang berkhianat pada Allah SWT dan Rasul-Nya serta mengkhianati amanahnya.

Model amanah pada bentuk kepercayaan bahwa sebagai seseorang mempunyai kepribadian percaya pada setiap perbuatan yang dilakukan akan mendatangkan manfaat bagi dirinya maupun lingkungannya maka apa yang dilakukan akan selalu melekat dengan dirinya. Pada lingkungan organisasi atau lembaga zakat pastinya akan mengandalkan kepercayaan pada setiap mitra yang terikat terhadap lembaga untuk menjalin hubungan terikat pada setiap aktivitasnya. Terutama pada muzakki di mana dalam keluaran zakat akan menyalurkan pada lembaga kepercayaannya, kepercayaan yang terbentuk karena adanya sifat mengetahui, respek, emosional pada lembaga zakat. Sifat yang timbul ini karena muzakki telah mengetahui bahwa lembaga yang memiliki kejujuran, transparansi, akuntabilitas, profesionalisme dalam pengelolaan dana zakat. Sehingga ketika percaya yang membentuk dalam diri seorang muzakki maka akan memengaruhi lingkungannya dengan mengajak kerabat, teman, keluarga untuk mempercayai lembaga zakat tersebut.

2.1.4 Definisi Religiositas

Religiositas berasal dari bahasa latin relegare dalam arti mengikat secara erat atau ikatan kebersamaan. Religiositas adalah suatu ungkapan spiritual individu

berkenaan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum dan ritual (Setiawan, 2018). Seseorang yang memiliki tingkat religiositas tinggi akan selalu berpatokan pada ajaran yang dipahaminya sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai kehidupan dalam bermasyarakat. Menurut penelitian yang dijelaskan oleh (Miatun & Santoso, 2020) bahwa religiositas ialah sebuah simbol keyakinan, nilai dan perilaku yang dapat diringkas dengan makna simbol keyakinan hakiki bahwa dapat memecahkan persoalan duniawi. Pada masyarakat ada banyak interaksi antar sesama manusia yang di mana dapat menimbulkan permasalahan ataupun suatu kejadian membuat setiap orang pastinya berpegang pada keyakinan berupa pandangan mereka terhadap hal tersebut, ketika dikaitkan dengan religiositas maka semua akan dipandang berdasarkan nilai-nilai yang baik di mata agama.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa religiositas adalah internalisasi individu pada proses pengajaran agama yang kemudian diterapkan sebagai fase dari setiap individu dalam berperilaku. Sikap dijadikan sebagai pengukur dari gambaran tingkat penghayatan dan pengamalan pada individu dalam ajaran agama tersebut. Kemakmuran, kedamaian dan kerukunan menunjukkan bertambahnya tingkat penghayatan terhadap nilai agama. Sedangkan pada sisi pandangan agama Islam bahwa Allah Swt mensyariatkan manusia dalam menjalankan keutuhan agama. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 208, yaitu:

Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.

Ayat tersebut menjelaskan makna perintah kepada orang-orang yang beriman, untuk masuk Islam dengan sepenuhnya tidak setengah-setengah atau menjalankan semua hukum-hukumnya dengan sepenuh hati, tidak menjadi golongan munafik, dengan selalu waspada dan mengikuti langkah dari setan karena sesungguhnya dialah musuh yang nyata bagi orang beriman.

Secara lebih rinci religiositas mempunyai lima dimensi penting berdasarkan pernyataan oleh Glock dan Stark (Indrayani et al., 2017) penjelasannya yaitu:

1. Dimensi Kepercayaan (belief)

Kepercayaan mengarahkan adanya keyakinan dari kebenaran pokok-pokok ajaran iman. Meyakini bahwa setiap orang memilikinya tanpa adanya iman maka seseorang tidak dapat dikatakan dalam golongan orang-orang yang beriman.

2. Dimensi Praktis (Ritualistik)

Dimensi ini memiliki dua aspek ialah ritual dan devosional. Mengenal ritual dijelaskan bahwa berkaitan dengan ibadah yang formal. Secara asasi ritual merupakan bentuk pengulangan dari pengetahuan agama yang pernah terjadi di masa awal pembentukan agama. Sedangkan devotional adalah suatu ibadah dengan cara pribadi dan informal, seperti ibadah yang dilakukan untuk mempererat hubungan kita dengan agama yaitu berdoa, puasa, dan lain-lainnya.

3. Dimensi Pengalaman (Ekspensial)

Pengalaman berkaitan dengan awal di mana seseorang memiliki keimanan yang berasal dari dirinya dan dirasakan oleh orang tersebut.

Bahwa pengalaman bisa didapatkan seseorang dalam meyakini tentang adanya Tuhan dan mencari sesuatu hal-hal yang dapat mempererat keyakinannya tentang Tuhan.

4. Dimensi Pengetahuan (knowledge)

Berkaitan dengan unsur-unsur dikenal dogma, doktrin atau ajaran. Pengetahuan membawa seseorang dalam pokok pemahaman dalam beriman dengan tahu tentang apa yang ada dalam agama sesuai dengan kitab suci dan sumber keilmuan lainnya.

5. Dimensi konsekuensi (consequences)

Berisi tentang manusia mewujudkan tindakan iman yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari. Dimensi yang berisi tentang perilaku, tutur kata, sikap maupun orientasi kehidupan.

Mempelajari tentang dimensi religiositas mengetahui bahwa sangat pentingnya aspek religiositas dalam kehidupan. Religiositas menjadikan sebagai pedoman kepercayaan pada agama yang di mana seseorang memiliki agama menjadikan tonggak agar manusia tetap dalam jalan yang benar dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Tanpa adanya religiositas seseorang kemungkinan akan kehilangan arah tujuan yang bingung setiap tindakan diambil oleh orang tersebut. Terutama pada seorang muslim yang religiositas suatu kepercayaan pada agamanya. Jika seseorang mempunyai intens menjadikan agama suatu pedoman berperilaku maka percayalah bahwa pada saat menjalankan kewajiban membayar zakat ke badan amil zakat maka semua akan terlaksana dengan baik.

2.1.5 Definisi Minat Muzakki

Minat merupakan suatu ketertarikan pada hal yang membuat hati nurani tergerak untuk mengetahuinya. Menurut Jaelani minat diartikan sebagai kecenderungan hati terhadap suatu yang timbul dari dalam diri seseorang apabila dari sesuatu yang diminati itu bermanfaat, bisa dirasakan (Amalia & Widiastuti, 2019). Minat sendiri muncul karena adanya dorongan dalam diri setiap individu yang nantinya akan mendapatkan manfaat, yang di mana akan dirasakan secara nyata dan pihak luar mempunyai peran dalam mengarahkan ke hal tersebut. Perasaan yang muncul menjadikan objek dari minat berupa perasaan senang, perasaan senang yang memungkinkan mendorong setiap individu akan melakukannya untuk mencapai tujuan tertentu.

Minat adalah suatu dorongan ketertarikan munculnya ditemukan pada setiap individu dalam melakukan apa yang diinginkan. Pada setiap ketertarikan pada suatu hal terdapat kepuasan yang terkandung dalam mencapai suatu diinginkan. Pada fungsi pelaksanaan pastinya akan berkaitan satu sama lain antara pikiran dan perasaan. Yang di mana pikiran cenderung memiliki sifat rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat harus yang berkaitan dengan kebutuhan. Sedangkan akal digunakan sebagai pengingat yang dapat mengukur antara pikiran dan perasaan.

Minat jika dikaitkan dengan penelitian ini dapat dihubungkan dengan rasa kepercayaan pada muzakki. Muzakki dalam artian sebagai orang yang membayar zakat ketika memiliki minat atau ketertarikan untuk membayar zakat. Tinggi atau

rendahnya minat muzakki menyalurkan zakat bisa diketahui dengan seberapa banyak jumlah muzakki yang menyalurkannya pada lembaga zakat. Pastinya dalam penyaluran zakat untuk meningkatkan minat muzakki akan diperlukan berbagai cara bagi setiap lembaga zakat. Muzakki pada dasarnya akan memilih sesuai dengan lokasi atau tempat sesuai dengan daerah berdomisili yang dominan banyak *mustahiq* akan membutuhkan untuk menyalurkan zakat.

Seperti dijelaskan pada Crow dan Crow dalam (Kabib et al., 2021) menjelaskan terdapat tiga faktor yang memengaruhi minat sebagai berikut:

1. Dorongan dari dalam diri individu, hal muncul karena terdapat rasa keingintahuan pada diri seseorang dalam hal ini kaitannya dengan muzakki bahwa mengetahui zakat hukumnya wajib bagi setiap umat muslim yang di mana akan mendorong dalam diri muzakki untuk memenuhi kewajiban tersebut sebagai umat muslim yang beragama dan memiliki keyakinan terhadap mengeluarkan sebagian harta untuk berzakat.
2. Motif sosial, dalam menumbuhkan minat setiap individu dalam suatu aktivitas tertentu. Pada hal ini setiap individu dapat berasal dari faktor eksternal dapat memengaruhi setiap personal dalam menentukan penyaluran di lembaga zakat sesuai dengan minat dari setiap personalnya. Misalnya suatu dorongan dari orang terdekat maupun di lingkungannya.
3. Faktor emosional, hal ini berkaitan dengan korelasi perasaan yang timbul dari rasa percaya dan keyakinan pada Allah SWT. Meyakini

bahwa membayar zakat akan mendatangkan nikmat yang diperoleh dari perbuatan yang dilakukan sehingga menciptakan emosional pada setiap personal individu.

Dari ketiga faktor yang memengaruhi minat *muzakki* memberikan gambaran terciptanya suatu minat muzakki pada setiap lembaga zakat dapat berasal dari tiga faktor yaitu dorongan dari dalam diri individu, motif sosial, dan emosional. Sehingga dengan adanya faktor-faktor yang memengaruhi memudahkan dalam mengetahui minat dari *muzakki*.

2.1.6 Definisi Zakat

Pada Islam menerangkan bahwa terdapat suatu kewajiban yang sangat berkaitan dengan rukun Islam jika dilaksanakan akan masuk dalam Ibadah, seperti ibadah maliyah (ibadah harta), ibadah badaniyyah dan ibadah ruhiyyah. Zakat termasuk ibadah maliyah ialah suatu harta tertentu wajib dikeluarkan pada setiap umat muslim. Sementara shalat, puasa dan haji termasuk dalam ibadah badaniyyah (Lesmana et al., 2022). Zakat sendiri menurut istilah Fiqhi merupakan ketentuan dari Allah SWT yang mewajibkan sejumlah harta tertentu akan disalurkan pada orang-orang memiliki hal untuk menerimanya (Tanjung et al., 2022). Pada setiap harta yang dimiliki terdapat hak orang-orang yang membutuhkan di mana, Allah SWT melimpahkan rezeki kepada umatnya yang berkecukupan untuk dapat membantu sesama manusia. Selanjutnya terdapat penjelasan zakat dari Kahf dalam (Pristi & Setiawan, 2019) bahwa zakat dalam Islam adalah suatu aktivitas berkaitan dengan sosial di mana dapat mengurangi kemiskinan pada setiap lingkungan umat

Islam dan suatu dana pada zakat harus dimanfaatkan dalam meningkatkan perekonomian negara dengan menolong para golongan mustahiq sebagaimana dinyatakan dalam Al-Quran.

Zakat merupakan hak Allah yang di mana dititipkan rahmat harta kepada seseorang untuk diberikan kepada fakir yang membutuhkan bantuan dalam membantu kesejahteraan ekonominya. Harta tersebut telah menyatu dengan jiwa seseorang bahwa harta tersebut disucikan dengan kebaikan dan harapan rahmat dari Allah SWT. Harta yang tidak dizakati hakikatnya merupakan harta yang kotor dalam artian tidak dibersihkan, yang tidak mengandung rasa syukur atas rezeki berupa nikmat harta yang diberikan oleh Allah SWT.

Diketahui bahwa terdapat empat mazhab oleh (Qosim, 2021) menjelaskan tentang zakat sesuai dengan makna zakat sebenarnya dari keempat mazhab sebagai berikut:

1. Imam Maliki

Zakat adalah mengeluarkan sebagian harta khusus yang telah mencapai nisab terhadap mustaqi, ketika terpenuhi maka kepemilikan dan haulnya selain harta tambang dan sawah.

2. Imam Hambali

Zakat adalah hak dari kewajiban yang dikeluarkan dari harta tertentu yang akan disalurkan kepada kelompok tertentu di waktu tertentu.

3. Imam Syafi'i

Zakat merupakan nama dari sesuatu hal yang disalurkan berupa harta dan badan, disalurkan dengan cara tertentu.

4. Imam Hanafi

Zakat merupakan kepemilikan sebagian harta tertentu terhadap orang-orang tertentu telah ditetapkan sesuai dengan syariah (Allah) dengan berharap ridha-Nya.

2.1.7 Dasar Hukum dan Hikma Zakat

Zakat merupakan rukun Islam yang ke-lima, di mana telah turun perintah yang terkandung dalam Al-Qur'an, Sunnah Nabi dan Ijma' Ulama. Perihal menurut sejarah zakat diwajibkan pada bulan syawal tahun kedua hijriah. Adanya tuntutan bahwa kewajiban setelah puasa bulan Ramadhan dan zakat fitrah. Dalam Al-Qur'an, hadits dan Ijma' ulama ada banyak ayat-ayat yang menjelaskan dasar menunaikan zakat, di antaranya sebagai berikut:

1. Al- Qur'an

a. QS. At Taubah

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu menjadi ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. At Taubah : 103).

b. QS. Al- Baqarah

“Dirikanlah Sholat dan tunaikanlah Zakat dan Ruku’lah bersama orang-orang yang ruku” (QS. Al- Baqarah : 43).

c. QS At- Taubah

“Sesungguhnya Zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang Fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus Zakat. Para Mu’allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah; dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (At- Taubah:60).

2. Hadits

Berikut ini merupakan hadits yang berisi perintah zakat yaitu:

a. Hadits Riwayat Bukhari

Dari Abu Hurairah ra, bahwa seorang Arab telah datang kepada Nabi SAW, ia berkata: ”Tunjukkanlah kepada suatu perbuatan, apabila kukerjakan maka aku masuk surga?”, Nabi menjawab: ”Sembahlah Allah, janganlah sekutukan Dia dengan sesuatu apapun, dirikanlah Shalat yang diwajibkan, tunaikanlah Zakat yang diwajibkan, dan berpuasalah pada bulan Ramadhan". Kemudian ia berkata :”demi Dzat jiwaku berada dalam genggamannya saya tidak akan melebihkannya”(H.R. Al- Bukhari).

b. Hadits Riwayat Muslim

Dari Ibnu Umar ra, dari Nabi SAW. Beliau bersabda; “Islam itu ditegaskan atas lima dasar : hendaknya menge- Esakan Allah,

mendirikan Shalat, Menunaikan Zakat, berpuasa pada bulan Ramadhan dan naik Haji” (H.R. Muslim dari Ibnu Umar).

c. Hadits Riwayat Bukhari

Rasulullah bersabda "Dan Ibnu ‘Umar radhiyallahu 'anhuma memberikan zakat fitrah kepada orang-orang yang berhak menerimanya dan dia mengeluarkan zakatnya itu sehari atau dua hari sebelum hari Raya Idul Fitri." (HR. Bukhari).

3. Ijma' Ulama

Pada penjabaran zakat yang dijabarkan oleh para Ijma salah satunya menurut Yusuf Qardhawi zakat berdasarkan istilah Fiqhi berarti sebagian harta tertentu sesuai dengan ketentuan Allah SWT kepada mereka yang berhak mendapatkannya. Di samping itu menyalurkan beberapa dengan jumlah tertentu. Sejumlah kekayaan tersebut sering dikenal dengan sebutan zakat, dengan mengeluarkan sebagian harta tersebut maka akan melindungi kekayaan sendiri dari bencana yang tidak diinginkan (Hayatika et al., 2021).

2.1.8 Syarat Wajib Zakat

Zakat diketahui mempunyai syarat wajib zakat dan syarat sah berdasarkan kesepakatan para Ulama, yang dijabarkan kembali oleh (Kristina, n.d.) sebagai berikut:

1. Merdeka

Berdasarkan kesepakatan para ulama bahwa budak tidak berkenan wajib membayar zakat, karena mayoritas ulama berpendapat

bahwa zakat diwajibkan atas tuannya sebab dialah pemilik harta hambanya.

2. Islam

Ijma'ulama menjelaskan bahwa syarat wajib zakat beragama Islam, tidak diwajibkan bagi orang kafir karena makna zakat yaitu ibadah yang menyucikan.

3. Baligh dan Berakal

Berdasarkan mazhab Hanafiyah syaratnya, baligh dan berakal, sebab tidak diwajibkan bagi anak kecil dan orang gila untuk mengeluarkan zakat.

4. Kondisi Harta

Pada syarat wajib akan dilihat kondisi harta, harta terdiri dari lima kelompok yaitu dua keping logam berstatus uang kertas, barang tambang, barang temuan, barang dagang, buah-buahan, dan binatang ternak. Semua harta tersebut disyaratkan selalu berkembang.

5. Kondisi Harta Sampai Satu Nisab

Syarat wajib berdasarkan harta juga harus mencapai satu nisab (batas minimal) atau senilai satu nisab. Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Nomor 52 Tahun 2014 tentang Syarat dan Tata Cara Penghitungan Zakat Mal dan Zakat Fitrah harus sesuai ketentuan sebagai berikut:

- a. Senilai 85 gram emas untuk zakat emas, perak, dan logam mulia lainnya; zakat uang dan surat berharga lainnya; zakat

perniagaan, zakat hasil perikanan; zakat pertambangan; dan zakat perindustrian.

- b. Senilai 653 kg gabah untuk zakat pertanian, perkebunan, dan kehutanan.
- c. Senilai 653 kg atau 524 kg beras untuk zakat pendapatan dan jasa.

6. Kepemilikan yang Sempurna Terhadap Harta

Berdasarkan syarat wajib orang yang memiliki harta harus menguasai sepenuhnya terhadap harta benda dan dapat mengeluarkan harta sesuai dengan kehendaknya, serta jika harta tersebut hilang atau dirampas tidak wajib dizakatkan sekalipun harta tersebut miliknya.

7. Mencapai Haul

Haul merupakan batasan waktu satu tahun Hijriyah atau 12 (dua belas) bulan Qomariyah yang di mana kepemilikan harta wajib dizakati.

8. Tidak Ada Utang

Ada beberapa perbedaan tentang syarat ini, karena Mazhab Hanafiyah mensyaratkan orang menunaikan zakat tidak memiliki utang yang menghalanginya membayar zakat. Sementara Mazhab Syafi'iyah tidak mensyaratkan, orang yang memiliki utang tetap akan membayar zakat.

9. Lebih dari Kebutuhan Pokok

Pada saat menunaikan ibadah zakat, Mazhab Ibnu Maliki menjelaskan kebutuhan pokok harus terlebih dahulu terpenuhi dalam hal ini nafkah, tempat tinggal, pakaian, dan lainnya.

2.1.9 Mustahiq atau Menerima Zakat

Mustahiq adalah mereka yang menerima hak atas zakat. Allah SWT telah memberikan petunjuk bahwa kepada manusia yang berhak menerimanya sesuai dalam Al-Quran surah At- Taubah ayat 60 menjelaskan terdapat delapan kelompok yang berhak menerima zakat. Pada delapan kelompok tersebut dijabarkan kembali oleh (Sanusi, 2021) yaitu:

1. Orang-Orang Fakir

Fakir adalah orang yang tidak mempunyai harta dan pekerjaan yang halal membuat orang tersebut tidak mampu dalam mencukupi kebutuhan dirinya dan orang-orang menjadi tanggungannya. Atau dalam artian orang yang tidak mampu mencukupi $\frac{1}{2}$ dari kebutuhan pokoknya berupa sandang, pangan dan papan.

2. Orang-Orang Miskin

Pada kelompok yang tergolong dalam kata miskin, yakni orang yang mampu untuk bekerja dengan mendapatkan pekerjaan layak akan tetapi dalam memenuhi kebutuhan pribadi dan tanggungannya. Seperti tidak mencukupi dalam makan, pakaian, tempat tinggal dan keperluan lainnya.

3. Amil Zakat

Amil zakat adalah orang-orang yang bertugas dalam mengumpulkan, menjaga, dan pencatat zakat. Orang tersebut ialah yang telah ditunjuk oleh pemerintah dalam menghimpun dana zakat sampai pada yang berhak menerima para mustahiq zakat.

4. Para Muallaf

Muallaf adalah seseorang yang memeluk agama Islam. Dalam artian bahwa orang tersebut sebelumnya memeluk agama lain dan masuk Islam karena dari hati dengan ikhlas mengikuti syariat Islam.

5. Para Budak (Riqab)

Budak yang dimaksud dalam ini berdasarkan jumbuh ulama, mereka budak muslim yang membuat perjanjian dengan tuannya, agar dimerdekakan dan keadaan tidak memiliki harta untuk membayar tebusan agar dibebaskan.

6. Gharim (orang yang memiliki utang)

Gharim yaitu orang betul-betul memiliki utang dan tidak memiliki apa pun selain utangnya. Di mana utangnya bukanlah kemaksiatan.

7. Fi Sabilillah (orang yang berjuang di jalan Allah)

Fi sabilillah merupakan kelompok para pejuang di jalan Allah yang tidak diberikan imbalan atas usahanya, dimaknai kegiatan yang dilakukan berperang.

8. Ibnu Sabil (Orang yang sedang dalam perjalanan)

Ibnu sabil merupakan orang-orang yang lagi bepergian (musafir) dalam melaksanakan sesuatu hal baik yang tidak termasuk dalam maksiat.

2.1.10 Pengelolaan Zakat

Zakat merupakan suatu kewajiban yang menjadi tanggung jawab negara. Pemerintahan yang sah berdasarkan pandangan Islam, ialah pemerintah mempunyai pengelolaan zakat melalui badan yang berwenang dalam zakat. Hal ini diterapkan pada negara Indonesia di mana pengaturan pengelolaan zakat tertuang pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat menetapkan syariat Islam sebagai asas pengelolaan zakat, sehingga setiap amil zakat dalam perencanaan, penerapan, dan koordinasi penghimpunan dan pengalokasiannya sumber daya harus selalu didasarkan pada aturan Islam. Hal ini menegaskan bahwa zakat wajib disalurkan kepada mustahiq zakat berdasarkan hukum Islam, dan penyaluran zakat dilakukan berdasarkan skala prioritas dengan memperhatikan prinsip-prinsip syariah (Aristoni, 2021). Dalam hal tersebut pengelolaan zakat akan berkaitan dengan good corporate governance, berdasarkan penelitian oleh (Pratiwi & Ridlwan, 2019) bahwa dengan adanya good corporate governance dapat meningkatkan pengaruh terhadap kepercayaan muzakki. Sehingga pentingnya menjalankan pengelolaan lembaga sesuai dengan prinsip bagaimana perusahaan dinilai bagus oleh publik.

Berdasarkan pengelolaan zakat yang dapat diterapkan dengan menetapkan lima prinsip good corporate governance menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (Warsono et al., 2009) sebagai berikut:

1. Transparansi

Lembaga harus menyediakan sebuah informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Hal ini pada pengelolaan zakat harus transparan tidak hanya dalam perundang-undangan tetapi pada pihak yang memiliki kepentingan.

2. Akuntabilitas

Lembaga harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya serta transparansi dan wajar. Pada pengelolaan zakat harus secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan lembaga.

3. Responsibilitas

Lembaga harus memahami peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan jangka panjang dan mendapatkan pengakuan sebagai good corporate Citizen. Pada pengelolaan zakat semua yang dilakukan harus sesuai dengan porsi masing-masing agar terciptanya keseimbangan dalam mencapai tujuan untuk kesejahteraan masyarakat dalam penyaluran zakat kepada mustahiq zakat.

4. Independensi

Lembaga harus dikelola secara independen sehingga masing-masing divisi tidak saling mendominasi dan tidak intervensi oleh pihak lain. Pada penerapannya di pengelolaan zakat harus tertata dalam

pengurusan, pencatatan, pendistribusian dan pengurusan lain. Harus ditangani oleh penanggung jawab masing-masing agar tidak adanya kekeliruan dalam pengelolaan zakat.

5. Kewajaran dan Kesetaraan

Lembaga harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan. Pada pengelolaan zakat harus benar-benar memperhatikan setiap pihak yang terlibat dalam memajukan suatu lembaga zakat terutama pada muzakki dan mustahiq zakat.

Lembaga pengelolaan zakat terutama BAZNAS dalam laporan keuangannya harus diterbitkan secara berkala agar membentuk tingkat kepercayaan muzakki maupun masyarakat luas. Dan juga penerbitan secara berkala memudahkan nantinya dalam pengawasan dan pembuktian pada saat pertanggungjawaban yang di mana pada saat periode waktu tertentu sudah terperinci sesuai dengan standar akuntansi. Sehingga amil dalam pengelolaan zakat lebih terstruktur dalam penjabaran laporan keuangannya.

2.1.11 Definisi Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah kewajiban pihak pemegang amanah untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan, dan mengungkapkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya kepada pihak pemberi amanah yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban tersebut (Mardiasmo, 2018b). Akuntabilitas dapat dimaknai

suatu keharusan bagi pemberi amanah dalam menyajikan dan melaporkan pengungkapan perihal, kegiatan pertanggungjawaban berkaitan dengan laporan keuangan. Selain itu akuntabilitas suatu yang berkaitan dengan pertanggungjawaban atas kegiatan dalam penyajian laporan memuat hasil yang sesuai dengan prinsip akuntansi. Pelaporan yang disajikan memuat akuntabilitas digunakan oleh pihak yang berkepentingan dengan informasi sesuai dengan aturan dan wewenang hak permintaan pertanggungjawaban.

Menurut (Mardiasmo, 2018b) menjelaskan akuntabilitas terdiri dari dua macam yaitu:

1. Akuntabilitas vertikal adalah pertanggungjawaban atas pengelolaan dana kepada otoritas yang lebih tinggi, misalnya pertanggungjawaban unit-unit kerja (dinas) kepada pemerintah daerah. Akuntabilitas vertikal lebih berkaitan dengan pemerintah, dalam hal ini berkaitan dengan BAZNAS sebagai lembaga pemerintah yang menciptakan sebuah pertanggungjawaban pada pemerintah yang mengawasi kinerja BAZNAS seperti Kementerian Agama Republik Indonesia.
2. Akuntabilitas horizontal adalah suatu bentuk pertanggungjawaban kepada masyarakat luas. Dalam artian BAZNAS memiliki pertanggungjawaban kepada masyarakat luas sebagai diberikan amanah untuk mengatur pengelolaan berkaitan dengan zakat.
3. Dari penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa akuntabilitas merupakan suatu bentuk tanggung jawab setiap kelompok maupun individu kepada publik, yang di mana publik membutuhkan bukti yang akurat tentang kinerja

berkaitan dengan aktivitas kegiatan yang dilakukan dan pengungkapan laporan keuangan agar diterima oleh publik. Sama halnya dengan lembaga BAZNAS dalam hal mengungkapkan akuntabilitas di lembaganya pastinya mengandung pengertian hal yang sama berkaitan dengan pertanggungjawaban dibutuhkan publik.

2.1.12 Akuntabilitas Perspektif Islam

Akuntabilitas dalam perspektif Islam berawal dari sebuah konsep khalifah di mana manusia menjadi seorang pemimpin di muka bumi berdasarkan pedoman terdapat di Al-Qur'an dan Hadits menjadikan sumber hukum dalam Islam. Hal ini menyatakan bahwa seorang Khalifah memiliki sifat amanah sebagai bentuk tanggung jawabnya dalam memimpin sebuah negara. Sama halnya dengan akuntabilitas terjadi karena adanya perjanjian antara pihak yang berkepentingan, dan dikaitkan dengan praktik akuntansi perihal laporan keuangan. Dalam Islam sendiri pentingnya akuntabilitas untuk melakukan semua yang berkaitan dengan kegiatan secara amanah:

Akuntabilitas yang berkaitan dengan tanggung jawab yang tertera dalam Al-Qur'an. Allah berfirman dalam Al Anfal ayat 27 yang memiliki arti:

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui".

Ayat di atas menjelaskan bahwa amanah harus dimiliki oleh setiap orang yang beriman karena terdapat pertanggungjawaban sangat ditekankan dengan

langsung diturunkan dengan firman Allah bahwa amanah sesuai dengan akuntabilitas harus beriman memiliki sifat seperti khalifah yang bertanggung jawab atas hal yang telah dilakukan dalam menerapkan prinsip-prinsip yang tidak bertentangan dengan larangan Allah SWT. Dan semua yang telah dilakukan selain bertanggung jawab harus adil dalam penerapan akuntabilitas pada lembaga BAZNAS.

Menurut (Fordebi & Adesy, 2016) menjelaskan tiga bagian penting yang harus diperhatikan pada nilai keadilan dalam akuntabilitas sebagai berikut:

1. Nilai keadilan dalam menerima amanah

Islam memberikan kebebasan dalam bentuk persamaan kemanusiaan dalam artiannya paling dalam. Akan tetapi Islam tidak juga memberikan keduanya dalam kekacauan; masyarakat memiliki segi-seginya sendiri, kemanusiaan ada pula ketentuan-ketentuannya, dan tujuan agama yang tinggi itu pun memiliki nilai-nilai tertentu pula. Oleh karena itu Islam menetapkan prinsip-prinsip baik-buruk yang ada pada diri manusia dalam menerima kebebasannya dalam hal ini menerima amanah dan menetapkan kaidah bagi manusia dalam tanggung jawab individu dan masyarakat.

2. Nilai keadilan dalam menjalankan amanah

Islam menjamin antara Individu dan masyarakat dan antara masyarakat dengan setiap individu harus berjalan timbal balik dan diatur pula hak masing-masing pihak. Jaminan ini diberikan agar benar-benar

menciptakan suatu kepercayaan baik bersifat materiil maupun bersifat immaterial. Setiap individu dalam menjalankan amanah harus memberikan usaha sebaik-baiknya yang di mana termaksud ibadah kepada Allah dan ketika menjalankan amanah dengan baik maka semua yang dilakukan akan mendapatkan manfaat kembali dari apa yang dilakukan.

3. Nilai keadilan dalam mempertanggungjawabkan amanah

Pada setiap individu bertanggung jawab terhadap segala bentuk yang telah diamanahkan. Dalam hal ini pertanggungjawaban harus benar-benar dijalankan, ketika terjadi suatu pengingkaran maka dalam Islam akan mendapatkan suatu pembalasan dalam setiap perbuatan yang dilakukan.

Sehingga dapat dijelaskan bahwa dalam akuntabilitas perspektif Islam memberikan pandangan bahwa suatu akuntabilitas pada BAZNAS merupakan bentuk amanah yang diberikan oleh masyarakat dalam menjalankan pengelolaan zakat oleh Amil. Di mana dana zakat dikumpulkan nantinya akan disalurkan kepada mustahik harus benar-benar tersampaikan sesuai dengan apa yang diserahkan oleh muzaki. Kepercayaan yang tercipta menjadi suatu bentuk rasa tanggung jawab dalam mengelola zakat agar terciptanya pengelolaan yang efektif dan efisien.

2.1.13 Definisi Transparansi

Transparansi merupakan suatu keadaan yang di mana perusahaan mampu menyediakan suatu informasi material dan relevan yang mudah diakses dan dapat

dipahami oleh pemegang kepentingan (KNKG, 2006). Transparansi sebagai bentuk keterbukaan untuk diketahui kejelasan dari sistem yang relevan, dalam proses tersebut bagi pihak yang berkepentingan memerlukan ke transparansi terutama pada laporan keuangan di mana semua ingin diketahui oleh pihak berkepentingan itu jelas dan tidak ada keraguan dalam pengambilan keputusan. Selain itu transparansi merupakan aktivitas berkaitan dengan pembangunan pengelolaan yang secara transparan bagi masyarakat, donatur, dan organisasi yang bersangkutan harus diberikan kewenangan berupa kemudahan akses mendapatkan informasi berkaitan dengan kebijakan serta kegiatan pembangunan dalam pengelolaan organisasi (Amalia & Widiastuti, 2019). Pengelolaan organisasi sangat erat kaitannya dengan transparansi karena bentuk pertanggungjawaban berkaitan dengan aktivitas organisasi harus dijelaskan sesuai yang terjadi berdasarkan kejadian sebenarnya. Ketika transparansi menjadi suatu halangan bagi organisasi itu karena tidak adanya transparansi yang menimbulkan distorsi dalam alokasi sumber daya, memunculkan ketidakadilan di masyarakat, menguntungkan praktik korupsi, dan penyalahgunaan wewenang dan kekuasaan. Hal ini berkaitan salah satunya dengan BAZNAS, sebagai lembaga pemerintah yang langsung terikat dengan masyarakat dalam pengelolaan, pengaturan, pendistribusian dan berkaitan semua dengan pengurusan zakat. Masyarakat bisa disebut muzakki sebagai pembayar zakat memberikan amanah kepada BAZNAS untuk mengatur semua dana zakat sampai kepada orang-orang yang benar membutuhkannya.

Dari penjelasan definisinya, memberikan penjelasan bahwa transparansi sangat penting bagi setiap individu maupun organisasi. Transparansi merupakan

suatu keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang diperlukan oleh setiap pihak berkepentingan. Pada kaitannya dengan BAZNAS bahwa transparansi sangat diperlukan di setiap aktivitas pengurusan lembaga terutama pada laporan keuangan maupun laporan aktivitas harian yang harus dijelaskan secara relevan sesuai dengan yang terjadi sebenarnya. Pada lembaga BAZNAS sangat dituntut pada transparansi terutama di laporannya karena nuzakki yang memberikan amanah kepada BAZNAS dalam menjalankan pengelolaan, perlu adanya keterbukaan pada distribusi kepada siapa saja zakat akan disalurkan tepat sasaran sesuai dengan persyaratan zakat diterima oleh delapan golongan yang sesuai dengan ketentuan Islam.

2.1.14 Transparansi Perspektif Islam

Transparansi memiliki makna yang sama dengan tabligh, sesuai yang ada di dalam Q.S. Al-Maidah ayat 67 yang berbunyi:

“Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir.”

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa transparansi merupakan salah satu bagian dari sistem tata kelola lembaga zakat yang baik, di mana transparansi menuntut adanya pertanggungjawaban terbuka dan aksesibilitas dengan mudah (Junjunan et al., 2020).

Menurut (Abu-Tapanjeh, 2009), transparansi dalam perspektif Islam adalah:

1. Organisasi bersifat terbuka kepada muzakki. Semua fakta berkaitan dengan kegiatan pengelolaan zakat termasuk informasi keuangan seharusnya mudah untuk dapat diakses pihak yang memiliki kepentingan tersebut.
2. Informasi harus diungkapkan secara jujur, semua kegiatan yang terjadi berdasarkan fakta perlu diinformasikan.
3. Penyampaian informasi yang dilakukan harus secara adil kepada setiap pihak berkepentingan.

Pada konsep transparansi di atas dapat diketahui bahwa dalam Islam, segala informasi harus dikomunikasikan pada setiap organisasi kepada pemberi amanah. Dalam transparansi mengajarkan bahwa transparansi dalam Islam sangat erat kaitannya dengan kejujuran dalam keterbukaan pengelolaan zakat, sehingga masyarakat akan lebih selektif untuk memilih pilihan terbaik untuk mendonasikan zakat, infaq, shodaqoh (ZIS), serta dampaknya akan meningkatkan minat masyarakat untuk memilih lembaga yang transparan.

2.1.15 Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Badan Amil Zakat Daerah Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan asal dari Badan Amil Zakat Infaq dan Shadaqah (BAZIS) pada lingkungan Departemen Agama Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada kantor Wilayah Departemen Agama berdasarkan keputusan Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama No. 25/KPTS/1989 pada tanggal 1 Mei 1989. Maksud

terbentuknya BAZIS digunakan sebagai tempat penampungan serta pengelolaan zakat pada lingkungan Kantor Wilayah Departemen Agama. Sehingga pada proses sejarah tepatnya tanggal 23 September 1999 Bangsa Indonesia membuat hukum yang berkaitan dengan pengelolaan zakat berupa Undang-Undang No.38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat. Selanjutnya berkembangnya BAZIS di lingkungan pemerintah daerah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada keputusan Menteri Dalam Negeri dan Menteri Agama Republik Indonesia No. 29 tahun 1991. Lalu kemudian ditetapkan BASIZ provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada keputusan Gubernur No.9/KPTS/1992 tanggal 5 Juni 1992. Kemudian terjadi penyempurnaan pada SK Gubernur DIY No.9/KPTS/1996 kemudian kepengurusan BAZIS dikukuhkan dan dilantik pada 9 Februari 1996 di tempatnya di pagelaran keraton Yogyakarta.

Pada tahun 1998 Indonesia memiliki dua jenis kelompok institusi resmi yang mengurus zakat yaitu, Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) sesuai dengan peraturan tentang pengelolaan zakat pada UU No.38 tahun 1999 Bab III pasal 6 dan pasal 7 (Pratiwi & Ridlwan, 2019). Dan juga terjadi perubahan BAZIS menjadi BAZDA (Badan Amil Zakat Daerah) yang terakhir terjadi perubahan lagi di tahun 2012 hasil rakernas di Jakarta terjadi perubahan lagi pada nama BAZDA menjadi BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pada organisasi pengelolaan zakat yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat yang dibentuk pemerintah pada tingkat Lembaga Amil Zakat di masyarakat dan ditetapkan oleh pemerintah. Badan Amil Zakat terdiri:

1. Badan Amil Zakat Nasional dibentuk oleh Presiden atas usul Menteri Agama.
2. Badan Amil Zakat Daerah Provinsi dibentuk oleh Gubernur atas usul Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi.
3. Badan Amil Zakat Daerah Kabupaten/Kota dibentuk oleh Bupati/Walikota atas usul Kepala Kantor Departemen Agama Kabupaten/Kota.
4. Badan Amil Zakat Daerah Kecamatan dibentuk oleh Camat atas usul Kepala kantor Urusan Agama.
5. Pada pelaksanaan untuk pengumpulan zakat, pada Badan Amil Zakat disesuaikan dengan tingkatan dalam Unit Pengumpulan Zakat agar dapat memberikan pelayanan Muzakki yang berada pada desa/kelurahan, instansi-instansi pemerintah maupun luar negeri.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan oleh (Farouk et al., 2018) penelitian ini membahas moderating role of religiosity on zakat compliance behavior in Nigeria yang berkaitan dengan pengaruh moderasi religiositas dalam teori reasoned action (TRA) terhadap niat untuk memenuhi Zakat Penghasilan (ZEI). Objek penelitian pegawai negeri sipil di Kano state Nigeria. Metode penelitian menggunakan pemodelan partial least square structural equation (PLS-SEM). Hasil penelitian bahwa variabel

attitude dan subjective norms memiliki hubungan langsung dengan niat untuk memenuhi zakat, sementara ketika religiositas sebagai moderasi antara variabel attitude pada behavioral intention tidak didukung. Oleh karena itu disimpulkan memperluas theory of reasoned action (TRA) dengan pengenalan religiositas untuk memperkuat sikap minat pada zakat.

Berikut kajian yang dilakukan oleh (Rahayu et al., 2019) penelitian berkaitan dengan pengaruh akuntabilitas dan transparansi lembaga zakat terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Objek penelitian adalah Muzakki di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Masjid Jogokariyan Yogyakarta. Metode penelitian adalah purposive sampling. Sistem pengumpulan data ada dua cara dengan kuesioner dan wawancara terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntabilitas dan transparansi berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Jogoriyan Yogyakarta.

Berikutnya masih pada tahun yang sama penelitian oleh (Ikhwandha & Hidayati, 2019) melakukan penelitian tentang the influence of accountability, transparency, and affective and cognitive trusts on interest in playing zakat. Subjek penelitian adalah muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang berada di Wilayah Provinsi Yogyakarta dan di Kota Yogyakarta. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square, dan pada teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian adalah akuntabilitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan afektif dan kognitif. Serta kepercayaan afektif dan kognitif berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam membayar zakat melalui

lembaga zakat. Sementara itu transparansi tidak berpengaruh pada kepercayaan kognitif dan afektif.

Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh (Amalia & Widiastuti, 2019) melakukan analisis terkait pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzaki membayar zakat. Objek penelitian adalah seluruh muzaki yang terdaftar di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Surabaya. Metode penelitian adalah kuantitatif dengan model analisis regresi linear. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzaki membayar zakat.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Alkahfi et al., 2020) yang membahas pengaruh akuntansi zakat terhadap akuntabilitas publik. Subjek penelitian adalah 18 BAZNAS Kabupaten/Kota dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang berada di Provinsi Sumatera Selatan. Metode penelitian menggunakan kuantitatif yang diukur menggunakan instrumen kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntansi zakat berpengaruh positif terhadap akuntabilitas publik.

Selanjutnya penelitian oleh (Andam & Osman, 2019) yang menganalisis tentang determinants of intention to give zakat on employment income. Subjek penelitian adalah penduduk mayoritas Muslim di kota Marawi. Metode penelitian adalah purposive sampling. Hasil penelitian menemukan bahwa sikap, norma deskriptif dan norma moral memiliki hubungan positif kontrol perilaku yang

dirasakan, sedangkan norma injunctive dan perilaku masa lalu ditemukan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap niat.

Pada tahun berikutnya penelitian oleh (Ghofur & Suhendar, 2021) yang melakukan analisis akuntabilitas dan transparansi pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dalam memaksimalkan potensi zakat. Objek penelitian adalah Kepala Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dan bagian akuntansi/pencatatan dana zakat serta muztahiq maupun muzakki BAZNAS Provinsi Lampung dan Banten. Metode penelitian menggunakan kualitatif dengan teknik penelitian wawancara dan mengambil data laporan Outlook Zakat Indonesia. Hasil penelitian yaitu Implementasi mengoptimalkan potensi zakat terhadap akuntabilitas dan transparansi yang diterapkan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Lampung dan Banten mengarah pada penilaian positif.

Penelitian dengan tema serupa juga pernah dilakukan oleh (Kabib et al., 2021) yang melakukan penelitian pada pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap minat muzakki membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sragen. Objek penelitian yaitu muzakki yang tercatat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Sragen. Metode penelitian dengan kuantitatif dengan teknis pengambilan sampel memakai nonprobability sampling dan penentuan sampel dengan teknik insidental sampling. Hasil penelitian adalah secara simultan variabel akuntabilitas dan transparansi dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Sragen berpengaruh pada minat muzakki dalam membayarkan zakatnya. Namun secara parsial akuntabilitas dapat memengaruhi

secara signifikan pada minat muzakki, sedangkan transparansi tidak berpengaruh signifikan pada minat muzakki membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Sragen.

Selanjutnya penelitian berbeda dilakukan oleh (Aristoni, 2021) yang membahas integration of sharia in zakat law. Subjek penelitian adalah Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif sebagai suatu pendekatan untuk mengelola dan menganalisis data yang tidak menggunakan variabel matematis, simbol, atau angka, tetapi melakukan kajian mendalam terhadap masalah yang akan dibahas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan zakat dalam hukum Islam dan hukum pengelolaan zakat UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat menempatkan zakat sebagai pilar penting dalam membangun nilai-nilai ketakwaan kepada Allah SWT dan mewujudkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat sehingga terwujud kehidupan yang harmonis antar sesama.

Berikutnya analisis yang dilakukan oleh (Syafitri et al., 2021) pembahasan yang berkaitan dengan tingkat religiositas dan pendapatan: analisis pengaruh terhadap keputusan membayar zakat, infaq Shodaqoh. Subjek penelitian adalah 100 responden yang berdomisili di Jabodetabek. Metode penelitian adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan analisis data yang diolah dengan program SPSS. Hasil analisis menyatakan bahwa tingkat religiositas dan pendapatan pada masyarakat Jabodetabek memiliki pengaruh pada keputusan mengeluarkan ZIS.

Kajian selanjutnya dilakukan oleh (Susilowati, 2021) penelitian membahas effect of macroeconomic indicators against ZIS payments in the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) 2013-2017. Objek penelitian adalah Pusat Statistik, BAZNAS, dan Bank Indonesia periode 2013-2017 dan mencakup 28 provinsi di Indonesia. Metode penelitian menggunakan kuantitatif dan data sekunder, dengan analisis regresi data panel yaitu kombinasi dua data time series dan cross section yang mampu memberikan lebih banyak data sehingga dapat menghasilkan derajat yang lebih besar. Hasil penelitian menyatakan bahwa inflasi, indeks pembangunan manusia dan pendapatan asli daerah tidak berpengaruh signifikan terhadap pembayaran ZIS di Indonesia. Tapi pendapatan per kapita berpengaruh positif signifikan terhadap pembayaran ZIS di Indonesia.

Pada tahun berikutnya kajian dilakukan oleh (Ramadhani & Hapsari, 2022) yang membahas analisis faktor-faktor yang memengaruhi niat membayar zakat online bagi generasi milenial. Objek penelitian adalah generasi milenial muslim yang berusia 22-41 tahun berada di Surabaya. Metode penelitian adalah kuantitatif berupa kuesioner. Hasil penelitian yaitu menyatakan bahwa reputasi, transparansi dan kepercayaan terhadap institusi pengelola zakat memiliki pengaruh positif terhadap keinginan muzakki generasi milenial untuk membayar zakat secara online.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Tanjung et al., 2022) melakukan analisis akuntabilitas, transparansi dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat pada badan amil zakat nasional provinsi Sumatera utara. Subjek penelitian adalah masyarakat muslim Sumatera Utara yang membayar zakat tidak di badan

amil zakat nasional. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian adalah akuntabilitas, transparansi, kepercayaan berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat masyarakat membayar zakat.

Selanjutnya pada penelitian oleh (Ahmad & Yahaya, 2022) yang meneliti tentang Islamic social financing and efficient zakat distribution: impact of fintech adoption among the asnaf in Malaysia. Objek penelitian adalah 580 asnaf dari lima masjid yang berbeda daerah pada kecamatan Kuala Selangor, Hulu Selangor, Klang, Petaling dan Gombak. Metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa facilitating conditions memiliki pengaruh yang signifikan dan langsung terhadap keputusan asnaf untuk menggunakan mobile banking untuk tujuan pembayaran zakat.

Selanjutnya masih di tahun yang sama penelitian oleh (Katman et al., 2022) dengan pembahasan factors affecting Muzakki's interest in paying agricultural zakat in Sidenreng Rappang Regency. Subjek penelitian adalah masyarakat Kabupaten Sidenreng Rappang yang memiliki atau menggarap lahan pertanian yang telah membayar zakat pertanian. Metode penelitian yaitu kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Hasil penelitian adalah variabel iman, pemahaman zakat, pendapatan, kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat pertanian. Sedangkan variabel kepedulian sosial, kepuasan diri dan lingkungan berpengaruh negatif terhadap minat muzakki membayar zakat pertanian.

Berikutnya pada penelitian yang dilakukan oleh (Lesmana et al., 2022) yang melakukan penelitian tentang pengaruh religiositas, pelayanan dan transparansi terhadap minat membayar zakat pada BAZNAS Asahan. Subjek penelitian adalah masyarakat sejumlah 100 orang pada Badan Amil Zakat di Asahan. Metode penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Sehingga memperoleh hasil bahwa variabel religiositas, pelayanan berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat zakat, tapi pada variabel transparansi tidak berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat.

Kajian selanjutnya dilakukan oleh (Rusdianto, 2022) penelitian tentang the direction of zakat accounting research: an analysis of the issue and implications of zakat institution management practice. Subjek penelitian yaitu publication of zakat accounting between 2009-2019 berupa 70 artikel akuntansi zakat. Metode penelitian menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR). Hasil penelitian yaitu mengangkat beberapa masalah dari permasalahan pertama adalah bahwa informasi akuntansi dapat memengaruhi keinginan untuk membayar zakat, yang dapat dijadikan pedoman dalam proses pengelolaan lembaga zakat. Permasalahan kedua adalah mengevaluasi kinerja lembaga zakat yang dapat meningkatkan kinerja lembaga zakat. Ketiga adalah tata kelola lembaga zakat, yang berimplikasi penting agar zakat dapat dikelola lebih profesional. Ke-empat adalah pengelolaan zakat dalam bisnis, yang menunjukkan perlunya sosialisasi tentang pentingnya zakat, yang sama pentingnya dengan isu-isu sosial lainnya. Selanjutnya terdapat masalah audit yang belum terungkap, padahal merupakan instrumen penting dalam proses pengelolaan lembaga zakat. Yang terakhir memperkuat

pentingnya pengaturan pengelolaan zakat karena sikap pengelola terkait erat dengan kebijakan dan orientasi.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat (X1) terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS (Y)

Beberapa Muzaki dalam menentukan suatu keputusan dalam memilih untuk membayarkan zakatnya pada suatu lembaga selalu mempertimbangkan beberapa aspek salah satunya akuntabilitas. Akuntabilitas dalam suatu lembaga zakat dapat memberikan cerminan pada gambaran tentang laporan keuangan dalam lembaganya. Akuntabilitas adalah kewajiban pihak pemegang amanah untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan, dan mengungkapkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya kepada pihak pemberi amanah yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban tersebut. (Mardiasmo, 2018a, bk. 27). Sementara yang diketahui tentang minat adalah ketertarikan pada suatu hal yang membuat hati nurani tergerak untuk mengetahuinya. Minat timbul karena adanya dorongan dari dalam diri dalam setiap individu yang nantinya akan mendatangkan manfaat, bisa merasakan secara nyata dan pihak luar memiliki peran dalam mendorong rasa ke arah tersebut. Dikaitkan dengan zakat rasa kepercayaan terhadap OPZ dalam laporan keuangan secara akuntabilitas membuat minat muzakki dalam membayar zakat semakin besar. Teori Atribusi relevan dengan akuntabilitas lembaga zakat karena

memengaruhi minat muzakki, di mana penyebab eksternal yang dapat memengaruhi kepercayaan muzakki dalam membayar zakat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Kabib et al., 2021) pada hasil penelitian menyatakan bahwa akuntabilitas dapat memengaruhi secara signifikan pada minat muzakki membayar zakat pada BAZNAS Sragen. Pada penelitian oleh (Tanjung et al., 2022) menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat masyarakat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara. Mengacu pada beberapa penelitian dan hasil penelitian di atas menyatakan bahwa faktor akuntabilitas dapat memengaruhi muzakki dalam membayar zakat. Berdasarkan pada kajian empiris dan teoritis tersebut, maka hipotesis pertama yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Pengaruh Akuntabilitas (X1) Lembaga Zakat terhadap Minat membayar Zakat (Y) di BAZNAS

2.3.2 Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat (X2) terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS (Y)

Transparansi lembaga zakat dapat memengaruhi minat membayar zakat yaitu membuat suatu informasi yang dapat dijangkau oleh orang yang berkepentingan dengan mudah, serta tersedianya informasi yang berkaitan dengan zakat yang adakan dibayarkan oleh muzakki. Tujuan informasi ini membuat terbentuknya rasa kepercayaan terhadap muzakki untuk memilih membayar di BAZNAS. Transparansi merupakan suatu keadaan yang di

mana perusahaan mampu menyediakan suatu informasi material dan relevan yang mudah diakses dan dapat dipahami oleh pemegang kepentingan (KNKG, 2006). Teori Atribusi relevan terhadap transparansi lembaga zakat, di mana transparansi informasi laporan keuangan lembaga zakat bisa memengaruhi minat zakat, di mana penyebab eksternal yang dapat memengaruhi kepercayaan muzakki dalam membayar zakat.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas transparansi memiliki hubungan terhadap reaksi muzakki di antaranya dilakukan oleh (Rahayu et al., 2019), (Ghofur & Suhendar, 2021) pada penelitian yang dilakukan memiliki variabel yang sama dan hasil pengamatan yang sama dengan menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap muzakki. Hal ini menyatakan bahwa transparansi pada reaksi muzakki memberikan nilai positif dalam pengelolaan zakat. Yang di mana dalam pengelolaan zakat terdapat transparansi pada lembaga zakat yang harus diterapkan pada lembaga zakat yang membuat meningkatkan kepercayaan muzakki dalam membayar zakat. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh (Ikhwandha & Hidayati, 2019) menyatakan bahwa variabel transparansi yang tidak berpengaruh signifikan baik dari kepercayaan kognitif dan afektif, serta minat membayar zakat hal tersebut berhubungan dengan zakat. Terdapat penelitian oleh (Kabib et al., 2021) menyatakan dari hasil penelitian transparansi tidak berpengaruh signifikan pada minat muzakki membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Sragen. Berdasarkan pada kajian empiris dan

teoritis tersebut, maka hipotesis kedua yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H2: Pengaruh Transparansi (X2) Lembaga Zakat terhadap Minat membayar Zakat (Y) di BAZNAS.

2.3.3 Kepercayaan Afektif (X3) terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS (Y)

Lembaga amil Zakat yang memiliki tanggung jawab untuk pengelolaan zakat sesuai dengan aturan dan ketentuan yang telah ditetapkan pada lembaga zakat. Sehingga mendapatkan kepercayaan dari masyarakat agar nantinya membayar/menyalurkan zakatnya kepada lembaga tersebut. Kepercayaan afektif suatu sikap yang berkaitan dengan perasaan dan emosional. Liliweri mengatakan afektif sebagai suatu komponen yang menunjukkan perasaan, respek atau perhatian kita terhadap objek tertentu, seperti ketakutan, kesukaan, atau kemarahan pada 2011 (Ikhwandha, 2018). Minat adalah ketertarikan pada suatu hal yang membuat hati nurani tergerak untuk mengetahuinya. Minat timbul karena adanya dorongan dari dalam diri dalam setiap individu yang nantinya akan mendatangkan manfaat, bisa merasakan secara nyata dan pihak luar memiliki peran dalam mendorong rasa ke arah tersebut. Dikaitkan dengan zakat rasa kepercayaan terhadap OPZ dalam kepercayaan muzakki bisa meningkatkan minat dalam membayar zakat semakin besar. Teori Atribusi relevan terhadap kepercayaan afektif lembaga zakat, di mana bisa memengaruhi minat zakat,

penyebab internal yang dapat memengaruhi kepercayaan muzakki dalam membayar zakat.

Menurut beberapa peneliti yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki hubungan terhadap minat membayar zakat pada lembaga BAZNAS di antaranya dilakukan oleh (Ikhwandha & Hidayati, 2019) dan (Tanjung et al., 2022) pada penelitian yang dilakukan memiliki variabel yang sama dan hasil pengamatan yang sama dengan menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat pada lembaga amil zakat. Dari hasil tersebut menyatakan bahwa kepercayaan muzakki memberikan nilai positif dalam keinginan membayar zakat melalui lembaga amil zakat yang terdapat di Indonesia. Berdasarkan pada kajian empiris dan teoritis tersebut, maka hipotesis ketiga yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H3: Pengaruh Kepercayaan Afektif (X3) Lembaga Zakat terhadap Minat membayar Zakat (Y) di BAZNAS.

2.3.4 Pengaruh Religiositas (Z) sebagai variabel moderasi dalam memperkuat pengaruh Akuntabilitas (X1) terhadap Minat membayar zakat (Y)

Akuntabilitas merupakan bentuk pertanggungjawaban atas kegiatan dalam menyajikan laporan yang memuat hasil sesuai dengan prinsip akuntansi. Pelaporan yang disajikan oleh lembaga zakat memuat akuntabilitas digunakan oleh pihak yang berkepentingan (muzakki) dengan

informasi sesuai dengan aturan dan wewenang hak permintaan pertanggungjawaban. Dalam praktiknya akuntabilitas memiliki hubungan sejalan antara organisasi dengan pemangku kepentingan agar mendapatkan keuntungan bersama hal ini meningkatkan nilai-nilai *hablumminannas* (Buanaputra et al., 2022). Untuk mencapai hal tersebut perlu adanya suatu persepsi *hablumminallah* yang di mana ketika hubungan dengan Allah baik maka *hablumminannas* akan mengikut sehingga diperlukan suatu variabel religiositas untuk memperkuat nilai-nilai dalam mencapai *hablumminannas*. Religiositas merupakan suatu kondisi pada diri seseorang yang mendorongnya dalam bertingkah laku sesuai dengan tingkat kepatuhannya terhadap agama (Adistii et al., 2021). Pada dasarnya seseorang memiliki kepercayaan yang dijadikan sebagai pedoman berdasarkan agama Islam, yang di mana meningkatkan minat untuk membayar zakat pada suatu lembaga terikat dengan citra informasi akuntabilitas yang baik sesuai dengan pandangan setiap individu yang berdasarkan agama. Hal ini sejalan dengan teori Atribusi relevan terhadap religiositas sebagai faktor internal memperkuat hubungan akuntabilitas lembaga zakat dapat memengaruhi minat muzakki membayar zakat.

Dalam hal ini religiositas dan akuntabilitas dapat memengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat. Pada penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Kabib et al., 2021) pada hasil penelitian menyatakan bahwa akuntabilitas dapat memengaruhi secara signifikan pada minat muzakki membayar zakat pada BAZNAS Sragen. Sejalan dengan hasil tersebut

Terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Lesmana et al., 2022) yang di mana menjelaskan bahwa religiositas berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat. Berpengaruh positif artinya jika tingkat religiositas seorang muzakki meningkat maka minat seseorang dalam membayar zakat akan meningkat juga. Sehingga berlandaskan pada kajian empiris dan teoritis tersebut, maka hipotesis keempat yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H4: Pengaruh Religiositas (Z) mampu dapat memoderasi dalam memperkuat pengaruh Akuntabilitas (X1), terhadap Minat membayar zakat (Y).

2.3.5 Pengaruh Religiositas (Z) sebagai variabel moderasi dalam memperkuat pengaruh Transparansi (X2) terhadap Minat membayar zakat (Y)

Transparansi merupakan suatu keadaan lembaga menyediakan informasi material dan relevan yang menuntut ketersediaan informasi kinerja lembaga yang sesuai dengan aturan yang berlaku. Transparansi dalam sebuah lembaga menjadi sangat penting karena memberikan informasi keuangan yang terbuka dan jujur kepada masyarakat berdasarkan pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh (Tanjung et al., 2022). Untuk mencapai tingkat transparansi yang terbuka jujur diperlukan variabel religiositas sebagai memperkuat citra transparansi pada lembaga zakat. Pada dasarnya setiap

individu memiliki kepercayaan yang dijadikan sebagai pedoman berdasarkan agama yang biasa disebut religiositas. Menurut Jalaludin mengatakan bahwa religiositas merupakan suatu tindakan yang sumbernya berasal langsung atau tidak langsung kepada Nash (Adistii et al., 2021). Nash dalam artian petunjuk dari Allah SWT, bahwa menciptakan citra transparansi yang baik di suatu lembaga zakat diperlukan aturan-aturan yang berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan agama agar muzakki sebagai salah satu pemangku kepentingan memiliki rasa kepercayaan untuk membayar zakat di lembaga BAZNAS. Hal ini sejalan dengan teori Atribusi relevan terhadap religiositas sebagai faktor internal memperkuat hubungan transparansi lembaga zakat dapat memengaruhi minat muzakki membayar zakat.

Dalam hal ini religiositas dan akuntabilitas dapat memengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Amalia & Widiastuti, 2019) penelitian menyatakan bahwa variabel akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. Selanjutnya terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Lesmana et al., 2022) dengan hasil penelitian ialah religiositas berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat. Berpengaruh positif artinya jika tingkat religiositas seorang muzakki meningkat maka minat seseorang dalam membayar zakat akan meningkat juga. Hal ini dikarenakan sebagai seorang muslim sering mengaitkan orang yang religius adalah orang

yang percaya akan kewajibannya membayar zakat merupakan salah satu rukun Islam yang harus ditunaikan. Sehingga berlandaskan pada kajian empiris dan teoritis tersebut, maka hipotesis kelima yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H5: Pengaruh Religiositas (Z) mampu dapat memoderasi dalam memperkuat pengaruh Transparansi (X2), terhadap Minat membayar zakat (Y).

2.3.6 Pengaruh Religiositas (Z) sebagai variabel moderasi dalam memperkuat pengaruh Kepercayaan Afektif (X3) terhadap Minat membayar zakat (Y)

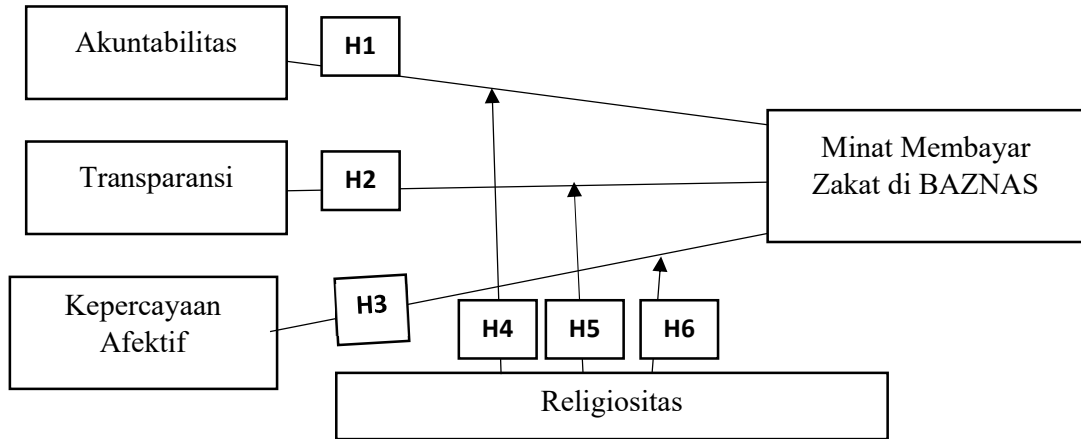
Kepercayaan afektif adalah suatu perasaan yang dirasakan terhadap suatu objek yang di mana terdapat komponen yang menunjukkan perasaan, respek, atau perhatian di mana akan menimbulkan suatu pikiran berisi kesukaan atau kemarahan. Mengetahui ranah pembelajaran afektif ialah berkaitan dengan perilaku dan tata nilai, di mana afektif meliputi karakter perilaku yang berkaitan dengan minat, kehendak, ketertarikan, perasaan, nilai, sikap dan emosi, ranah sikap dan tingkah laku afektif direpresentasikan dalam akhlak karimah (Suliswiyadi, 2020). Akhlak karimah suatu akhlak yang terpuji sesuai dengan ajaran Islam. Untuk memperkuat kepercayaan afektif memerlukan variabel religiositas dalam memperkuat kepercayaan tersebut terhadap minat muzakki membayar zakat. Karena ketahuilah bahwa kepercayaan setiap individu akan

dipengaruhi dari kepribadian yang terikat pada keyakinan pada Allah SWT. Maka dari itu sangat erat kaitannya dengan teori Atribusi yang di mana religiositas sebagai faktor internal yang dapat memperkuat kepercayaan afektif pada setiap muzakki terhadap minat membayar zakat di BAZNAS.

Berdasarkan penjelasan tersebut terdapat penelitian yang terkait dengan religiositas dan kepercayaan yang memiliki hubungan dalam meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat. Salah satunya diteliti oleh (Lesmana et al., 2022) yang di mana menjelaskan bahwa religiositas berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat. Berpengaruh positif artinya jika tingkat religiositas seorang muzakki meningkat maka minat seseorang dalam membayar zakat akan meningkat juga. Hal ini dikarenakan sebagai seorang muslim sering mengaitkan orang yang religius adalah orang yang percaya akan kewajibannya membayar zakat merupakan salah satu rukun Islam yang harus ditunaikan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H6: Pengaruh Religiositas (Z) mampu dapat memoderasi dalam memperkuat pengaruh Kepercayaan Afektif (X3), terhadap Minat membayar zakat (Y).

2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka konseptual



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini merupakan penelitian ini berbasis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, karena pada penelitian ini akan disajikan menggunakan angka-angka. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian dalam mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data dengan menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan/fenomena (Ulum & Cahyono, 2020). Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kuantitatif melalui pengamatan langsung pada objeknya dan akan memperoleh hasil data relevan dalam bentuk angka-angka.

3.1.2 Lokasi Dan Subyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang minat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta. Yang dimanah terdiri dari empat kabupaten dan satu kota, yaitu kabupaten Bantul, kabupaten Gunung Kidul, kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Sleman dan Kota Jogjakarta.

3.1.3 Populasi dan Sampel

3.1.3.1 Populasi

Nawawi (2009) mendefinisikan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang memengaruhi karakteristik dan kuantitatif tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Firdaus, 2015). Populasi merupakan suatu objek yang bukan hanya pada setiap orang tetapi yang bisa dijadikan sebagai perhitungan atau jumlah pada objek/subjek yang dipelajari berupa karakter pada setiap objek/subjek yang diteliti.

Populasi yang terdapat pada penelitian ini adalah masyarakat provinsi daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah memenuhi syarat membayar zakat. Dalam hal ini, jumlah populasi tersebut tidak dapat ditentukan dengan jelas menurut kuantitatif, karena jumlah yang ditentukan tidak terbatas.

3.1.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang ada, sehingga dalam pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan dengan pertimbangan. Sampel pada penelitian adalah sejumlah responden yang dianggap telah mewakili populasi yaitu beberapa muzakki yang sudah mampu membayar zakat sesuai dengan syarat wajib membayar zakat.

Mengacu pada populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Malhotra. Sebagaimana dijelaskan oleh Nawawi (2009) bahwa jumlah sampel atau responden dengan jumlah populasi yang tidak terbatas dan paling sedikit empat atau lima dikalikan jumlah sub variable yang diteliti. Jumlah indicator dalam penelitian ini sebanyak 22 dikalikan lima variable $22 \times 5 = 110$. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 110 responden.

3.1.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik acak sederhana (Simple Random Sampling), yang berarti bahwa setiap anggota atau unit dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk diseleksi sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel acak sederhana ini dilakukan dengan mengundi anggota populasi. (Retnawati, 2017).

Adapun syarat dalam menarik sampel menggunakan *sampling purposive*, yaitu sampel ditentukan dengan pertimbangan tertentu. Menurut (Firdaus, 2015) menyatakan bahwa sekelompok subjek dalam teknik *sampling purposive* didasarkan pada ciri-ciri tertentu yang dipandang masih berkorelasi erat dengan ciri populasi yang telah diketahui sebelumnya. Kriteria secara umum yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Responden yang sudah memenuhi syarat wajib membayar zakat.

3. Responden yang sudah memiliki penghasilan tetap.

3.1.5 Sumber Data Penelitian

3.1.5.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Data yang dikumpulkan secara langsung dari objek yang diteliti untuk riset/penelitian, seperti interview, observasi (Firdaus, 2015). Dalam penelitian ini, memerlukan suatu data langsung dari masyarakat provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang berkaitan dengan variabel diteliti dengan bantuan berupa menyebarkan kuesioner yang akan dibuat untuk membantu mendapatkan data penelitian. Kuesioner tersebut dibuat menggunakan desain Skala Likert.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara dan alat-alat untuk melakukan pengumpulan data penelitian ini. Dalam hal ini teknik atau metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.2.1 Kuesioner

Metode kuesioner merupakan cara memperoleh data dengan membagikan daftar pertanyaan yang ditujukan pada responden melalui kuesioner tersebut diharapkan adanya sebuah respons atau jawaban dari responden terhadap daftar pertanyaan tersebut. Instrumen yang ada diketahui

secara umum pada kuesioner bersifat terbuka dan tertutup. Kuesioner terbuka merupakan upaya persetujuan bagi responden dalam memberikan jawaban dengan kalimatnya sendiri, sedangkan tertutup peneliti telah menyediakan alternatif-alternatif jawaban. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yang jawabannya telah tersedia. Dalam penelitian ini memperoleh data dari membagikan kuesioner kepada responden, dengan respondennya masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2.2 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur yang dapat menunjang dan melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah riset/penelitian memiliki berbagai macam variasi, tapi untuk umumnya dan agar mudah untuk dipahami, maka variabel merupakan yang menjadi bagian yang akan diteliti, di mana proses sebelumnya telah diidentifikasi dan dapat ditelusuri dan diukur secara empiris dalam penelitian khususnya penelitian kuantitatif (Firdaus, 2015). Penelitian ini terdiri dari variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat Membayar Zakat (Y). Sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Akuntabilitas (X1), Transparansi (X2), Kepercayaan Afektif (X3). Sehubungan dengan tersebut, maka penulis menggunakan pembatasan variabel dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Variabel Independen: Akuntabilitas (X1)	Akuntabilitas pada suatu lembaga zakat dapat didefinisikan sebagai suatu cerminan dari lembaga dalam memegang amanah berupa pertanggungjawaban pengelolaan zakat dalam menghimpun, mendistribusikan dan mendayagunakan dana zakat dalam bentuk pertanggungjawaban secara periodik sesuai dengan ketentuan syariah dan undang-undang yang berlaku di Indonesia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada seluruh aktivitas hal utama yang perlu diperhatikan yaitu kesejahteraan umat Muslim yang berasal dari Allah SWT kepada manusia sebagai seorang khalifah. 2. Semua kegiatan yang dilaksanakan dilakukan secara adil. 3. Pengelolaan yang baik harus sejalan dengan komitmen sesuai dengan kesepakatan pemberi amanah dan penerima amanah. 4. Pengelolaan dijalankan sesuai syariat Islam yang telah terserah dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.
2.	Variabel Independen: Transparansi (X2)	Transparansi pada suatu lembaga zakat menunjukkan kondisi pada laporan keuangan pada periode tertentu di suatu kondisi terkini. Kondisi terkini pada lembaga zakat bisa menyediakan informasi yang dibutuhkan muzakki dalam mengetahui laporan dana zakat dalam satu periode tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Semua yang berkaitan dengan informasi pengelolaan zakat harus transparan dan mudah mendapatkan akses bagi pihak-pihak yang berkepentingan. 2. Lembaga zakat dalam menyediakan informasi baik

			<p>pengelolaan maupun laporan harus dijelaskan dengan jujur dan terbuka.</p> <p>3. Adanya sistem informasi yang tersedia pada publik.</p>
3.	Variabel Independen: Kepercayaan Afektif (X3)	<p>Kepercayaan afektif merupakan kepercayaan yang berkaitan langsung dengan emosional atau perasaan yang nantinya akan memengaruhi seseorang pada tujuannya. Sama halnya pada lembaga zakat, kepercayaan afektif akan memengaruhi pada tingkat persepsi pada lembaga amil zakat.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lembaga Amil Zakat memiliki hubungan baik dengan semua pihak yang berkepentingan. 2. Lembaga Amil Zakat terutama pada OPZ selalu memberikan pelayanan terbaik. 3. Kepercayaan yang terbentuk ketika mengetahui tentang Lembaga Amil Zakat. 4. Pandangan terhadap Lembaga Amil Zakat.
4.	Variabel pemoderasi: Religiositas (Z)	<p>Religiositas merupakan suatu perilaku yang menggambarkan keyakinan terhadap agama yang ditandai dengan ketaatan berupa keyakinan, pengetahuan, pengalaman, dan hubungan kuat dengan agama yang dianut.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki keyakinan dalam mengetahui tentang zakat. 2. Zakat dapat menjadikan sebagai pelaksanaan ibadah dan kaidah. 3. Mengetahui bahwa pengetahuan zakat terdapat kaitannya dalam agama. 4. Terdapat konsekuensi dalam setiap

			perbuatan yang dilakukan oleh setiap orang.
	Variabel Dependen: Minat Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat Nasional (Y)	Minat merupakan ketertarikan atau kecenderungan terhadap sesuatu. Minat datang dari dalam diri yang menarik hati dengan merasakan adanya manfaat dari hal tersebut. Minat muzakki membayar zakat ialah kecenderungan munculnya dari dalam hari untuk berzakat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat keinginan dari dalam diri Individu dan pemahaman muzakki 2. Pada setiap orang terdapat motif sosial mendorong terjadinya aktivitas tertentu 3. Faktor emosional mendorong terciptanya keinginan untuk membayar zakat

3.4 Skala Pengukuran

Teknik pengukuran data kuesioner penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala likert adalah pernyataan sikap atau pendapat atau jawaban seseorang atas pertanyaan dari penilaian instrumen dan dinyatakan dalam angka (Firdaus, 2015). Dalam penelitian ini jawaban akan diberikan bobot angka atau skor dalam kuesioner yang di mana semuanya telah ditentukan pada pernyataan masing-masing. Pada skor yang diberikan dimulai dari angka 1 (satu) sampai dengan 6 (enam).

No.	Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
1.	SS	Sangat Setuju	6
2.	S	Setuju	5
3.	KS	Kurang Setuju	4

4.	KST	Kurang Tidak Setuju	3
5.	TS	Tidak Setuju	2
6.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.5 Uji Coba Instrumen

Sebelum instrumen disampaikan kepada responden yang termasuk dalam sampel penelitian, maka instrumen diuji coba terlebih dahulu, dengan menyebarkan kuesioner kepada 10 (sepuluh) responden pada masyarakat yang sudah wajib membayar zakat atau tergolong muzakki. Uji coba ini digunakan untuk memperbaharui kuesioner dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil uji coba ini maka diperoleh data seperti dapat dilihat pada uraian berikut:

3.5.1 Uji Pilot Pertama

Pada pengujian ini responden bukan dari bagian dari populasi target, responden dipilih secara acak berjumlah 10 orang yang sudah wajib mengeluarkan zakat. Pada saat pengujian ini responden dibagikan kuesioner yang menggunakan kuesioner tertutup di mana peneliti telah menyediakan alternatif-alternatif jawabannya. Selanjutnya kuesioner menggunakan pengukuran skala likert dengan skor 1 (satu) sampai 5 (lima). Pada kuesioner sudah memuat nama-nama konstruk dan item-item pertanyaan sejumlah 23 (dua puluh tiga) berdasarkan variabel-variabel yang akan diteliti serta sesuai dengan penelitian sebelumnya yang memuat teori-teori relevan.

Setelah membuat kuesioner dan menentukan responden, maka uji pilot pertama dilakukan dengan membagikan 10 (sepuluh) kuesioner kepada masing-masing responden. Setelah membagikan kuesioner maka para responden akan menjawab sesuai dengan pilihan jawaban dari masing-masing. Peneliti mengharapkan agar responden memahami setiap item-item dan memberikan jawaban sesungguhnya. Pada saat setelah menjawab responden akan mengumpulkan kembali hasil jawabannya kepada peneliti. Pada hasil jawaban kuesionernya maka dapat dilihat bahwa jawaban dari masing-masing responden pada setiap item pertanyaan masih banyak yang belum dipahami karena rata-rata responden pada salah satu variabel pertanyaan menjawabnya dengan angka 3 (netral) sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji coba pilot pertama para responden belum memahami maksud dari pertanyaan kuesioner membuat akan dibuat uji coba pilot kedua.

3.5.2 Uji Pilot Kedua

Pada uji coba kedua, terjadi perubahan skala likert yang awalnya 1-5 menjadi 1-6. Skala likert biasanya digunakan untuk mengukur sikap seseorang mengenai sebuah objek dalam penelitian. Menurut Krisyanono (2014, 00.136-137) pilihan ragu-ragu dihilangkan karena memiliki makna ganda dan adanya kecenderungan seseorang memilih jawaban di tengah atau ragu-ragu karena tidak dapat memberikan jawaban. Membuat peneliti mengubah skala likert yang awalnya 1-5 menjadi 1-6 agar jawaban responden tidak ada keraguan dan indeks validitas lebih baik.

Pada pilot kedua, responden dipilih masih sama berjumlah 10 (sepuluh orang) dengan memberikan jawaban sesuai dengan item-item pertanyaan yang tersedia pada kuesioner. Peneliti mengharapkan kembali bahwa responden memberikan saran, tanggapan, dan jawaban sesuai dengan pemahaman di kuesioner. Pada saat setelah menjawab responden akan mengumpulkan kembali hasil jawabannya kepada peneliti. Pada hasil jawaban responden, bahwa jawaban yang diberikan dapat dipahami oleh setiap responden tetapi ditemukan beberapa perbaikan pada kuesioner terutama dalam penulisan item-item yang ada di kuesioner. Berikut ini merupakan beberapa koreksi yang diberikan oleh responden:

- a. Pada tulisan Identitas Responden, Petunjuk Pengisian kuesioner, dan Item setiap judul pada tabel-tabel harus setiap katanya di-bold atau tulisan dipertebal.
- b. Pada pertanyaan nomor 1 kata “pada” dihilangkan karena kurang efektif dalam kalimat pertanyaan. Selanjutnya kata “merupakan” diganti dengan kata “adalah” agar tercipta sinkronisasi setiap kata pada kalimat pertanyaan.
- c. Pada pertanyaan nomor 5 dan nomor 6 pada kata “berkaitan” diganti dengan kata “terkait” agar terciptanya sinkronisasi di setiap kalimat pertanyaan.
- d. Pada pertanyaan nomor 10 terjadi kesalahan penulisan pada kata “membatu” seharusnya menjadi kata “membantu”.

- e. Pada kuesioner pertanyaan semua sudah baik dalam kalimat dan dipahami, tetapi ukuran pada tabelnya tidak teratur sehingga ukuran spasi diubah menjadi 0,1 agar tabel dan setiap kalimat rapi.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan metode yang menjelaskan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data tersebut. Metode analisis deskriptif ini biasanya meliputi kegiatan berupa penyajian data berupa grafik dan tabel dan melakukan kegiatan peringkasan data dan penjelasan data berupa letak, data, bentuk data dan varian data. Data diperoleh dari data primer berupa kuesioner yang telah diisi oleh sejumlah responden penelitian (Firdaus, 2015).

Penghitungan dalam analisis deskriptif dapat dilakukan dengan menggunakan jawaban kuesioner yang telah disebarkan kepada responden. Data tersebut akan diolah menggunakan rumus berikut:

- Nilai Maksimal = 6
- Nilai Minimal = 1
- Jarak Interval = $(\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal}) : 6 = (6-1) : 6 = 0,83$

3.6.2 Structural Equation Modeling (SEM)

Model persamaan struktural (structural equation modeling) merupakan teknik analisis yang gabungan dari dua metodologi disiplin ilmu yaitu perspektif ekonometrika yang memfokuskan pada prediksi dan psychometrika yang mampu untuk menggambarkan konsep model dengan variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) akan tetapi diukur melalui indikator-indikatornya (manifest variables). Umumnya terdapat dua jenis tipe SEM yaitu *covariance-based structural equation modeling* (CB-SEM) dan *partial least squares path modeling* (PLS-SEM) (Ghozali & Latan, 2015).

3.6.3 Partial Least Squares (PLS)

Partial Least Squares merupakan metode analisis sering disebut *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (Ordinary Least Squares) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara multivariate dan tidak adanya problem multikolinieritas antar variabel eksogen. PLS digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten (*prediction*).

3.6.4 Pengujian Outer Model

Pengujian outer model mencakup uji validitas dan uji reliabilitas:

3.6.4.1 Uji Validitas

Menurut (Jogiyanto, 2007) Uji validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya

diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sasarannya. Validitas berhubungan dengan kenyataan (actually) dan berhubungan dengan tujuan dari pengukuran. Pengukuran dikatakan valid, ketika pengukurannya nyata atau benar tapi ketika tidak valid maka terjadi kesalahan atau (error). Uji validitas pada metode PLS, meliputi:

1. Convergent Validity

Convergent Validity merupakan penggambaran apakah indikator-indikator yang dijadikan sebagai manifes maupun mewakili dan mendasari variabel laten yang dibangunnya. Indikator dikatakan valid apabila nilai konvergen validitas $> 0,70$.

2. Discriminant Validity

Discriminant validity merupakan indikator refleksif dapat dilihat pada cross loading antara indikator dengan kontraknya, di mana melihat korelasi konstruk indikatornya harus lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator konstruknya. Metode lain untuk melihat discriminant validity adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari average variance extracted (\sqrt{AVE}) untuk setiap konstruk lebih besar dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

3.6.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Jogiyanto, 2007) Uji Reliabilitas adalah suatu akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Reliabilitas berhubungan dengan akurasi

(accurately) dan konsistensi dari pengukurannya. Suatu pengukuran dikatakan reliabel jika dapat dipercaya, agar dapat dipercaya maka hasil pengukurannya harus akurat dan konsisten. Pada pengukuran reliabilitas terdapat nilai yang dilihat dari *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Cronbach's alpha* adalah pengukuran batas bawah dari pada uji reliabilitas. Sedangkan *composite reliability* ialah nilai sebenarnya dari reliabilitas pada konstraknya. Pada nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* memiliki nilai konstruk di atas 0.7.

3.6.5 Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Pengujian inner model (model struktural) digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil dari PLS R-Square merepresentasikan jumlah varians dari konstruk yang dijelaskan oleh model. Model struktural mencakup pengujian determinasi atau r^2 (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen yaitu minat membayar zakat dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Nilai r^2 yang tinggi mengindikasikan bahwa semakin baik model prediksi dari model penelitian. Nilai R-Squares 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate, lemah.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1.1 Sejarah Singkat BAZNAS Provinsi DIY

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan Badan Amil Zakat Infaq dan Sedekah (BAZIS) di lingkungan kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi DIY yang ada pada saat dibentuk berdasarkan Keputusan Kepala Kantor Wilayah Agama No.25/KPTS/1989 pada tanggal 1 Mei 1989. Pada saat ini BAZNAS sudah memiliki dasar hukum dan kelembagaan yang mengatur tentang Pengelolaan Zakat yang tertuang pada UU No.23 Tahun 2011 dan untuk pelaksanaan peraturan tersebut dijelaskan pada PP No.14 tahun 2014. Dengan itu masih banyak aturan yang memperkuat adanya lembaga BAZNAS DIY salah satunya Surat Edaran Gubernur DIY No.451/2252 tentang gerakan Zakat, Infak, dan Sedekah bagi umat Islam di D.I. Yogyakarta. Hal ini menjadikan suatu gambaran yang di mana zakat itu penting untuk dikelola dengan baik dan benar karena berkaitan dengan kesejahteraan umat muslim, dengan mengeluarkan harta sesuai ketentuan zakat untuk nantinya akan disalurkan kepada yang membutuhkan termasuk dalam golongan mustahik.

4.1.1.2 Visi dan Misi BAZNAS Provinsi DIY

- a. Visi

Terwujudnya BAZNAS yang profesional, efektif dan efisien serta terpercaya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Misi

- Meningkatkan kualitas manajemen pengelolaan ZIS;
- Mudahnya pelayanan bagi muzakki dan mustahik;
- Penyediaan sarana dan prasarana yang memadai;
- Intensifikasi dan ekstensifikasi pengumpulan dan pendayagunaan ZIS;
- Menjalin kerja sama dengan seluruh komponen masyarakat.

4.2 Karakteristik Responden

Pada bagian ini menjelaskan tentang hasil analisis yang dilakukan sebelumnya menggunakan angket atau kuesioner di mana metode ini diterapkan dengan cara penyebaran via online dengan *Google Form*. Jumlah responden yang telah mengisi kuesioner sebanyak 150 responden. Adapun kriteria responden yang telah mengisi meliputi, warga Provinsi DIY yang telah mempunyai pekerjaan dan penghasilan, sudah memenuhi syarat membayar zakat, usia responden sudah menginjak usia 20 tahun baik laki-laki maupun perempuan.

4.2.1 Jenis Kelamin

Hasil data responden berdasarkan jenis kelamin data dipaparkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki - Laki	64	42,7%
2	Perempuan	86	57,3%
3	Total	150	100%

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Dari data pada tabel tersebut diketahui bahwa jumlah responden dari masing-masing berdasarkan penelitian bahwa laki-laki sebanyak 64 responden dengan persentase 42,7% sedangkan untuk perempuan sebanyak 86 responden dengan persentase 57,3%. Sehingga dalam penelitian ini bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan lebih dominan dari pada jenis kelamin laki-laki dalam memberikan informasi terhadap Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi DIY.

4.2.2 Usia

Hasil data responden berdasarkan usia, deskripsi responden disajikan dalam bentuk data berikut ini:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Tingkat Usia	Jumlah	Persentase
1	21-25 Tahun	19	12,7%
2	26-30 Tahun	55	36,7%
3	31-35 Tahun	43	28,7%
4	Lebih dari 35 Tahun	33	22,0%

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa terdapat empat kelompok tingkat usia pada responden. Pada kelompok pertama digolongkan dengan tingkat usia mulai dari 21 tahun sampai 25 tahun dengan jumlah responden sebanyak 19 dan persentase 12,7%. Selanjutnya pada kelompok kedua dengan tingkatan usia 26 tahun sampai 30 tahun sejumlah 55 responden dengan persentase 36,7%. Kelompok ketiga dengan tingkat usia 31 tahun sejumlah 24 responden dan persentase 10%. Sedangkan golongan ke 4 yaitu tingkat usia di atas 35 tahun memperoleh responden 33 dan persentase 22%. Menurut hasil responden dapat diperoleh bahwa yang memperoleh responden yang paling terbanyak berdasarkan usia itu pada golongan yang kedua 26 s/d 30 tahun, diikuti dengan golongan ketiga, golongan keempat dan yang paling sedikit pada golongan pertama usia 21 s/d 25 tahun.

4.2.3 Penghasilan

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

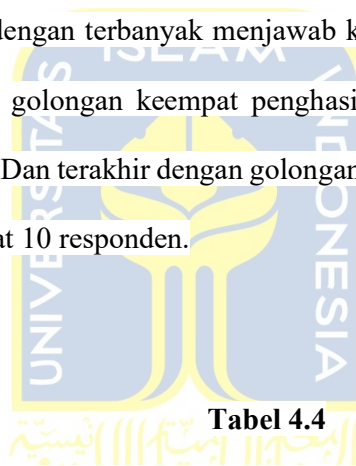
No.	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	< Rp. 1.000.000	10	6,7%
2	Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	32	21,3%
3	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	64	42,7%
4	>Rp. 5.000.000	34	22,7%
5	>Rp. 10.000.000	10	6,7%

	Total	150	100%
--	-------	-----	------

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Menurut hasil tabel 4.3 tersebut diketahui bahwa intensitas responden terbagi menjadi 5 (lima) tingkatan berdasarkan penghasilan dari masing-masing responden. Diketahui bahwa pada golongan pertama penghasilan kurang dari Rp. 1.000.000 terdapat 10 responden. Selanjutnya pada golongan kedua penghasilan Rp. 1.000.000 sampai Rp. 3.000.000 terdapat 32 responden. Sedangkan golongan ketiga penghasilan Rp. 3.000.000 sampai Rp. 5.000.000 terdapat 64 responden yang merupakan golongan dengan terbanyak menjawab kuesioner tersebut. Berikutnya kedua terbanyak pada golongan keempat penghasilan lebih dari Rp. 5.000.000 terdapat 34 responden. Dan terakhir dengan golongan kelima penghasilan lebih dari Rp. 10.000.000 terdapat 10 responden.

4.2.4 Pekerjaan



Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	23	15,33%
2	Pegawai Swasta	60	40%
3	Pengusaha/Wiraswasta	52	34,67%
4	Lainnya	15	10%

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Menurut hasil dari tabel 4.4 menjelaskan bahwa intensitas responden terbagi menjadi 4 (empat) kategori berdasarkan pekerjaan dari masing-masing responden. Diketahui bahwa di golongan pertama pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS) terdapat 23 responden. Berikutnya pada golongan kedua yang paling terbanyak ialah pekerjaan pegawai swasta terdapat 60 responden. Kemudian pada golongan

ketiga pekerjaan pengusaha/wiraswasta sebesar 52 responden. Dan yang terakhir golongan keempat termasuk dalam jumlah sedikit dari kategori pekerjaan lainnya sebanyak 15 responden.

4.3 Analisis Deskriptif

4.3.1 Tingkat Persetujuan Responden

Pengukuran tingkat persetujuan pada penelitian ini, diterapkan untuk mendeskripsikan tingkat persetujuan responden pada setiap item yang tertera dalam kuesioner. Terdapat enam tingkatan, mulai dari sangat setuju (SS), Setuju (S), agak setuju (AS), agak tidak setuju (ATS), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS). Adapun setiap kategori ditetapkan pembobotan dengan metode berikut ini:

- Nilai Maksimal = 6
- Nilai Minimal = 1
- Jarak Interval = (Nilai Maksimal – Nilai Minimal) : 6 = (6-1) : 6 = 0,83

Berdasarkan pada rumus di atas, dapat disusun menurut kriteria penilaian pada masing-masing variabel melalui perhitungan rata-rata. Tolak ukur yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Kriteria Pembobotan responden

Rentan Nilai	Kategori
--------------	----------

>5,18	Sangat Setuju
4,34 < x ≤ 5,17	Setuju
3,51 < x ≤ 4,33	Agak Setuju
2,68 < x ≤ 3,50	Agak Tidak Setuju
1,84 < x ≤ 2,67	Tidak Setuju
≤ 1,83	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

4.3.2 Analisis Deskriptif Akuntabilitas

Hasil perolehan data diperoleh setelah penyebaran kuesioner terhadap pernyataan terkait akuntabilitas diperoleh jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.6
Deskripsi Variabel Akuntabilitas

Item	STS		TS		ATS		AS		S		SS		Jumlah	%	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X1.1	1	0,7	0	0,0	3	2,0	18	12,0	30	20,0	98	65,3	150	100	5,46
X1.2	3	2,0	3	2,0	9	6,0	9	6,0	30	20,0	96	64,0	150	100	5,33
X1.3	1	0,7	4	2,7	6	4,0	10	6,7	19	12,7	110	73,3	150	100	5,48
X1.4	3	2,0	10	6,7	9	6,0	14	9,3	21	14,0	93	62,0	150	100	5,13
Jumlah Rata-Rata															5,35

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas bahwa terdapat 4 item pertanyaan yang telah diisi atau dipilih oleh responden. Di antara item pertanyaan tersebut memiliki jumlah masing-masing berbeda di antaranya sebagai berikut:

1. Pada item X1.1 memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 5,46 dengan total responden 150 orang. Bahwa item tersebut muzakki mengetahui bahwa pada BAZNAS merupakan lembaga yang memajukan kesejahteraan

Mustahik (Orang yang memiliki hak menerima zakat). Dalam indikator ini kebanyakan responden menjawab jawaban sangat setuju dengan total persentase 65,3%. Hal ini membuktikan responden mengetahui dengan membayar zakat di BAZNAS dapat memajukan kesejahteraan Mustahik.

2. Pada item X1.2 dari kuesioner yang telah didapatkan bahwa rata-rata sejumlah 5,33 dengan total responden 150. Bahwa item tersebut menjelaskan muzakki merasa mendapatkan perlakuan adil dari BAZNAS. Dalam indikator ini bahwa mayoritas responden memberikan jawaban sangat setuju dengan total persentase 64 %. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju BAZNAS memberikan perlakuan adil.
3. Pernyataan X1.3 mendapatkan hasil rata-rata sejumlah 5,48 dengan total responden 150 orang. Terdapat pertanyaan menyatakan bahwa muzakki mengetahui bahwa BAZNAS menyediakan informasi berkaitan dengan aktivitas lembaga dan keuangan. Dalam indikator ini bahwa responden paling banyak menjawab sangat setuju dengan total persentase 73,3 %. Hal ini membuktikan bahwa responden mengetahui bahwa BAZNAS menyediakan informasi yang diperlukan baik dari aktivitas lembaga maupun keuangan.
4. Pertanyaan X1.4 memperoleh rata-rata sejumlah 5,13 dengan total responden 150. Pada pernyataan bahwa muzakki telah memahami cara menghitung zakat yang akan di bayar ke BAZNAS. Hal ini diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju dengan persentase 62 %. Hal ini

membuktikan responden mengetahui cara perhitungan zakat yang akan dikeluarkan seberapa banyak.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.5 menjabarkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel akuntabilitas adalah sebesar 5,35 yang berada pada kriteria sangat setuju penilaian tertinggi pada variabel akuntabilitas.

4.3.3 Analisis Deskriptif Transparansi

Hasil perolehan data diperoleh setelah penyebaran kuesioner terhadap pernyataan terkait akuntabilitas diperoleh jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.7
Deskripsi Variabel Transparansi

Item	STS		TS		ATS		AS		S		SS		Jumlah	%	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X2.1	4	2,7	1	0,7	10	6,7	7	4,7	31	20,7	97	64,7	150	100	5,34
X2.2	2	1,3	1	0,7	3	2,0	9	6,0	25	16,7	110	73,3	150	100	5,56
X2.3	2	1,3	3	2,0	4	2,7	8	5,3	26	17,3	107	71,3	150	100	5,50
X2.4	4	2,7	3	2,0	9	6,0	15	10,0	25	16,7	94	62,7	150	100	5,25
Jumlah Rata-Rata															5,41

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat mengklasifikasikan item jawaban setiap responden, setiap jawaban akan dicari persentase dan rata-rata dan menentukan nilai tertinggi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan X2.1 memperoleh rata-rata sebesar 5,34 dengan jumlah responden 150 orang. Bahwa item tersebut ialah muzakki dapat mengakses

dengan mudah pada web BAZNAS terkait dengan laporan zakat dalam waktu tertentu. Dalam indikator ini kebanyakan responden menjawab jawaban sangat setuju dengan total persentase 64,7 %. Hal ini membuktikan bahwa responden dapat dengan mudah mengakses web yang disediakan BAZNAS.

2. Pada item X2.2 dari kuesioner yang telah didapatkan bahwa rata-rata sejumlah 5,56 dengan total responden 150. Bahwa itemnya yaitu muzakki dapat bertanya secara langsung pada pengurus BAZNAS terkait dengan aktivitas pengumpulan zakat. Dalam indikator ini mayoritas responden memberikan jawaban sangat setuju dengan total persentase 73,3 %. Hal ini menyatakan bahwa responden dengan mudah dapat mengetahui informasi yang ingin diketahui dengan bertanya langsung pada BAZNAS.
3. Pernyataan X2.3 mendapatkan hasil rata-rata sejumlah 5,50 dengan total responden 150 orang. Bahwa item tersebut ialah muzakki mengetahui bahwa BAZNAS menyampaikan semua informasi dengan jujur dan terbuka. Dalam indikator ini bahwa responden paling banyak menjawab sangat setuju dengan total persentase 71,3. Hal ini membuktikan bahwa responden mengetahui bahwa BAZNAS dalam menyampaikan informasi secara jujur dan terbuka.
4. Pertanyaan X2.4 memperoleh rata-rata sejumlah 5,25 dengan total responden 150. Pada pernyataan menyatakan muzakki mengetahui bahwa BAZNAS mengungkapkan kondisi keuangan pada pihak yang

berkepentingan. Hal ini diketahui bahwa responden paling banyak menjawab sangat setuju dengan persentase 62,7 %. Hal ini membuktikan bahwa responden mengetahui bahwa BAZNAS lembaga yang mengungkapkan kondisi keuangannya hanya pada pihak yang berkepentingan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.6 menjelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel transparansi adalah sebesar 5,41 yang di mana pada hasilnya sangat setuju dalam artian transparansi mendapatkan penilaian tertinggi.

4.3.4 Analisis Deskriptif Kepercayaan Afektif

Hasil perolehan data diperoleh setelah penyebaran kuesioner terhadap pernyataan terkait akuntabilitas diperoleh jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel Kepercayaan Afektif

Item	STS		TS		ATS		AS		S		SS		Jumlah	%	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X3.1	1	0,7	0	0,0	4	2,7	8	5,3	32	21,3	105	70,0	150	100	5,56
X3.2	1	0,7	0	0,0	2	1,3	7	4,7	28	18,7	112	74,7	150	100	5,65
X3.3	1	0,7	0	0,0	4	2,7	7	4,7	20	13,3	118	78,7	150	100	5,66
X3.4	1	0,7	0	0,0	0	0,0	9	6,0	24	16,0	116	77,3	150	100	5,69
X3.5	5	3,3	3	2,0	7	4,7	6	4,0	19	12,7	110	73,3	150	100	5,41
Jumlah Rata-Rata															5,59

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas bahwa terdapat 5 item pertanyaan yang telah diisi atau dipilih oleh responden. Di antara item pertanyaan tersebut memiliki jumlah masing-masing berbeda di antaranya sebagai berikut:

1. Pada item X3.1 memperoleh rata-rata sebesar 5,56 dengan total responden 150 orang. Bahwa item tersebut menyatakan muzakki merasa bahwa pengurusan BAZNAS selalu bersikap ramah kepada masyarakat. Pada indikator yang diperoleh bahwa kebanyakan responden menjawab jawaban sangat setuju dengan perolehan persentase 70 %. Hal ini membuktikan bahwa responden merasakan perasaan bahwa pengurus BAZNAS bersikap ramah kepada masyarakat.
2. Pada item X3.2 dari kuesioner yang telah didapatkan bahwa rata-rata sebesar 5,65 dengan total responden 150. Bahwa itemnya ialah muzakki mengetahui bahwa BAZNAS akan selalu membantu ketika terjadi kesulitan dalam membayar zakat. Pada indikator ini bahwa mayoritas responden memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase senilai 74,7 %. Hal ini membuktikan bahwa responden memiliki kepercayaan kepada BAZNAS bahwa akan selalu membantu ketika terjadi kesulitan.
3. Pernyataan X3.3 mendapatkan hasil rata-rata sejumlah 5,66 dengan total responden 150 orang. Bahwa pada pernyataannya muzakki merasa bahwa BAZNAS mampu menunjukkan kualitas pengelolaan zakat yang baik. Dengan indikator bahwa responden memberikan jawaban terbanyak sangat

setuju dengan persentase sejumlah 78,7 %. Hal ini menerangkan bahwa responden merasa bahwa BAZNAS memiliki kualitas lembaga yang baik.

4. Pernyataan X3.4 memperoleh rata-rata sejumlah 5,69 dengan responden sebanyak 150 orang. Pada pernyataan bahwa muzakki merasa lembaga BAZNAS tempat terpercaya dalam membayar zakat. Diketahui bahwa responden banyak memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase 77,3 %. Hal ini membuktikan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan tinggi pada BAZNAS bahwa lembaga yang tepat dalam membayar zakat.
5. Pernyataan X3.5 mendapatkan rata-rata dengan jumlah 5,41 dengan responden 150 orang. Pada item pernyataannya bahwa antara muzakki dengan BAZNAS memiliki kedekatan emosional. Diketahui bahwa indikator ini kebanyakan responden menjawab jawaban sangat setuju dengan total persentase 73,3 %. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar responden sudah mengenal BAZNAS dan memiliki kedekatan emosional.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 5.7 menyatakan bahwa rata-rata penilaian responden pada variabel kepercayaan afektif adalah 5,59 yang kriterianya sangat setuju. Hal ini merupakan penilaian tertinggi pada variabel kepercayaan afektif.

4.3.5 Analisis Deskriptif Religiositas

Hasil perolehan data diperoleh setelah penyebaran kuesioner terhadap pernyataan terkait akuntabilitas diperoleh jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.9
Deskripsi Variabel Religiositas

Item	STS		TS		ATS		AS		S		SS		Jumlah	%	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Z1.1	1	0,7	0	0,0	1	0,7	3	2,0	30	20,0	115	76,7	150	100	5,69
Z1.2	1	0,7	1	0,7	0	0,0	3	2,0	31	20,7	114	76,0	150	100	5,68
Z1.3	1	0,7	0	0,0	1	0,7	8	5,3	30	20,0	110	73,3	150	100	5,64
Z1.4	1	0,7	0	0,0	1	0,7	12	8,0	29	19,3	107	71,3	150	100	5,59
Z1.5	0	0,0	1	0,7	3	2,0	5	3,3	28	18,7	113	75,3	150	100	5,66
Jumlah Rata-Rata															5,65

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat mengklasifikasikan item jawaban setiap responden, setiap jawaban akan dicari persentase dan rata-rata dan menentukan nilai tertinggi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada item Z1.1 memperoleh rata-rata sebesar 5,69 dengan total responden 150 orang. Terdapat item tersebut berkaitan dengan setiap orang meyakini bahwa zakat merupakan kewajiban bagi umat Islam. Dalam indikator ini kebanyakan responden menjawab jawaban sangat setuju dengan total persentase 76,7 %. Hal ini menyatakan responden semua beragama Islam pastinya memiliki keyakinan bahwa zakat merupakan kewajiban bagi umat Islam.
2. Pada item Z1.2 dari kuesioner yang telah diperoleh rata-rata sejumlah 5,68 dengan total responden 150 orang. Bahwa item tersebut menjelaskan setiap

orang percaya bahwa mengeluarkan zakat karena ingin mengamalkan salah satu rukun Islam. Dalam indikator ini mayoritas responden memberikan jawaban sangat setuju dengan total persentase 76,0 %. Hal ini membuktikan bahwa responden memiliki keyakinan pada agama bahwa dengan mengeluarkan zakat merupakan amalan dari salah satu rukun Islam.

3. Pada pernyataan Z1.3 mendapatkan hasil rata-rata sejumlah 5,64 dengan total responden sebanyak 150 orang. Terdapat pernyataan menyatakan pada setiap orang mempercayai bahwa membayar zakat di BAZNAS, dapat meringankan beban saudara-saudara yang membutuhkan. Dalam indikator ini bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju dengan perolehan persentase 73,3 %. Hal ini membuktikan bahwa responden dengan membayar zakat pada lembaga BAZNAS dapat menyalurkan zakat pada saudara-saudara yang membutuhkan dengan kata lain orang yang tepat dalam menerima.
4. Pada pernyataan Z1.4 memperoleh rata-rata sejumlah 5,59 dengan total responden sebanyak 150 orang. Terdapat pernyataannya yaitu setiap umat Islam mengetahui bahwa zakat memiliki ketentuan kadar dan nisab. Hal ini diketahui bahwa responden paling banyak memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase 71,3 %. Hal ini membuktikan bahwa responden memiliki keyakinan bahwa zakat sudah memiliki ketentuan kadar dan nisab dengan artian telah ada dalam ajaran Islam.

5. Pada pernyataan Z1.5 mendapatkan rata-rata sejumlah 5,66 dengan total responden 150 orang. Pada pernyataannya yaitu setiap orang mengetahui jika tidak menunaikan zakat akan berdosa. Diketahui jawaban yang diberikan responden paling banyak sangat setuju dengan persentase 75,3 %. Hal ini membuktikan bahwa sebagai umat Islam memiliki keyakinan dan percaya bahwa ketika kita tidak menunaikan zakat (dalam artian ibadah) maka akan mendapatkan dosa.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.8 mendapatkan rata-rata penilaian responden terhadap variabel religiositas adalah 5,65 yang menjadikan penilaian tertinggi dalam kriteria jawaban responden.

4.3.6 Analisis Deskriptif Minat Membayar Zakat

Hasil perolehan data diperoleh setelah penyebaran kuesioner terhadap pernyataan terkait akuntabilitas diperoleh jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.10

Deskripsi Variabel Minat Membayar Zakat

Item	STS		TS		ATS		AS		S		SS		Jumlah	%	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Y1.1	0	0,0	0	0,0	5	3,3	9	6,0	24	16,0	112	74,7	150	100	5,61
Y1.2	1	0,7	2	1,3	6	4,0	5	3,3	19	12,7	117	78,0	150	100	5,60
Y1.3	0	0,0	1	0,7	7	4,7	11	7,3	19	12,7	112	74,7	150	100	5,56
Y1.4	1	0,7	0	0,0	4	2,7	17	11,3	19	12,7	109	72,7	150	100	5,54
Jumlah Rata-Rata															5,58

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat mengklasifikasikan item jawaban setiap responden, setiap jawaban akan dicari persentase dan rata-rata dan menentukan nilai tertinggi dapat dijelaskan sebagai berikut:

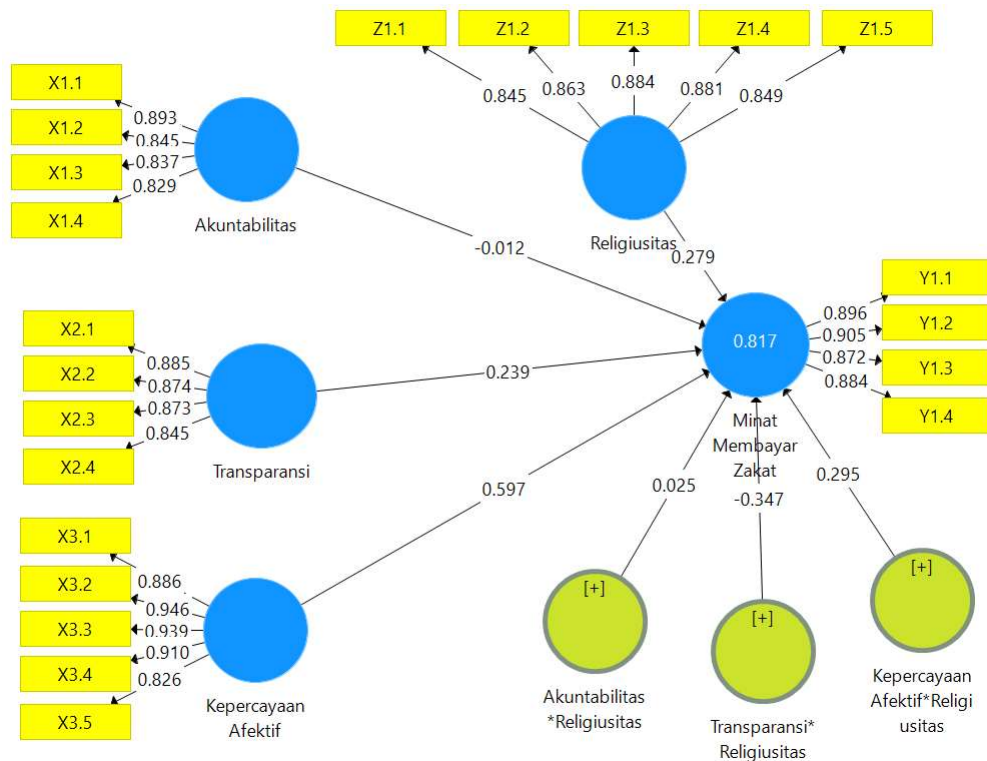
4. Pada pernyataan Y1.1 memperoleh rata-rata sebesar 5,61 dengan jumlah responden 150 orang. Bahwa item ialah muzakki tertarik membayar zakat ke BAZNAS karena memudahkan dalam memenuhi kewajiban zakat. Dalam indikator ini kebanyakan responden menjawab jawaban sangat setuju dengan total persentase 74,7 %. Hal ini membuktikan bahwa responden tertarik untuk membayar zakat melalui lembaga BAZNAS.
5. Pada item Y1.2 dari kuesioner yang telah didapatkan hasil rata-rata sejumlah 5,60 dengan total responden 150 orang. Bahwa itemnya yaitu muzakki berminat ke BAZNAS karena memiliki kepengurusan lembaga yang bermutu. Dalam indikator ini mayoritas responden memberikan jawaban sangat setuju dengan total persentase 78 %. Hal ini memberikan pernyataan bahwa responden memiliki minat pada lembaga BAZNAS karena salah satu lembaga yang bermutu dalam penanganan zakat.
6. Pernyataan Y1.3 mendapatkan hasil rata-rata sejumlah 5,56 dengan total responden 150 orang. Bahwa item tersebut ialah muzakki pada tahun ini dan selanjutnya berniat membayar zakat melalui BAZNAS. Dalam indikator ini bahwa responden paling banyak menjawab sangat setuju dengan total persentase 74,7 %. Hal ini membuktikan responden berniat untuk membayar zakat setiap tahunnya di BAZNAS.

7. Pernyataan Y1.4 memperoleh rata-rata sejumlah 5,54 dengan responden 150 orang. Pada pernyataan menyatakan bahwa muzakki mempercayai BAZNAS dalam memenuhi kewajiban berzakat. Hal ini diketahui bahwa responden paling banyak menjawab sangat setuju pada persentase 72,7 %. Hal ini membuktikan bahwa responden mempunyai minat dan kepercayaan bahwa lembaga BAZNAS sebagai tempat yang tepat dalam memenuhi kewajiban untuk berzakat.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.9 menjelaskan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel minat membayar zakat adalah sebesar 5,58 yang di mana pada hasilnya sangat setuju dalam artian minat membayar zakat mendapatkan penilaian tertinggi.

4.4 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)

Pengujian pengukuran outer model dibutuhkan pengecekan individual yang terdiri dari convergent validity, discriminant validity, average variance extracted, cronbach's alpha, dan composite reliability. Tujuan dari pengujian ini berguna untuk mengetahui apakah model yang disusun dari penelitian yang dilakukan ini dapat memenuhi tingkat validitas dan reliabilitas. Berikut disajikan pengujian outer model sebelum uji indikator.



Gambar 4.1

Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan Outer Loading

1. Uji Validasi

Uji validitas dilakukan guna mengetahui apakah konstruk sudah memadai untuk dilanjutkan sebagai penelitian atau tidak. Pada uji validitas ini, ada dua macam evaluasi yang dilakukan, yaitu:

a. Convergent Validity

Pada penelitian ini melakukan analisis perhitungan dengan *convergent validity* dari masing-masing konstruk. Pada pengukuran *Convergent validity*

dengan menggunakan parameter yaitu *outer loadings* dan *Average Variance Extracted (AVE)*.

Tabel 4.11

Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan Outer Loading

Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sample		
Outer Loading (Convergent Validity)	X1.1	0,893	0,7	Valid
	X1.2	0,845	0,7	Valid
	X1.3	0,837	0,7	Valid
	X1.4	0,829	0,7	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sample		
Outer Loading (Convergent Validity)	X2.1	0,885	0,7	Valid
	X2.2	0,874	0,7	Valid
	X2.3	0,873	0,7	Valid
	X2.4	0,845	0,7	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sample		
Outer Loading (Convergent Validity)	X3.1	0,886	0,7	Valid
	X3.2	0,946	0,7	Valid
	X3.3	0,939	0,7	Valid
	X3.4	0,910	0,7	Valid
	X3.5	0,826	0,7	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sample		
Outer Loading (Convergent Validity)	Y1.1	0,896	0,7	Valid
	Y1.2	0,905	0,7	Valid
	Y1.3	0,872	0,7	Valid
	Y1.4	0,884	0,7	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sample		
Outer Loading	Z1.1	0,845	0,7	Valid
	Z1.2	0,863	0,7	Valid

(Convergent Validity)	Z1.3	0,884	0,7	Valid
	Z1.4	0,881	0,7	Valid
	Z1.5	0,849	0,7	Valid

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh hasil nilai outer model pada convergent validity menunjukkan hasil semua indikator yang valid karena nilai outer loading > cutoff (0,7). Dengan demikian pengujian outer model pada convergent validity sudah valid dan dapat dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

b. Discriminant Validity

Tahap selanjutnya pengujian validitas suatu model, yaitu dengan melihat *discriminant validitynya*. Discriminant validity indikator refleksif dapat dilihat pada cross loading antara indikator dengan konstraknya, di mana melihat korelasi konstruk indikatornya harus lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator konstraknya. Metode lain untuk melihat discriminant validity adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari average variance extracted (\sqrt{AVE}) untuk setiap konstruk lebih besar dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

Tabel 4.12

Korelasi antar Konstruk (Akar AVE)

	Akuntabilitas	Akuntabilitas*Religiositas	Kepercayaan Afektif	Kepercayaan Afektif*Religiositas	Niat Membayar Zakat
Akuntabilitas	0,851				
Akuntabilitas*Religiositas	-0,486	1,000			
Kepercayaan Afektif	0,786	-0,582	0,903		
Kepercayaan Afektif*Religiositas	-0,457	0,974	-0,594	1,000	
Minat Membayar Zakat	0,709	-0,463	0,871	-0,461	0,889
Religiositas	0,527	-0,668	0,668	-0,671	0,663

Transparansi	0,785	-0,450	0,855	-0,457	0,801
Transparansi*Religiositas	-0,457	0,976	-0,591	0,991	-0,472

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

	Religiositas	Transparansi	Transparansi* Religiositas	AVE	Kriteria (Korelasi antar konstruk > AVE)	Status
Akuntabilitas				0,725	$0,851 > 0,725$	Valid
Akuntabilitas*Religiositas				1,000	$1,000 \geq 1,000$	Valid
Kepercayaan Afektif				0,815	$0,903 > 0,815$	Valid
Kepercayaan Afektif* Religiositas				1,000	$1,000 \geq 1,000$	Valid
Minat Membayar Zakat				0,790	$0,889 > 0,790$	Valid
Religiositas	0,865			0,748	$0,865 > 0,748$	Valid
Transparansi	0,533	0,870		0,756	$0,870 > 0,756$	Valid
Transparansi*Religiositas	-0,654	-0,451	1,000	1,000	$1,000 \geq 1,000$	Valid

Tabel 4.12 Lanjutan.

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh hasil akar AVE pada semua konstruk yaitu akuntabilitas, transparansi, kepercayaan afektif, minat membayar zakat, akuntabilitas * religiositas, transparansi * religiositas, kepercayaan afektif * religiositas memiliki nilai lebih rendah daripada korelasi antar variabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki discriminant validity yang baik, maka uji validitas terpenuhi.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai cronbach's alpha dan composite reliability. Hasil dari pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Akuntabilitas	0,873	0,877	0,913

Akuntabilitas*Religiositas	1,000	1,000	1,000
Kepercayaan Afektif	0,942	0,944	0,956
Kepercayaan Afektif*Religiositas	1,000	1,000	1,000
Minat Membayar Zakat	0,912	0,914	0,938
Religiositas	0,916	0,933	0,937
Transparansi	0,893	0,903	0,925
Transparansi*Religiositas	1,000	1,000	1,000

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa nilai *composite reliability* tertinggi adalah variabel *kepercayaan afektif* dengan nilai 0,956 dan yang terendah adalah variabel *akuntabilitas* sebesar 0,913. Hasil yang ada menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel karena semua konstruk memiliki nilai di atas syarat minimum yaitu memiliki nilai *composite reliability* bernilai di atas 0,70. Berdasarkan hasil uji Outer Model menggunakan smartpls memperoleh model pada penelitian ini valid dan reliabel, dengan demikian model sudah fit dan dilakukan pengujian inner model.

4.5 Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Pengujian inner model (model struktural) digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil dari PLS R-Square merepresentasikan jumlah varians dari konstruk yang dijelaskan oleh model. Model struktural mencakup pengujian determinasi atau r^2 (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen yaitu minat membayar zakat dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Nilai r^2 yang tinggi mengindikasikan bahwa semakin baik model prediksi dari model penelitian. Nilai R-Squares 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat

disimpulkan bahwa model kuat, moderate, lemah. Hasil dari pengujian determinasi (r^2) ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.14 Nilai R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Minat Membayar Zakat	0,817	0,808

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.14 dapat dilihat bahwa pengujian determinasi (r^2) pada niat membayar zakat 0,817 atau 81,7%. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel niat membayar zakat dapat dijelaskan oleh variabel akuntabilitas, transparansi, kepercayaan afektif, dan religiositas. Yang di mana 81,7% sisanya 18,3 tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini karena di luar konstruk yang diteliti.

4.6 Hasil Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan pengujian yang berdasarkan uji model struktural (inner model) yang meliputi, R^2 , koefisien parameter dan t-statistik. Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak maka perlunya memperhatikan nilai signifikansi antara konstruk, t-statistik, dan p-values. Cara menghitung menggunakan smartPLS 3.0 pada penelitian ini, nilai-nilai dapat dilihat dari hasil *bootstrapping*. *Rules of thumb* yang digunakan adalah t-statistik > 1,96 dengan tingkat signifikansi atau p-value 0,05 (5%) dan beta bernilai positif. Hasil uji hipotesis penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.15

Uji Hipotesis Hubungan Antar Variabel

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Akuntabilitas -> Niat Membayar Zakat	-0,012	-0,005	0,062	0,188	0,851
Transparansi -> Niat Membayar Zakat	0,239	0,233	0,081	2,945	0,003
Kepercayaan Afektif -> Minat Membayar Zakat	0,597	0,596	0,111	5,372	0,000

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menguji apakah akuntabilitas secara positif berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada akuntabilitas terhadap minat membayar zakat sebesar -0,012 (negatif) dan p-value sebesar 0,851. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **tidak signifikan**, karena p-value > 0,05 sehingga hipotesis **ditolak**. Hal tersebut membuktikan akuntabilitas secara negatif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat.
2. Hipotesis kedua menguji apakah transparansi secara positif berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada transparansi terhadap minat membayar zakat sebesar 0,239 (positif) dan p-value sebesar 0,003. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**, karena p-value < 0,05 sehingga hipotesis **diterima**. Hal tersebut membuktikan transparansi secara positif berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat.

3. Hipotesis ketiga menguji apakah kepercayaan afektif secara positif berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat sebesar 0,597 (positif) dan p-value 0,000. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**, karena p-value < 0,05 hipotesis **diterima**. Hal tersebut membuktikan kepercayaan afektif secara positif berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat.

Tabel 4.16
Hasil Uji Moderasi

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Akuntabilitas*Religiositas -> Niat Membayar Zakat	0,025	0,007	0,099	0,258	0,796
Transparansi*Religiositas -> Niat Membayar Zakat	-0,347	-0,313	0,157	2,217	0,027
Kepercayaan Afektif*Religiositas -> Niat Membayar Zakat	0,295	0,304	0,127	2,318	0,021

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.15, maka dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Hipotesis keempat menguji apakah religiositas memiliki efek moderasi pada hubungan akuntabilitas dan minat membayar zakat. Hasil pengujian bahwa nilai koefisien beta pada akuntabilitas terhadap minat membayar zakat dengan religiositas sebagai moderasi sebesar 0,025 (positif) dan p-value 0,796. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **tidak signifikan**, karena p-value > 0,05 hipotesis **ditolak**. Hal tersebut membuktikan religiositas tidak

memiliki efek moderasi pada hubungan akuntabilitas terhadap minat membayar zakat, karena religiositas sebagai moderasi akuntabilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat membayar zakat.

2. Hipotesis kelima menguji apakah religiositas memiliki efek moderasi pada hubungan transparansi dan minat membayar zakat. Hasil pengujian bahwa nilai koefisien beta pada transparansi terhadap minat membayar zakat dengan religiositas sebagai moderasi sebesar -0,347 (negatif) dan p-value 0,027. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **tidak signifikan**, karena p-value < 0,05 hipotesis **ditolak**. Hal tersebut membuktikan religiositas tidak memiliki efek moderasi pada hubungan transparansi terhadap minat membayar zakat, karena religiositas sebagai moderasi transparansi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat membayar zakat.
3. Hipotesis keenam menguji apakah religiositas memiliki efek moderasi pada hubungan kepercayaan afektif dan minat membayar zakat. Hasil pengujian bahwa nilai koefisien beta pada kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat dengan religiositas sebagai moderasi sebesar 0,0295 (positif) dan p-value 0,021. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**, karena p-value < 0,05 hipotesis **diterima**. Hal tersebut membuktikan religiositas memiliki efek moderasi pada hubungan kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat, karena religiositas sebagai moderasi kepercayaan afektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat.

Tabel 4.17

Ringkasan Hasil Hipotesis

	Hipotesis	Hasil	Keterangan
H1	Variabel Akuntabilitas Lembaga Zakat (X1), berpengaruh terhadap variabel Minat Membayar Zakat (Y) BAZNAS	Original Sample : -0,012, P Values: 0,851	Ditolak
H2	Variabel Transparansi Lembaga Zakat (X2), berpengaruh terhadap variabel Minat Membayar Zakat (Y) BAZNAS	Original Sample : 0,239, P Values: 0,003	Diterima
H3	Variabel Kepercayaan Afektif Lembaga Zakat (X3), berpengaruh terhadap variabel Minat Membayar Zakat (Y) BAZNAS	Original Sample : 0,597, P Values: 0,000	Diterima
H4	Religiositas (Z) bisa dapat memoderasi dengan memperkuat pengaruh Akuntabilitas (X1), terhadap Minat Membayar Zakat (Y)	Original Sample : 0,025, P Values: 0,796	Ditolak
H5	Religiositas (Z) bisa dapat memoderasi dengan memperkuat pengaruh Transparansi (X2), terhadap Minat Membayar Zakat (Y)	Original Sample : -0,347, P Values: 0,796	Ditolak
	Religiositas (Z) bisa dapat memoderasi dengan memperkuat pengaruh Kepercayaan Afektif (X3), terhadap Minat Membayar Zakat (Y)	Original Sample : 0,295, P Values: 0,021	Diterima

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat terhadap Minat membayar Zakat di BAZNAS

Akuntabilitas lembaga zakat berhubungan negatif dan tidak signifikan terhadap minat membayar zakat di BAZNAS, hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kabib et al., 2021). Pada penelitian ini menjelaskan bahwa tidak terbukti *muzakki* memikirkan ketertarikan terhadap lembaga pengelola zakat (BAZNAS) dengan adanya akuntabilitas yang tercipta di BAZNAS. Akuntabilitas adalah kewajiban pihak pemegang amanah untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan, dan mengungkapkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya kepada pihak pemberi amanah yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban tersebut (Mardiasmo, 2018a, bk. 27). Sementara yang diketahui tentang minat adalah ketertarikan pada suatu hal yang membuat hati nurani tergerak untuk mengetahuinya. Timbulnya suatu minat karena seseorang merasa hal tersebut dapat mendatangkan sesuatu yang bermanfaat di kehidupannya. Akuntabilitas lembaga zakat (BAZNAS) berkaitan dengan pekerja profesional, pada masyarakat umum di zaman sekarang hal biasa yang sebenarnya tidak terlalu berkaitan dengan muzakki dalam hal ini, sesuatu yang bermanfaat di kehidupannya. Hal tersebut juga karena dipengaruhi faktor bahwa muzakki kurang merasakan dampak bahwa lembaga zakat (BAZNAS) mendapatkan informasi aktivitas lembaga terutama pada keuangan. Akuntabilitas yang ada pada lembaga zakat (BAZNAS) masih kurang diketahui oleh *muzakki* membuat tidak adanya minat yang kuat terhadap lembaga zakat

(BAZNAS) dalam memberikan informasi yang akurat seputar keuangan maupun laporan. Lembaga memberikan kepercayaan dan gambaran nyata bahwa BAZNAS ialah lembaga yang memberikan keadilan dan kesejahteraan bagi masyarakat.

Ada banyak cara untuk menciptakan ke popularitas BAZNAS terutama pada bagian akuntabilitas yang ada di lembaga yaitu dengan memanfaatkan semua pihak yang terlibat baik dari pihak internal dalam BAZNAS maupun pihak eksternal (muzakki). BAZNAS harus memberikan informasi terutama pada akuntabilitas di lembaga zakat (BAZNAS) dengan memberikan gambaran yang tidak terlalu mendetail tetapi gambaran umum yang mudah dipahami oleh muzakki maupun masyarakat umum yang menimbulkan pemahaman bahwa lembaga zakat (BAZNAS) memiliki akuntabilitas yang berkualitas dan minat muzakki akan ikut tercipta.

4.7.2 Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat terhadap Minat membayar Zakat di BAZNAS

Transparansi lembaga zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat di BAZNAS. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu et al., 2019), (Ghofur & Suhendar, 2021) bahwa variabel yang sama dan hasil pengamatan yang sama dengan menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap muzakki. Transparansi merupakan aktivitas berkaitan dengan pembangunan pengelolaan yang secara transparan bagi masyarakat, donatur, dan organisasi yang bersangkutan harus

diberikan kewenangan berupa kemudahan akses mendapatkan informasi berkaitan dengan kebijakan serta kegiatan pembangunan dalam pengelolaan organisasi (Amalia & Widiastuti, 2019). Transparansi menjadi suatu hal yang penting bagi lembaga zakat (BAZNAS) karena informasi yang terkait dengan lembaga sangat diperlukan pada saat muzakki memilih lembaga dalam menyalurkan zakatnya. Dalam hal tersebut sesuai dengan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori atribusi yang relevan terhadap transparansi lembaga zakat (BAZNAS), di mana transparansi lembaga zakat bisa memengaruhi minat zakat, di mana penyebab eksternal yang dapat memengaruhi kepercayaan muzakki dalam membayar zakat. Selain itu BAZNAS sudah memenuhi informasi yang diperlukan muzakki dari menyediakan web (BAZNAS DIY, n.d.) (baznasprov.diy@baznas.or.id) yang membantu muzakki mengetahui seputar informasi yang ada BAZNAS. Dengan adanya web tersebut membantu muzakki maupun masyarakat umum yang masih bingung dalam memilih dalam menyalurkan zakat, dan muzakki merasa mendapatkan kepercayaan di BAZNAS. Pentingnya transparansi di lembaga zakat (BAZNAS) proses kebijakan, aktivitas, pengendalian yang ada di lembaga BAZNAS harus sesuai dengan yang disampaikan pada masyarakat terutama muzakki. Suatu penyampaian informasi yang jujur dan terbuka menimbulkan minat muzakki pada BAZNAS semakin tinggi. Hal ini juga dipengaruhi karena kemudahan pelayanan bertanya secara langsung dan akses informasi yang membuat muzakki merasa dapat memilih BAZNAS sebagai tempat membayar zakat yang tepat.

4.7.3 Pengaruh Kepercayaan Afektif terhadap Minat membayar Zakat di BAZNAS

Kepercayaan afektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat di BAZNAS. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ikhwandha & Hidayati, 2019) dan (Tanjung et al., 2022) bahwa variabel yang sama dan hasil pengamatan yang sama dengan menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat pada lembaga amil zakat. Kepercayaan afektif suatu sikap yang berkaitan dengan perasaan dan emosional. Mengetahui ranah pembelajaran afektif ialah berkaitan dengan perilaku dan tata nilai, di mana afektif meliputi karakter perilaku yang berkaitan dengan minat, kehendak, ketertarikan, perasaan, nilai, sikap dan emosi, ranah sikap dan tingkah laku afektif direpresentasikan dalam akhlak karimah (Suliswiyadi, 2020). Minat adalah ketertarikan pada suatu hal yang membuat hati nurani tergerak untuk mengetahuinya. Minat terbentuk dari adanya rasa kepercayaan setiap muzakki yang menimbulkan ketertarikan di mana merasa akan mendatangkan suatu hal yang bermanfaat. Kepercayaan afektif sangat erat kaitannya dengan individu seseorang, pada hal ini lembaga zakat memiliki suatu hal yang membuat muzakki memiliki kepercayaan dan keterikatan pada BAZNAS. Teori Atribusi memiliki hubungan dengan kepercayaan afektif, suatu faktor internal yang terbentuk dari perilaku diri seseorang membuat terjadinya suatu kepercayaan pada BAZNAS membuat minat membayar zakat tersebut muncul dari dalam diri. Faktor internal yang timbul dari dalam seseorang atau setiap muzakki dapat memengaruhi setiap

keputusan yang akan diambil terlebih berkaitan dengan emosional setiap perilaku yang dikendalikan oleh diri sendiri. Hal ini ketika dikaitkan dengan seorang muzakki yang memiliki kepercayaan pada suatu lembaga zakat (BAZNAS) pastinya sudah memiliki ikatan emosional. BAZNAS sebagai lembaga pengelola zakat memenuhi tanggung jawab dengan memberikan sikap dan pelayanan yang ramah kepada muzakki yang menimbulkan sikap kepercayaan pada muzakki. Selain itu BAZNAS telah membuktikan bahwa memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam pengelolaan zakat dengan kepengurusan BAZNAS yang sesuai dengan tugas masing-masing membuat rasa tanggung jawab diberikan tersebut membuat terjadinya suatu respon positif yang ditanggapi oleh muzakki sebagai tempat yang bisa dipercaya dalam membayar zakat.

4.7.4 Peran Religiositas Dalam Memoderasi Hubungan Akuntabilitas Lembaga Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS

Akuntabilitas dengan moderasi religiositas memiliki hubungan yang searah (positif) tetapi tidak menunjukkan bahwa semakin kuat akuntabilitas dengan moderasi religiositas maka minat membayar zakat meningkat, namun pada penelitian ini religiositas sebagai moderasi tidak berdampak banyak atau tidak signifikan. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Amalia & Widiastuti, 2019) yang menjelaskan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzaki membayar zakat. Selanjutnya terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Lesmana et al., 2022)

dengan hasil penelitian ialah religiositas berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat. BAZNAS merupakan lembaga pengelola zakat yang di mana sangat erat kaitannya dengan religiositas. Religiositas suatu pemahaman terhadap agama yang baik dan penerapannya baik pula, dalam perkiraan setiap muzakki bahwa membayar zakat adalah hukumnya wajib dalam Islam. Tapi dalam penelitian ini religiositas tidak berdampak sebagai moderasi pada akuntabilitas terhadap minat membayar zakat. Kembali kepada istilah akuntabilitas yang terkenal dalam administrasi pada pertanggungjawaban lembaga zakat (BAZNAS), muzakki yang menjadi responden tidak terlalu membutuhkan atau mengetahui akuntabilitas laporan dari lembaga, yang mereka ketahui bahwa zakat adalah kewajiban, bahwa di sisi religiositas hanya berkaitan dengan kepercayaan masing-masing muzakki tentang kewajiban membayar zakat. Faktor lain menyatakan bahwa religiositas sebagai variabel moderasi tidak bisa dikatakan sebagai moderasi dalam mendukung akuntabilitas lembaga zakat dalam minat muzakki untuk membayar zakat di BAZNAS.

4.7.5 Peran Religiositas Dalam Memoderasi Hubungan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS

Transparansi dengan moderasi religiositas memiliki hubungan tidak searah (negatif) dan tidak menunjukkan bahwa semakin kuat transparansi dengan moderasi religiositas maka minat membayar zakat meningkat, namun pada penelitian ini religiositas sebagai moderasi tidak berdampak banyak atau tidak signifikan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

(Amalia & Widiastuti, 2019) penelitian menyatakan bahwa variabel transparansi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzaki membayar zakat. Selanjutnya terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Lesmana et al., 2022) dengan hasil penelitian ialah religiositas berpengaruh signifikan dan parsial terhadap minat. Pada penelitian ini memengaruhi hipotesis kedua bahwa sebelum adanya moderasi menyatakan transparansi memiliki hubungan signifikan tetapi setelah adanya religiositas membuat terjadinya tidak signifikan transparansi. Hal ini membuktikan bahwa religiositas tidak memiliki efek moderasi dalam memperkuat minat membayar zakat. Menurut Jalaludin mengatakan bahwa religiositas merupakan suatu tindakan yang sumbernya berasal langsung atau tidak langsung kepada Nash (Adistii et al., 2021). Nash dalam artian petunjuk dari Allah SWT, bahwa menciptakan citra transparansi yang baik di suatu lembaga zakat diperlukan untuk meningkatkan minat muzakki. Tapi religiositas dalam hal ini tidak memiliki efek moderasi dalam memperkuat minat muzakki bahkan menurunkan minat muzakki dalam minat membayar zakat pada BAZNAS, bahwa religiositas sebagai variabel moderasi tidak bisa dikatakan sebagai moderasi dalam mendukung transparansi lembaga zakat dalam minat muzakki untuk membayar zakat di BAZNAS.

4.7.6 Peran Religiositas Dalam Memoderasi Hubungan Kepercayaan Afektif Terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS

Kepercayaan afektif dengan moderasi religiositas memiliki hubungan yang searah (positif) dan menunjukkan bahwa semakin kuat kepercayaan afektif

dengan moderasi religiositas maka minat membayar zakat meningkat, religiositas sebagai moderasi berdampak signifikan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lesmana et al., 2022) penelitian yang terkait dengan religiositas dan kepercayaan yang memiliki hubungan dalam meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat. Kepercayaan afektif adalah suatu perasaan yang dirasakan terhadap suatu objek yang di mana terdapat komponen yang menunjukkan perasaan, respek, atau perhatian akan menimbulkan suatu pikiran berisi kesukaan atau kemarahan. Sedangkan religiositas adalah suatu ungkapan spiritual individu berkenaan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum dan ritual (Setiawan, 2018). Dan minat merupakan ketertarikan dengan suatu hal. Ketiga variabel ini sangat memiliki hubungan satu sama lain karena semuanya bisa berasal dari dalam diri muzakki dalam menentukan lembaga zakat yang terbaik menurutnya ialah BAZNAS. Karena ketahuilah bahwa kepercayaan afektif berasal dari sikap emosional muzakki yang di mana akan dipengaruhi oleh religiositas sebagai keyakinan dalam agama Islam dengan berzakat wajib hukumnya. Hal ini ketika muzakki memiliki kepercayaan afektif, juga memiliki kedekatan emosional terhadap BAZNAS maka kepercayaannya pada BAZNAS akan semakin meningkat dengan mengetahui bahwa ketika seseorang tidak menunaikan zakat akan berdosa maupun rasa bersalah karena tidak menjalankan rukun Islam keempat. Sehingga religiositas sebagai moderasi memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan afektif dengan memperkuat minat membayar zakat di BAZNAS.

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan bagian dari akhir penulisan skripsi yang akan menjelaskan beberapa penjelasan singkat dari bab-bab sebelumnya berupa kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran yang relevan berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis pada BAB IV.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan terhadap 150 responden yang terdiri dari *muzakki* Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dengan memperoleh data dari semua responden kemudian mendapatkan semua hasil data yang valid sehingga datanya siap untuk diolah menggunakan smartPLS 3.0. Dapat penelitian ini terdapat 6 (enam) hipotesis yang diuji berdasarkan hasil uji model struktural (*inner model*) yang terdiri dari output R^2 , koefisien parameter dan t-statistik. Dari hasil tersebut mendapatkan 6 hipotesis yang terbukti dan didukung oleh data. Berikut kesimpulan dari 6 hipotesisnya:

1. Berdasarkan hasil hipotesis pertama, bahwa Akuntabilitas terhadap Minat Membayar Zakat memiliki hasil yang negatif dan tidak signifikan karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak. Pada penelitian ini membuktikan Akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap Minat Membayar Zakat.
2. Berdasarkan hasil hipotesis kedua, bahwa Transparansi terhadap Minat Membayar Zakat memiliki hasil yang positif dan signifikan karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Pada penelitian ini

membuktikan Transparansi berpengaruh terhadap Minat Membayar Zakat.

3. Berdasarkan hasil hipotesis ketiga, bahwa Kepercayaan Afektif terhadap Minat Membayar Zakat memiliki hasil yang positif dan signifikan karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Pada penelitian ini membuktikan Kepercayaan Afektif berpengaruh terhadap Minat Membayar Zakat.
4. Berdasarkan hasil hipotesis keempat, bahwa Religiositas sebagai moderasi Akuntabilitas terhadap Minat Membayar Zakat, hasil menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh positif tetapi tidak signifikan karena $p\text{-value} > 0,05$ terhadap Minat Membayar Zakat sehingga hipotesis ditolak. Pada penelitian ini membuktikan bahwa pengaruh Religiositas sebagai variabel moderasi tidak memperkuat pengaruh Akuntabilitas terhadap Minat Membayar Zakat.
5. Berdasarkan hasil hipotesis kelima, bahwa Religiositas sebagai moderasi Transparansi terhadap Minat Membayar Zakat, hasil menunjukkan bahwa pengaruh religiositas sebagai moderasi pengaruhnya pada transparansi hasil negatif tetapi $p\text{-value} < 0,05$ terhadap Minat Membayar Zakat sehingga hipotesis ditolak. Pada penelitian ini membuktikan bahwa pengaruh Religiositas sebagai variabel moderasi tidak memperkuat pengaruh Transparansi terhadap Minat Membayar Zakat.

6. Berdasarkan hasil hipotesis keenam, bahwa Religiositas sebagai moderasi Kepercayaan Afektif terhadap Minat Membayar Zakat, hasil menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan karena $p\text{-value} < 0,05$ terhadap Minat Membayar Zakat sehingga hipotesis diterima. Pada penelitian ini membuktikan bahwa pengaruh Religiositas sebagai variabel moderasi memperkuat pengaruh Kepercayaan Afektif terhadap Minat Membayar Zakat.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat melalui lembaga zakat (BAZNAS); kepercayaan afektif berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat melalui lembaga zakat (BAZNAS). Tetapi terdapat hasil hipotesis akuntabilitas yang tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Selanjutnya terdapat uji yang di mana pengaruh religiositas sebagai moderasi dalam memperkuat pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap minat membayar zakat dengan hasil tidak memiliki pengaruh. Sementara pengaruh religiositas sebagai moderasi dalam memperkuat pengaruh kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat dengan hasil memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil ini memberikan suatu sumbangan pengembangan model pada penelitian bahwa transparansi dan kepercayaan afektif memiliki pengaruh positif terhadap minat membayar zakat. Dan juga temuan bahwa peran religiositas sebagai moderasi dalam memperkuat pengaruh kepercayaan afektif terhadap minat membayar zakat terbukti berpengaruh positif dan signifikan.

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil penelitian antara lain:

1. Sampel penelitian hanya sebanyak 150 muzakki dan lokasinya dilakukan pada Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, yang menyebabkan kurang banyak dalam mewakili muzakki Se-provinsi.
2. Pada penelitian ini terdapat kesulitan dalam menyebarkan kuesioner yang di mana tidak semua muzakki bersedia untuk menjadi responden dalam memberikan pendapat.
3. Kurangnya referensi penulis dalam menuliskan beberapa pernyataan dalam kuesioner menyebabkan pada uji pilot maupun pada saat penelitian, responden merasa belum memahami isi kuesioner yang menyebabkan pengaruh pada hasil penelitian.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut, saran yang diberikan terhadap Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai masukan untuk evaluasi dalam meningkatkan pengelolaan zakat dan lebih meningkatkan inovatif dalam program-program yang ada di BAZNAS. Berikutnya untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan variatif variabel lebih mendalam dan lingkup penelitian yang lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Tapanjeh, A. M. (2009). Corporate governance from the Islamic perspective: A comparative analysis with OECD principles. *Critical Perspectives on Accounting*, 20(5), 556–567. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2007.12.004>
- Adistii, D., Susilowati, D., & Ulfah, P. (2021). Peran Akuntabilitas sebagai Moderasi Hubungan Religiositas dan Literasi Wakaf terhadap Minat Berwakaf Uang. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 122–137. <https://doi.org/10.18196/rabin.v5i2.12238>
- Ahmad, K., & Yahaya, M. H. (2022). Islamic social financing and efficient zakat distribution: impact of fintech adoption among the asnaf in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1). <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2021-0102>
- Alifah, F. N. (2019). Pengembangan Strategi Pembelajaran Afektif. *Tadrib*, 5(1), 68–86. <https://doi.org/10.19109/tadrib.v5i1.2587>
- Alkafhi, B. D., Taufiq, T., & Meutia, I. (2020). Pengaruh Akuntansi Zakat Terhadap Akuntabilitas Publik. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(1), 112–126.
- Al Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Departemen Agama RI
- Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1756–1769.
- Andam, A. C., & Osman, A. Z. (2019). Determinants of Intention to Give Zakat on Employment Income: Experience from Marawi City, Philippines. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(4), 528–545. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2016-0097>
- Aristoni, A. (2021). Integration of Sharia in Zakat Law. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 8(1), 18–33. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v8i1.9099>
- BAZNAS DIY. (n.d.). *Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta*. <https://diy.baznas.go.id/home>
- Buanaputra, V. G., Astuti, D., & Sugiri, S. (2022). Accountability and legitimacy dynamics in an Islamic boarding school. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 18(4), 553–570. <https://doi.org/10.1108/JAOC-02-2021-0016>
- Farouk, A. U., Md Idris, K., & Saad, R. A. J. Bin. (2018). Moderating Role of Religiosity on Zakat Compliance Behavior in Nigeria. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11(3), 357–373. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2017-0122>
- Firdaus, H. (2015). *Metode Penelitian Akuntansi*. Deepublish.

- Fordebi, F., & Adesy, A. (2016). *Akuntansi Syariah; Seri Konsep Dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*. Rajawaji.
- Ghofur, R. A., & Suhendar, S. (2021). Analisis Akuntabilitas dan Transparansi pada Organisasi Pengelola Zakat dalam Memaksimalkan Potensi Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1866–1879. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2137>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Smartpls 3.0* (2nd ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Hadits Riwayat Bukhari no. 1310 dan no.1511
- Hadits Muslim dari Ibnu Umar No.21
- Hayatika, A. H., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Manajemen Pengumpulan, Pendistribusian, dan Penggunaan Dana Zakat oleh Badan Amil Zakat Nasional sebagai Upaya Peningkatan Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 874–885. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.438>
- Ikhwandha, M. F. (2018). Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Efektif dan Kognitif Terhadap Minat Bayar Zakat Melalui Lembaga Zakat. In *Skripsi*.
- Ikhwandha, M. F., & Hidayati, A. (2019). The influence of accountability, transparency, affective and cognitive trust toward the interest in paying zakat. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 23(1), 39–51. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol23.iss1.art5>
- Inayah, N., & Muanisah, Z. (2018). Hubungan Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Badan Amil Zakat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 17–33.
- Indrayani, H., Wulandari, H., & Desrir, M. (2017). Pengaruh Tekanan Eksternal, Ketidakpastian Lingkungan, Dan Komitmen Terhadap Transparansi Pelaporan Keuangan dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderating pada PTKI Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad*, 2(13), 104–121.
- Jogiyanto, J. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis; Salah Kaprah Dan Pengalaman - Pengalaman*. BPF - Yogyakarta.
- Johnson, D., & Grayson, K. (2005). Cognitive and Affective Trust in Service Relationships. *Journal of Business Research*, 58(4), 500–507. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(03\)00140-1](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(03)00140-1)
- JPNN.com. (2022). *Potensi Zakat di DIY Mencapai Rp 2 Triliun, Tetapi Realisasinya Hanya Sebegini*. Jogja.Jpnn.Com. <https://jogja.jpnn.com/jogja-terkini/2542/potensi-zakat-di-diy-mencapai-rp-2-triliun-tetapi-realisasinya-hanya-sebegini>
- Junjunan, M. I., Asegaf, M. M., & Takwil, M. (2020). Pengaruh Transparansi,

Akuntabilitas, dan IGCG terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki di Lembaga Amil Zakat Dompot 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., & Mustofa, M. T. L. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341–349. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>

Katman, M. N., Rahmawati, R., Nur, M., Yunus, A. R., & Hikmah, N. (2022). Factors Affecting Muzakki's Interest in Paying Agricultural Zakat in Sidenreng Rappang Regency. *Technium Social Sciences Journal*, 28, 425–438.

KNKG. (2006). *Indonesia's Code Of Good Corporate Governance* (pp. 1–39).

Kristina, K. (n.d.). 9 Syarat Wajib Zakat Fitrah dan Zakat Mal. Detik.Com. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6051881/9-syarat-wajib-zakat-fitrah-dan-zakat-mal>

Krisyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Prenadamedia Group.

Kusnandar, V. B. (2021). *Sebanyak 86.88% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. Databoks. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam#:~:text=Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan,86%2C88%25\) beragama Islam.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam#:~:text=Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan,86%2C88%25) beragama Islam.)

Lesmana, R., Marliyah, M., Nasution, Y. S. J., & Masibuan, S. M. (2022). Pengaruh Religiositas, Pelayanan dan Transparansi Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Asahan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 916–927. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4424>

Mardiasmo, M. (2018a). *Akuntansi sektor Publik*. Andi.

Mardiasmo, M. (2018b). *Akuntansi Sektor Publik*. Andi.

Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiositas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 113–120. <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i2.181>

Nawawi, Hadawari. et. al. (2009). *Metodologi Penelitian social dan Pendidikan TeoriAplikasi*.

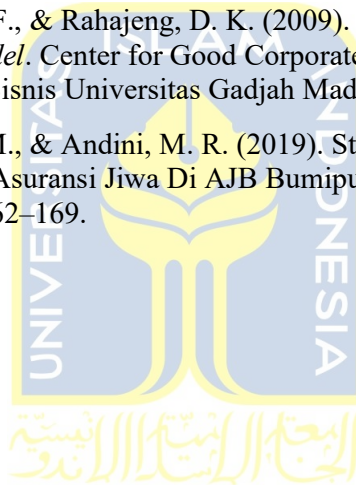
Peraturan Pemerintah RI. (2011). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011* (p. 19).

Pratiwi, D. W., & Ridlwan, A. A. (2019). Pengaruh Religiositas, IGCG, dan Motivasi Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Amil Zakat Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 72–81.

- Pristi, E. D., & Setiawan, F. (2019). Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiositas Dalam Memengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), 32–43. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2740>
- Purnaditya, R. R., & Rohman, A. (2015). Pengaruh Pemahaman Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 1–11.
- Qosim, A. F. (2021). *Kupas Tuntas Pengertian Zakat Menurut Imam 4 Madzhab*. Dompot Dhuafa. <https://zakat.or.id/pengertian-zakat/>
- Rahayu, S. B., Widodo, S., & Binawati, E. (2019). Pengaruh Akuntabilitas dan transparansi lembaga zakat terhadap tingkat kepercayaan muzakki. *Journal of Business and Information Systems*, 1(2), 103–114. <https://doi.org/10.36067/jbis.v1i2.26>
- Ramadhani, R. Y., & Hapsari, M. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Membayar Zakat Online Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 401–412. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp401-412>
- Rusdianto, R. (2022). The Direction of Zakat Accounting Research: An Analysis of The Issues and Implications of Zakat Institution Management Practice. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 6(1), 115–134. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v6n1.p115-134>
- Retnawati H. 2017. *Teknik Pengambilan Sampel*. *Stikes Surya Global*; 13(3):1576-80.
- Sanusi, M. I. (2021). Skala Prioritas Penentuan Mustahiq Zakat Di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Ummat Sejahtera Ponorogo. *Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 2(1), 103–118. <https://lisyabab-staimas.e-journal.id/lisyabab>
- Setiawan, F. (2018). Pengaruh Religiositas dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 13–21.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliswiyadi, S. (2020). Hierarki Ranah Pembelajaran Afektif Pendidikan Agama Islam dalam Perspektif Taksonomi Qur’ani. *Jurnal Tarbiyatuna*, 11(1), 61–76. <https://doi.org/10.31603/tarbiyatuna.v11i1.3451>
- Susilowati, N. (2021). Effect of Macroeconomic Indicators Against ZIS Payments in the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) 2013-2017. *Technium Social Sciences Journal*, 18, 194–206.
- Syafitri, O. Y., Najla, N., Huda, N., & Rini, N. (2021). Tingkat Religiositas dan Pendapatan: Analisis Pengaruh Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 34–40.

<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1915>

- Tanjung, S., Marliyah, M., & Nasution, Y. S. J. (2022). Analisis Akuntabilitas, Transparansi dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 894–901.
- Tempo.co. (n.d.). *Baznas: Potensi Zakat di Indonesia Capai Rp 327 Triliun*. Retrieved April 3, 2022, from <https://bisnis.tempo.co/read/1578010/baznas-potensi-zakat-di-indonesia-capai-rp-327-triliun>
- Ulum, R. F., & Cahyono, E. F. (2020). Evaluasi Persepsi Muzakki Tenaga Kependidikan Universitas Airlangga Tentang Keimanan, Pendapatan, Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(10), 1961–1976. <https://doi.org/10.20473/vol7iss202010pp1961-1976>
- Warsono, S., Amalia, F., & Rahajeng, D. K. (2009). *Corporate Governance Concept And Model*. Center for Good Corporate Governance Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.
- Yusuf, N., Ridhwan, M., & Andini, M. R. (2019). Strategi Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Asuransi Jiwa Di AJB Bumiputera 1912 Meulaboh. *Jurnal JESKape*, 2(1), 162–169.



LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Lestari Rezki Nurul Amalia, mahasiswa Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomikah Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul **Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kepercayaan Afektif Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi.**

Sehubungan dengan maksud tersebut, mohon dengan hormat untuk kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab seluruh pernyataan pada kuesioner berikut ini. Tidak ada jawaban benar atau salah untuk setiap pernyataan, yang diharapkan adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi yang anda alami.

Seluruh data dan informasi responden akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penelitian ini saja.

Kriteria responden

1. Masyarakat umum yang sudah memiliki penghasilan

Jika terdapat pertanyaan terkait dengan kuesioner ini, Bapak/Ibu/Saudara/i dapat menghubungi saya melalui email: 19312357@students.uii.ac.id

Terima kasih atas dukungan dan partisipasi dalam mengisikan kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Identitas Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin
 - Laki-Laki
 - Perempuan
3. Usia
4. Pekerjaan
 - PNS
 - TNI/Polri
 - Pegawai Swasta
 - Pengusaha/Wiraswasta
 - Lainnya
5. Penghasilan per bulan
 - < Rp. 1.000.000
 - Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
 - Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
 - > Rp. 5.000.000
 - > Rp. 10.000.000



Petunjuk Pengisian

Mohon dengan hormat untuk kesediaan Bapak/Ibu/Saudara dalam menjawab seluruh pernyataan pada kuesioner berikut ini. Pemberian jawaban dengan tanda (o) sesuai dengan keadaan sesungguhnya. Terdapat enam pilihan jawaban yang akan diberikan sebagai berikut:

Skala 1 = Sangat Tidak Setuju

Skala 4 = Agak Setuju

Skala 2 = Tidak Setuju

Skala 5 = Setuju

Skala 3 = Agak Tidak Setuju

Skala 6 = Sangat Setuju

No.	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
		1	2	3	4	5	6
Akuntabilitas							
1.	Saya mengetahui bahwa pada BAZNAS merupakan lembaga yang memajukan kesejahteraan Mustahik (Orang yang memiliki hak menerima zakat).	1	2	3	4	5	6
2.	Saya merasa mendapatkan perlakuan adil dari BAZNAS	1	2	3	4	5	6
3.	Saya mengetahui bahwa BAZNAS menyediakan informasi berkaitan dengan aktivitas lembaga dan keuangan	1	2	3	4	5	6
4.	Saya memahami cara menghitung zakat yang akan dibayar ke BAZNAS	1	2	3	4	5	6
Transparansi							
5.	Saya dapat mengakses dengan mudah pada web BAZNAS terkait dengan laporan zakat dalam waktu tertentu	1	2	3	4	5	6
6.	Saya dapat bertanya secara langsung pada pengurus BAZNAS terkait dengan aktivitas pengumpulan zakat	1	2	3	4	5	6

7.	Saya mengetahui bahwa BAZNAS menyampaikan semua informasi dengan jujur dan terbuka	1	2	3	4	5	6
8.	Saya mengetahui bahwa BAZNAS mengungkapkan kondisi keuangan pada pihak yang berkepentingan	1	2	3	4	5	6
Kepercayaan Afektif							
9.	Saya merasa bahwa pengurus BAZNAS selalu bersikap ramah kepada masyarakat	1	2	3	4	5	6
10.	Saya mengetahui bahwa BAZNAS akan selalu membantu ketika terjadi kesulitan dalam pembayaran zakat	1	2	3	4	5	6
11.	Saya merasa bahwa BAZNAS mampu menunjukkan kualitas pengelolaan zakat yang baik	1	2	3	4	5	6
12.	Saya merasa Lembaga BAZNAS tempat tepercaya dalam membayar zakat	1	2	3	4	5	6
13.	Antara saya dan BAZNAS memiliki kedekatan emosional	1	2	3	4	5	6
Religiositas							
14.	Saya menyakini bahwa zakat merupakan kewajiban bagi umat Islam	1	2	3	4	5	6
15.	Saya percaya bahwa mengeluarkan zakat karena ingin mengamalkan salah satu dari rukun Islam	1	2	3	4	5	6
16.	Saya mempercayai bahwa membayar zakat di BAZNAS, dapat meringankan beban saudara-saudara yang membutuhkan	1	2	3	4	5	6
17.	Saya sebagai umat Islam mengetahui bahwa zakat memiliki ketentuan kadar dan nishab	1	2	3	4	5	6
18.	Saya mengetahui jika tidak menunaikan zakat akan berdosa	1	2	3	4	5	6
Minat Membayar Zakat							
19.	Saya tertarik pembayaran zakat ke BAZNAS karena memudahkan dalam memenuhi kewajiban zakat	1	2	3	4	5	6
20.	Saya berminat ke BAZNAS karena memiliki kepengurusan lembaga yang bermutu	1	2	3	4	5	6
21.	Pada tahun ini dan seterusnya, saya berniat membayar zakat melalui BAZNAS	1	2	3	4	5	6
22.	Saya mempercayai BAZNAS dalam memenuhi kewajiban berzakat	1	2	3	4	5	6

Lampiran 2 Tabulasi Data Mentah

1. Akuntabilitas

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Penghasilan per bulan	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	Rata - Rata
1	Laki-Laki	24	Lainnya	< Rp. 1.000.000	1	1	1	1	4	1
2	Laki-Laki	28	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	4	4	5	1	14	3,5
3	Laki-Laki	29	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp 10.000.000	4	5	5	1	15	3,75
4	Perempuan	36	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	4	2	2	2	10	2,5
5	Perempuan	27	Guru honorer	< Rp. 1.000.000	4	2	2	2	10	2,5
6	Perempuan	28	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	4	2	2	2	10	2,5
7	Perempuan	37	Lainnya	< Rp. 1.000.000	4	3	3	2	12	3
8	Perempuan	30	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	4	3	5	2	14	3,5
9	Laki-Laki	29	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	4	4	5	2	15	3,75
10	Perempuan	25	Lainnya	< Rp. 1.000.000	4	3	6	2	15	3,75
11	Laki-Laki	38	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp 10.000.000	6	5	6	2	19	4,75
12	Perempuan	28	Pengawai Starup	>Rp 10.000.000	6	6	6	2	20	5
13	Perempuan	29	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	2	20	5
14	Perempuan	27	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	4	3	2	3	12	3
15	Laki-Laki	28	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	4	4	3	3	14	3,5
16	Laki-Laki	45	Pengusaha/Wiraswasta	< Rp. 1.000.000	5	5	4	3	17	4,25
17	Perempuan	30	Pegawai Swasta	>Rp 10.000.000	5	5	4	3	17	4,25
18	Laki-Laki	31	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	4	4	5	3	16	4
19	Perempuan	29	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp 10.000.000	5	5	5	3	18	4,5
20	Perempuan	33	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	6	6	5	3	20	5
21	Perempuan	31	PNS	>Rp 10.000.000	3	4	6	3	16	4
22	Laki-Laki	30	Lainnya	>Rp. 5.000.000	4	5	6	3	18	4,5
23	Perempuan	22	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	4	5	3	4	16	4
24	Laki-Laki	33	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	6	6	3	4	19	4,75
25	Laki-Laki	35	PNS	>Rp 10.000.000	4	4	4	4	16	4
26	Laki-Laki	33	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	5	5	4	4	18	4,5
27	Perempuan	26	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	5	5	4	4	18	4,5
28	Laki-Laki	49	PNS	>Rp 10.000.000	4	3	5	4	16	4
29	Perempuan	28	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	5	5	5	4	19	4,75
30	Perempuan	35	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	5	6	6	4	21	5,25

31	Perempuan	26	Lainnya	< Rp. 1.000.000	5	6	6	4	21	5,25
32	Perempuan	37	Guru honorer	< Rp. 1.000.000	6	6	6	4	22	5,5
33	Laki-Laki	32	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	6	6	6	4	22	5,5
34	Laki-Laki	31	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	6	6	6	4	22	5,5
35	Laki-Laki	31	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp 10.000.000	6	6	6	4	22	5,5
36	Perempuan	33	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	6	6	6	4	22	5,5
37	Perempuan	23	PNS	>Rp. 5.000.000	3	3	4	5	15	3,75
38	Laki-Laki	33	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	5	4	4	5	18	4,5
39	Perempuan	24	Lainnya	< Rp. 1.000.000	5	5	4	5	19	4,75
40	Perempuan	28	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	5	5	4	5	19	4,75
41	Perempuan	29	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	5	3	5	5	18	4,5
42	Laki-Laki	37	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	5	5	5	5	20	5
43	Perempuan	30	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	5	5	5	5	20	5
44	Laki-Laki	32	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	5	5	5	5	20	5
45	Laki-Laki	32	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	5	5	5	5	20	5
46	Perempuan	29	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	5	5	5	5	20	5
47	Laki-Laki	32	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	5	5	5	5	20	5
48	Perempuan	28	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	5	5	5	5	20	5
49	Perempuan	46	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	5	6	5	5	21	5,25
50	Perempuan	28	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	3	3	6	5	17	4,25
51	Perempuan	50	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	5	4	6	5	20	5
52	Perempuan	23	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	5	5	6	5	21	5,25
53	Perempuan	27	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	5	6	5	22	5,5
54	Perempuan	31	Pegawai Swasta	< Rp. 1.000.000	6	6	6	5	23	5,75
55	Perempuan	50	PNS	>Rp. 5.000.000	6	6	6	5	23	5,75
56	Perempuan	24	Lainnya	< Rp. 1.000.000	6	6	6	5	23	5,75
57	Perempuan	29	PNS	>Rp 10.000.000	6	6	6	5	23	5,75
58	Perempuan	33	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	5	3	3	6	17	4,25
59	Perempuan	34	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	6	6	3	6	21	5,25
60	Perempuan	34	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	4	4	4	6	18	4,5
61	Laki-Laki	35	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	6	6	5	6	23	5,75

62	Perempuan	35	PNS	>Rp. 5.000.000	6	1	6	6	19	4,75
63	Laki-Laki	36	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	6	1	6	6	19	4,75
64	Perempuan	36	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	5	5	6	6	22	5,5
65	Laki-Laki	37	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	5	5	6	6	22	5,5
66	Laki-Laki	38	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	5	5	6	6	22	5,5
67	Laki-Laki	38	Pengusaha/Wiraswasta	>Rp. 5.000.000	5	5	6	6	22	5,5
68	Laki-Laki	38	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	5	5	6	6	22	5,5
69	Perempuan	40	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	5	5	6	6	22	5,5
70	Laki-Laki	45	Pegawai Swasta	>Rp. 5.000.000	5	5	6	6	22	5,5
71	Perempuan	50	PNS	>Rp. 5.000.000	6	5	6	6	23	5,75
72	Laki-Laki	55	PNS	>Rp. 5.000.000	4	6	6	6	22	5,5
73	Laki-Laki	21	Lainnya	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	5	6	6	6	23	5,75
74	Perempuan	22	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
75	Perempuan	23	Lainnya	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
76	Perempuan	23	Lainnya	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
77	Perempuan	24	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
78	Perempuan	25	Pastry	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
79	Perempuan	25	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
80	Laki-Laki	26	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
81	Perempuan	26	Lainnya	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
82	Perempuan	26	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
83	Laki-Laki	27	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
84	Laki-Laki	28	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
85	Laki-Laki	28	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
86	Laki-Laki	28	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
87	Perempuan	28	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
88	Laki-Laki	29	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
89	Laki-Laki	30	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
90	Laki-Laki	30	PNS	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6

91	Laki-Laki	30	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
92	Perempuan	30	PNS	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
93	Perempuan	32	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
94	Perempuan	33	Honorer	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
95	Laki-Laki	48	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
96	Perempuan	48	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	6	6	6	6	24	6
97	Laki-Laki	22	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
98	Perempuan	23	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
99	Laki-Laki	25	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
100	Perempuan	25	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
101	Perempuan	25	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
102	Laki-Laki	26	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
103	Perempuan	27	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
104	Laki-Laki	28	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
105	Perempuan	28	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
106	Perempuan	29	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
107	Perempuan	29	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
108	Laki-Laki	30	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
109	Laki-Laki	30	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
110	Laki-Laki	30	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
111	Laki-Laki	30	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
112	Laki-Laki	30	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
113	Laki-Laki	30	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
114	Perempuan	30	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6

115	Perempuan	30	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
116	Perempuan	30	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
117	Perempuan	30	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
118	Perempuan	30	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
119	Perempuan	30	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
120	Perempuan	31	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
121	Perempuan	31	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
122	Laki-Laki	32	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
123	Laki-Laki	32	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
124	Perempuan	32	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
125	Perempuan	32	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
126	Perempuan	32	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
127	Laki-Laki	33	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
128	Perempuan	33	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
129	Perempuan	33	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
130	Perempuan	33	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
131	Perempuan	33	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
132	Perempuan	33	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
133	Laki-Laki	34	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
134	Laki-Laki	34	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
135	Laki-Laki	34	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
136	Perempuan	34	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
137	Laki-Laki	35	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
138	Laki-Laki	35	Pengusaha/Wiraswasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6

139	Perempuan	35	Pengusaha/Wirawasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
140	Laki-Laki	36	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
141	Laki-Laki	36	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
142	Perempuan	36	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
143	Perempuan	36	Pengusaha/Wirawasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
144	Perempuan	36	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
145	Laki-Laki	37	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
146	Laki-Laki	37	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
147	Perempuan	38	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
148	Laki-Laki	43	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
149	Perempuan	47	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6
150	Laki-Laki	50	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	6	6	6	6	24	6

2. Transparansi

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total	Rata-Rata
1	1	1	1	1	4	1
2	1	1	1	1	4	1
3	3	5	2	3	13	3,25
4	6	6	2	2	16	4
5	6	6	2	2	16	4
6	3	2	3	3	11	2,75
7	3	4	3	4	14	3,5
8	3	4	3	3	13	3,25
9	6	6	3	3	18	4,5
10	3	4	4	4	15	3,75

11	3	4	4	4	15	3,75
12	3	4	4	3	14	3,5
13	4	4	4	4	16	4
14	3	5	4	3	15	3,75
15	5	5	4	5	19	4,75
16	4	6	4	5	19	4,75
17	6	6	4	4	20	5
18	3	3	5	5	16	4
19	4	4	5	5	18	4,5
20	5	4	5	4	18	4,5
21	6	4	5	5	20	5
22	1	5	5	1	12	3
23	1	5	5	5	16	4
24	2	5	5	4	16	4
25	3	5	5	3	16	4
26	4	5	5	3	17	4,25
27	4	5	5	4	18	4,5
28	4	5	5	4	18	4,5
29	5	5	5	4	19	4,75
30	5	5	5	5	20	5
31	5	5	5	5	20	5
32	5	5	5	5	20	5
33	5	5	5	5	20	5
34	5	5	5	5	20	5
35	5	5	5	5	20	5
36	5	5	5	5	20	5
37	5	5	5	4	19	4,75
38	5	5	5	5	20	5

39	5	5	5	5	20	5
40	5	5	5	5	20	5
41	6	6	5	6	23	5,75
42	6	6	5	5	22	5,5
43	5	3	6	3	17	4,25
44	6	3	6	6	21	5,25
45	5	5	6	5	21	5,25
46	5	5	6	6	22	5,5
47	6	5	6	6	23	5,75
48	4	6	6	4	20	5
49	5	6	6	5	22	5,5
50	5	6	6	5	22	5,5
51	5	6	6	4	21	5,25
52	5	6	6	4	21	5,25
53	5	6	6	6	23	5,75
54	5	6	6	6	23	5,75
55	5	6	6	6	23	5,75
56	5	6	6	6	23	5,75
57	5	6	6	6	23	5,75
58	5	6	6	6	23	5,75
59	5	6	6	6	23	5,75
60	5	6	6	6	23	5,75
61	5	6	6	6	23	5,75
62	5	6	6	6	23	5,75
63	6	6	6	1	19	4,75
64	6	6	6	6	24	6
65	6	6	6	5	23	5,75
66	6	6	6	5	23	5,75

67	6	6	6	2	20	5
68	6	6	6	5	23	5,75
69	6	6	6	4	22	5,5
70	6	6	6	6	24	6
71	6	6	6	6	24	6
72	6	6	6	6	24	6
73	6	6	6	6	24	6
74	6	6	6	6	24	6
75	6	6	6	6	24	6
76	6	6	6	6	24	6
77	6	6	6	6	24	6
78	6	6	6	6	24	6
79	6	6	6	6	24	6
80	6	6	6	6	24	6
81	6	6	6	6	24	6
82	6	6	6	6	24	6
83	6	6	6	6	24	6
84	6	6	6	6	24	6
85	6	6	6	6	24	6
86	6	6	6	6	24	6
87	6	6	6	6	24	6
88	6	6	6	6	24	6
89	6	6	6	6	24	6
90	6	6	6	6	24	6
91	6	6	6	6	24	6
92	6	6	6	6	24	6
93	6	6	6	6	24	6
94	6	6	6	6	24	6

95	6	6	6	6	24	6
96	6	6	6	6	24	6
97	6	6	6	6	24	6
98	6	6	6	6	24	6
99	6	6	6	6	24	6
100	6	6	6	6	24	6
101	6	6	6	6	24	6
102	6	6	6	6	24	6
103	6	6	6	6	24	6
104	6	6	6	6	24	6
105	6	6	6	6	24	6
106	6	6	6	6	24	6
107	6	6	6	6	24	6
108	6	6	6	6	24	6
109	6	6	6	6	24	6
110	6	6	6	6	24	6
111	6	6	6	6	24	6
112	6	6	6	6	24	6
113	6	6	6	6	24	6
114	6	6	6	6	24	6
115	6	6	6	6	24	6
116	6	6	6	6	24	6
117	6	6	6	6	24	6
118	6	6	6	6	24	6
119	6	6	6	6	24	6
120	6	6	6	6	24	6
121	6	6	6	6	24	6
122	6	6	6	6	24	6

123	6	6	6	6	24	6
124	6	6	6	6	24	6
125	6	6	6	6	24	6
126	6	6	6	6	24	6
127	6	6	6	6	24	6
128	6	6	6	6	24	6
129	6	6	6	6	24	6
130	6	6	6	6	24	6
131	6	6	6	6	24	6
132	6	6	6	6	24	6
133	6	6	6	6	24	6
134	6	6	6	6	24	6
135	6	6	6	6	24	6
136	6	6	6	6	24	6
137	6	6	6	6	24	6
138	6	6	6	6	24	6
139	6	6	6	6	24	6
140	6	6	6	6	24	6
141	6	6	6	6	24	6
142	6	6	6	6	24	6
143	6	6	6	6	24	6
144	6	6	6	6	24	6
145	6	6	6	5	23	5,75
146	6	6	6	6	24	6
147	6	6	6	6	24	6
148	6	6	6	6	24	6
149	6	6	6	6	24	6
150	6	6	6	6	24	6

3. Kepercayaan Afektif

No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total	Rata-Rata
1	1	1	1	1	1	5	1
2	4	4	4	4	1	17	3,4
3	4	4	5	5	1	19	3,8
4	5	5	5	5	1	21	4,2
5	3	3	3	6	1	16	3,2
6	3	3	3	4	2	15	3
7	6	6	6	6	2	26	5,2
8	6	6	6	6	2	26	5,2
9	3	5	3	4	3	18	3,6
10	3	4	4	4	3	18	3,6
11	5	5	4	4	3	21	4,2
12	5	4	5	4	3	21	4,2
13	5	6	4	5	3	23	4,6
14	5	5	5	5	3	23	4,6
15	5	5	5	5	3	23	4,6
16	4	4	4	4	4	20	4
17	5	4	4	4	4	21	4,2
18	6	5	4	4	4	23	4,6
19	4	5	5	6	4	24	4,8
20	5	5	5	6	4	25	5
21	6	6	6	6	4	28	5,6
22	4	5	5	5	5	24	4,8
23	5	5	5	5	5	25	5
24	5	5	5	5	5	25	5

25	5	5	5	5	5	25	5
26	5	5	5	5	5	25	5
27	5	5	5	5	5	25	5
28	5	5	5	5	5	25	5
29	5	5	5	5	5	25	5
30	5	5	5	5	5	25	5
31	5	5	5	5	5	25	5
32	5	5	5	5	5	25	5
33	5	6	5	6	5	27	5,4
34	6	6	6	6	5	28	5,6
35	6	5	6	6	5	28	5,6
36	5	6	6	6	5	28	5,6
37	6	6	6	6	5	29	5,8
38	6	6	6	6	5	29	5,8
39	6	6	6	6	5	29	5,8
40	6	6	6	6	5	29	5,8
41	5	4	3	5	6	23	4,6
42	5	5	6	5	6	27	5,4
43	5	5	6	5	6	27	5,4
44	5	5	6	5	6	27	5,4
45	5	5	6	5	6	27	5,4
46	5	5	6	5	6	27	5,4
47	5	5	6	5	6	27	5,4
48	6	5	6	5	6	28	5,6
49	6	5	6	6	6	29	5,8
50	4	6	6	6	6	28	5,6
51	4	6	6	6	6	28	5,6

52	4	6	6	6	6	28	5,6
53	5	6	6	6	6	29	5,8
54	5	6	6	6	6	29	5,8
55	5	6	6	6	6	29	5,8
56	5	6	6	6	6	29	5,8
57	5	6	6	6	6	29	5,8
58	5	6	6	6	6	29	5,8
59	6	6	6	6	6	30	6
60	6	6	6	6	6	30	6
61	6	6	6	6	6	30	6
62	6	6	6	6	6	30	6
63	6	6	6	6	6	30	6
64	6	6	6	6	6	30	6
65	6	6	6	6	6	30	6
66	6	6	6	6	6	30	6
67	6	6	6	6	6	30	6
68	6	6	6	6	6	30	6
69	6	6	6	6	6	30	6
70	6	6	6	6	6	30	6
71	6	6	6	6	6	30	6
72	6	6	6	6	6	30	6
73	6	6	6	6	6	30	6
74	6	6	6	6	6	30	6
75	6	6	6	6	6	30	6
76	6	6	6	6	6	30	6
77	6	6	6	6	6	30	6
78	6	6	6	6	6	30	6

79	6	6	6	6	6	30	6
80	6	6	6	6	6	30	6
81	6	6	6	6	6	30	6
82	6	6	6	6	6	30	6
83	6	6	6	6	6	30	6
84	6	6	6	6	6	30	6
85	6	6	6	6	6	30	6
86	6	6	6	6	6	30	6
87	6	6	6	6	6	30	6
88	6	6	6	6	6	30	6
89	6	6	6	6	6	30	6
90	6	6	6	6	6	30	6
91	6	6	6	6	6	30	6
92	6	6	6	6	6	30	6
93	6	6	6	6	6	30	6
94	6	6	6	6	6	30	6
95	6	6	6	6	6	30	6
96	6	6	6	6	6	30	6
97	6	6	6	6	6	30	6
98	6	6	6	6	6	30	6
99	6	6	6	6	6	30	6
100	6	6	6	6	6	30	6
101	6	6	6	6	6	30	6
102	6	6	6	6	6	30	6
103	6	6	6	6	6	30	6
104	6	6	6	6	6	30	6
105	6	6	6	6	6	30	6

106	6	6	6	6	6	30	6
107	6	6	6	6	6	30	6
108	6	6	6	6	6	30	6
109	6	6	6	6	6	30	6
110	6	6	6	6	6	30	6
111	6	6	6	6	6	30	6
112	6	6	6	6	6	30	6
113	6	6	6	6	6	30	6
114	6	6	6	6	6	30	6
115	6	6	6	6	6	30	6
116	6	6	6	6	6	30	6
117	6	6	6	6	6	30	6
118	6	6	6	6	6	30	6
119	6	6	6	6	6	30	6
120	6	6	6	6	6	30	6
121	6	6	6	6	6	30	6
122	6	6	6	6	6	30	6
123	6	6	6	6	6	30	6
124	6	6	6	6	6	30	6
125	6	6	6	6	6	30	6
126	6	6	6	6	6	30	6
127	6	6	6	6	6	30	6
128	6	6	6	6	6	30	6
129	6	6	6	6	6	30	6
130	6	6	6	6	6	30	6
131	6	6	6	6	6	30	6
132	6	6	6	6	6	30	6

133	6	6	6	6	6	30	6
134	6	6	6	6	6	30	6
135	6	6	6	6	6	30	6
136	6	6	6	6	6	30	6
137	6	6	6	6	6	30	6
138	6	6	6	6	6	30	6
139	6	6	6	6	6	30	6
140	6	6	6	6	6	30	6
141	6	6	6	6	6	30	6
142	6	6	6	6	6	30	6
143	6	6	6	6	6	30	6
144	6	6	6	6	6	30	6
145	6	6	6	6	6	30	6
146	6	6	6	6	6	30	6
147	6	6	6	6	6	30	6
148	6	6	6	6	6	30	6
149	6	6	6	6	6	30	6
150	6	6	6	6	6	30	6

4. Religiosities

No.	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Total	Rata-Rata
1	1	1	1	1	2	6	1,2
2	6	5	6	4	3	24	4,8
3	6	6	4	5	3	24	4,8

4	5	5	6	6	3	25	5
5	4	4	4	4	4	20	4
6	4	4	4	4	4	20	4
7	6	5	4	4	4	23	4,6
8	5	5	6	4	4	24	4,8
9	5	5	5	5	4	24	4,8
10	5	5	6	3	5	24	4,8
11	3	4	3	4	5	19	3,8
12	5	5	5	4	5	24	4,8
13	5	5	5	5	5	25	5
14	5	5	5	5	5	25	5
15	5	5	5	5	5	25	5
16	5	5	5	5	5	25	5
17	5	5	5	5	5	25	5
18	5	5	5	5	5	25	5
19	5	5	5	5	5	25	5
20	5	5	5	5	5	25	5
21	5	5	5	5	5	25	5
22	5	5	5	5	5	25	5
23	5	5	5	5	5	25	5
24	5	5	5	5	5	25	5
25	5	5	5	5	5	25	5
26	5	5	5	5	5	25	5
27	5	5	5	5	5	25	5
28	5	5	5	5	5	25	5
29	5	5	5	5	5	25	5
30	5	5	5	5	5	25	5
31	6	5	5	5	5	26	5,2

32	6	5	5	5	5	26	5,2
33	6	5	5	5	5	26	5,2
34	5	5	6	5	5	26	5,2
35	6	6	5	6	5	28	5,6
36	6	6	5	6	5	28	5,6
37	6	6	6	6	5	29	5,8
38	6	6	4	4	6	26	5,2
39	6	6	4	4	6	26	5,2
40	6	6	6	4	6	28	5,6
41	6	6	6	4	6	28	5,6
42	6	6	6	4	6	28	5,6
43	6	6	4	5	6	27	5,4
44	5	5	5	5	6	26	5,2
45	5	6	5	5	6	27	5,4
46	5	6	6	5	6	28	5,6
47	6	6	6	5	6	29	5,8
48	6	6	4	6	6	28	5,6
49	6	2	5	6	6	25	5
50	6	6	5	6	6	29	5,8
51	6	6	5	6	6	29	5,8
52	5	5	6	6	6	28	5,6
53	6	5	6	6	6	29	5,8
54	6	5	6	6	6	29	5,8
55	4	6	6	6	6	28	5,6
56	5	6	6	6	6	29	5,8
57	5	6	6	6	6	29	5,8
58	5	6	6	6	6	29	5,8
59	5	6	6	6	6	29	5,8

60	6	6	6	6	6	30	6
61	6	6	6	6	6	30	6
62	6	6	6	6	6	30	6
63	6	6	6	6	6	30	6
64	6	6	6	6	6	30	6
65	6	6	6	6	6	30	6
66	6	6	6	6	6	30	6
67	6	6	6	6	6	30	6
68	6	6	6	6	6	30	6
69	6	6	6	6	6	30	6
70	6	6	6	6	6	30	6
71	6	6	6	6	6	30	6
72	6	6	6	6	6	30	6
73	6	6	6	6	6	30	6
74	6	6	6	6	6	30	6
75	6	6	6	6	6	30	6
76	6	6	6	6	6	30	6
77	6	6	6	6	6	30	6
78	6	6	6	6	6	30	6
79	6	6	6	6	6	30	6
80	6	6	6	6	6	30	6
81	6	6	6	6	6	30	6
82	6	6	6	6	6	30	6
83	6	6	6	6	6	30	6
84	6	6	6	6	6	30	6
85	6	6	6	6	6	30	6
86	6	6	6	6	6	30	6
87	6	6	6	6	6	30	6

88	6	6	6	6	6	30	6
89	6	6	6	6	6	30	6
90	6	6	6	6	6	30	6
91	6	6	6	6	6	30	6
92	6	6	6	6	6	30	6
93	6	6	6	6	6	30	6
94	6	6	6	6	6	30	6
95	6	6	6	6	6	30	6
96	6	6	6	6	6	30	6
97	6	6	6	6	6	30	6
98	6	6	6	6	6	30	6
99	6	6	6	6	6	30	6
100	6	6	6	6	6	30	6
101	6	6	6	6	6	30	6
102	6	6	6	6	6	30	6
103	6	6	6	6	6	30	6
104	6	6	6	6	6	30	6
105	6	6	6	6	6	30	6
106	6	6	6	6	6	30	6
107	6	6	6	6	6	30	6
108	6	6	6	6	6	30	6
109	6	6	6	6	6	30	6
110	6	6	6	6	6	30	6
111	6	6	6	6	6	30	6
112	6	6	6	6	6	30	6
113	6	6	6	6	6	30	6
114	6	6	6	6	6	30	6
115	6	6	6	6	6	30	6

116	6	6	6	6	6	30	6
117	6	6	6	6	6	30	6
118	6	6	6	6	6	30	6
119	6	6	6	6	6	30	6
120	6	6	6	6	6	30	6
121	6	6	6	6	6	30	6
122	6	6	6	6	6	30	6
123	6	6	6	6	6	30	6
124	6	6	6	6	6	30	6
125	6	6	6	6	6	30	6
126	6	6	6	6	6	30	6
127	6	6	6	6	6	30	6
128	6	6	6	6	6	30	6
129	6	6	6	6	6	30	6
130	6	6	6	6	6	30	6
131	6	6	6	6	6	30	6
132	6	6	6	6	6	30	6
133	6	6	6	6	6	30	6
134	6	6	6	6	6	30	6
135	6	6	6	6	6	30	6
136	6	6	6	6	6	30	6
137	6	6	6	6	6	30	6
138	6	6	6	6	6	30	6
139	6	6	6	6	6	30	6
140	6	6	6	6	6	30	6
141	6	6	6	6	6	30	6
142	6	6	6	6	6	30	6
143	6	6	6	6	6	30	6

144	6	6	6	6	6	30	6
145	6	6	6	6	6	30	6
146	6	6	6	6	6	30	6
147	6	6	6	6	6	30	6
148	6	6	6	6	6	30	6
149	6	6	6	6	6	30	6
150	6	6	6	6	6	30	6

5. Minat Membayar Zakat

No.	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total	Rata-Rata
1	3	1	3	1	8	3,2
2	4	5	2	3	14	5,6
3	3	3	3	3	12	4,8
4	6	3	3	3	15	6
5	3	2	4	3	12	4,8
6	6	5	3	4	18	7,2
7	4	6	3	4	17	6,8
8	4	2	4	4	14	5,6
9	4	4	4	4	16	6,4
10	4	4	4	4	16	6,4
11	5	4	4	4	17	6,8
12	5	5	4	4	18	7,2
13	4	4	5	4	17	6,8
14	5	3	6	4	18	7,2
15	4	6	6	4	20	8
16	5	6	6	4	21	8,4

17	5	6	6	4	21	8,4
18	5	6	6	4	21	8,4
19	5	6	6	4	21	8,4
20	6	6	6	4	22	8,8
21	6	6	6	4	22	8,8
22	6	6	6	4	22	8,8
23	3	3	3	5	14	5,6
24	5	3	4	5	17	6,8
25	4	5	4	5	18	7,2
26	5	5	4	5	19	7,6
27	5	5	4	5	19	7,6
28	3	3	5	5	16	6,4
29	5	4	5	5	19	7,6
30	5	5	5	5	20	8
31	5	5	5	5	20	8
32	5	5	5	5	20	8
33	5	5	5	5	20	8
34	5	5	5	5	20	8
35	5	5	5	5	20	8
36	5	5	5	5	20	8
37	5	5	5	5	20	8
38	6	6	5	5	22	8,8
39	6	6	5	5	22	8,8
40	5	6	6	5	22	8,8
41	6	6	3	6	21	8,4
42	5	5	4	6	20	8
43	5	5	5	6	21	8,4
44	5	5	5	6	21	8,4

45	5	5	5	6	21	8,4
46	6	5	5	6	22	8,8
47	4	6	5	6	21	8,4
48	6	6	5	6	23	9,2
49	5	6	6	6	23	9,2
50	6	6	6	6	24	9,6
51	6	6	6	6	24	9,6
52	6	6	6	6	24	9,6
53	6	6	6	6	24	9,6
54	6	6	6	6	24	9,6
55	6	6	6	6	24	9,6
56	6	6	6	6	24	9,6
57	6	6	6	6	24	9,6
58	6	6	6	6	24	9,6
59	6	6	6	6	24	9,6
60	6	6	6	6	24	9,6
61	6	6	6	6	24	9,6
62	6	6	6	6	24	9,6
63	6	6	6	6	24	9,6
64	6	6	6	6	24	9,6
65	6	6	6	6	24	9,6
66	6	6	6	6	24	9,6
67	6	6	6	6	24	9,6
68	6	6	6	6	24	9,6
69	6	6	6	6	24	9,6
70	6	6	6	6	24	9,6
71	6	6	6	6	24	9,6
72	6	6	6	6	24	9,6

73	6	6	6	6	24	9,6
74	6	6	6	6	24	9,6
75	6	6	6	6	24	9,6
76	6	6	6	6	24	9,6
77	6	6	6	6	24	9,6
78	6	6	6	6	24	9,6
79	6	6	6	6	24	9,6
80	6	6	6	6	24	9,6
81	6	6	6	6	24	9,6
82	6	6	6	6	24	9,6
83	6	6	6	6	24	9,6
84	6	6	6	6	24	9,6
85	6	6	6	6	24	9,6
86	6	6	6	6	24	9,6
87	6	6	6	6	24	9,6
88	6	6	6	6	24	9,6
89	6	6	6	6	24	9,6
90	6	6	6	6	24	9,6
91	6	6	6	6	24	9,6
92	6	6	6	6	24	9,6
93	6	6	6	6	24	9,6
94	6	6	6	6	24	9,6
95	6	6	6	6	24	9,6
96	6	6	6	6	24	9,6
97	6	6	6	6	24	9,6
98	6	6	6	6	24	9,6
99	6	6	6	6	24	9,6
100	6	6	6	6	24	9,6

101	6	6	6	6	24	9,6
102	6	6	6	6	24	9,6
103	6	6	6	6	24	9,6
104	6	6	6	6	24	9,6
105	6	6	6	6	24	9,6
106	6	6	6	6	24	9,6
107	6	6	6	6	24	9,6
108	6	6	6	6	24	9,6
109	6	6	6	6	24	9,6
110	6	6	6	6	24	9,6
111	6	6	6	6	24	9,6
112	6	6	6	6	24	9,6
113	6	6	6	6	24	9,6
114	6	6	6	6	24	9,6
115	6	6	6	6	24	9,6
116	6	6	6	6	24	9,6
117	6	6	6	6	24	9,6
118	6	6	6	6	24	9,6
119	6	6	6	6	24	9,6
120	6	6	6	6	24	9,6
121	6	6	6	6	24	9,6
122	6	6	6	6	24	9,6
123	6	6	6	6	24	9,6
124	6	6	6	6	24	9,6
125	6	6	6	6	24	9,6
126	6	6	6	6	24	9,6
127	6	6	6	6	24	9,6
128	6	6	6	6	24	9,6

129	6	6	6	6	24	9,6
130	6	6	6	6	24	9,6
131	6	6	6	6	24	9,6
132	6	6	6	6	24	9,6
133	6	6	6	6	24	9,6
134	6	6	6	6	24	9,6
135	6	6	6	6	24	9,6
136	6	6	6	6	24	9,6
137	6	6	6	6	24	9,6
138	6	6	6	6	24	9,6
139	6	6	6	6	24	9,6
140	6	6	6	6	24	9,6
141	6	6	6	6	24	9,6
142	6	6	6	6	24	9,6
143	6	6	6	6	24	9,6
144	6	6	6	6	24	9,6
145	6	6	6	6	24	9,6
146	6	6	6	6	24	9,6
147	6	6	6	6	24	9,6
148	6	6	6	6	24	9,6
149	6	6	6	6	24	9,6
150	6	6	6	6	24	9,6

Lampiran 3 Analisis Deskriptif

Deskripsi Variabel Akuntabilitas

Item	STS		TS		ATS		AS		S		SS		Jumlah	%	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X1.1	1	0,7	0	0,0	3	2,0	18	12,0	30	20,0	98	65,3	150	100	5,46
X1.2	3	2,0	3	2,0	9	6,0	9	6,0	30	20,0	96	64,0	150	100	5,33
X1.3	1	0,7	4	2,7	6	4,0	10	6,7	19	12,7	110	73,3	150	100	5,48
X1.4	3	2,0	10	6,7	9	6,0	14	9,3	21	14,0	93	62,0	150	100	5,13
Jumlah Rata-Rata															5,35

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Deskripsi Variabel Transparansi

Item	STS		TS		ATS		AS		S		SS		Jumlah	%	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X2.1	4	2,7	1	0,7	10	6,7	7	4,7	31	20,7	97	64,7	150	100	5,34
X2.2	2	1,3	1	0,7	3	2,0	9	6,0	25	16,7	110	73,3	150	100	5,56
X2.3	2	1,3	3	2,0	4	2,7	8	5,3	26	17,3	107	71,3	150	100	5,50
X2.4	4	2,7	3	2,0	9	6,0	15	10,0	25	16,7	94	62,7	150	100	5,25
Jumlah Rata-Rata															5,41

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Deskripsi Variabel Kepercayaan Afektif

Item	STS		TS		ATS		AS		S		SS		Jumlah	%	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X3.1	1	0,7	0	0,0	4	2,7	8	5,3	32	21,3	105	70,0	150	100	5,56
X3.2	1	0,7	0	0,0	2	1,3	7	4,7	28	18,7	112	74,7	150	100	5,65
X3.3	1	0,7	0	0,0	4	2,7	7	4,7	20	13,3	118	78,7	150	100	5,66
X3.4	1	0,7	0	0,0	0	0,0	9	6,0	24	16,0	116	77,3	150	100	5,69
X3.5	5	3,3	3	2,0	7	4,7	6	4,0	19	12,7	110	73,3	150	100	5,41
Jumlah Rata-Rata															5,59

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Deskripsi Variabel Religiositas

Item	STS		TS		ATS		AS		S		SS		Jumlah	%	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Z1.1	1	0,7	0	0,0	1	0,7	3	2,0	30	20,0	115	76,7	150	100	5,69
Z1.2	1	0,7	1	0,7	0	0,0	3	2,0	31	20,7	114	76,0	150	100	5,68
Z1.3	1	0,7	0	0,0	1	0,7	8	5,3	30	20,0	110	73,3	150	100	5,64
Z1.4	1	0,7	0	0,0	1	0,7	12	8,0	29	19,3	107	71,3	150	100	5,59
Z1.5	0	0,0	1	0,7	3	2,0	5	3,3	28	18,7	113	75,3	150	100	5,66
Jumlah Rata-Rata															5,65

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

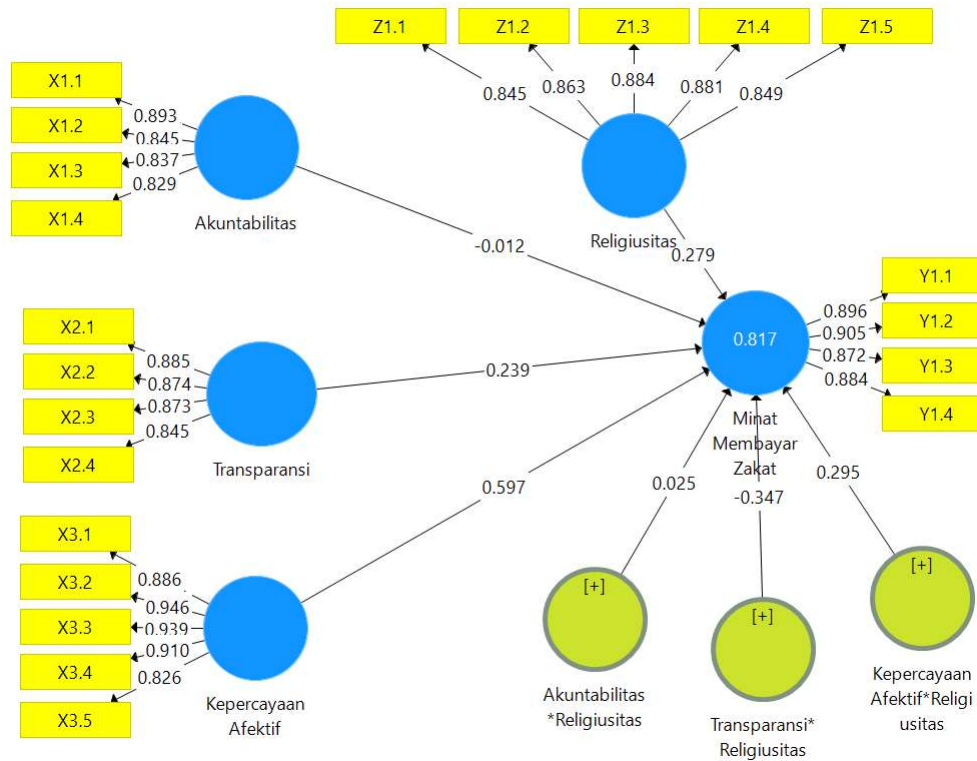
Deskripsi Variabel Minat Membayar Zakat

Item	STS		TS		ATS		AS		S		SS		Jumlah	%	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Y1.1	0	0,0	0	0,0	5	3,3	9	6,0	24	16,0	112	74,7	150	100	5,61
Y1.2	1	0,7	2	1,3	6	4,0	5	3,3	19	12,7	117	78,0	150	100	5,60
Y1.3	0	0,0	1	0,7	7	4,7	11	7,3	19	12,7	112	74,7	150	100	5,56
Y1.4	1	0,7	0	0,0	4	2,7	17	11,3	19	12,7	109	72,7	150	100	5,54
Jumlah Rata-Rata															5,58

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Lampiran 4

Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)



Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan OuterLoading Sebelum Uji Indikator

Lampiran 5 Uji Validitas

Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan OuterLoading

Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loading (Convergent Validity)	X1.1	0,893	0,7	Valid
	X1.2	0,845	0,7	Valid
	X1.3	0,837	0,7	Valid
	X1.4	0,829	0,7	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loading (Convergent Validity)	X2.1	0,885	0,7	Valid
	X2.2	0,874	0,7	Valid
	X2.3	0,873	0,7	Valid
	X2.4	0,845	0,7	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loading (Convergent Validity)	X3.1	0,886	0,7	Valid
	X3.2	0,946	0,7	Valid
	X3.3	0,939	0,7	Valid
	X3.4	0,910	0,7	Valid
	X3.5	0,826	0,7	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loading (Convergent Validity)	Y1.1	0,896	0,7	Valid
	Y1.2	0,905	0,7	Valid
	Y1.3	0,872	0,7	Valid
	Y1.4	0,884	0,7	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loading (Convergent Validity)	Z1.1	0,845	0,7	Valid
	Z1.2	0,863	0,7	Valid
	Z1.3	0,884	0,7	Valid
	Z1.4	0,881	0,7	Valid
	Z1.5	0,849	0,7	Valid

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Korelasi antara Konstruk (Akar AVE)

	Akuntabilitas	Akuntabilitas*Religiositas	Kepercayaan Afektif	Kepercayaan Afektif*Religiositas	Niat Membayar Zakat
Akuntabilitas	0,851				
Akuntabilitas*Religiositas	-0,486	1,000			
Kepercayaan Afektif	0,786	-0,582	0,903		
Kepercayaan Afektif*Religiositas	-0,457	0,974	-0,594	1,000	
Minat Membayar Zakat	0,709	-0,463	0,871	-0,461	0,889
Religiositas	0,527	-0,668	0,668	-0,671	0,663
Transparansi	0,785	-0,450	0,855	-0,457	0,801
Transparansi*Religiositas	-0,457	0,976	-0,591	0,991	-0,472

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

	Religiositas	Transparansi	Transparansi*Religiositas	AVE	Kriteria (Korelasi antar konstruk > AVE)	Status
Akuntabilitas				0,725	$0,851 > 0,725$	Valid
Akuntabilitas*Religiositas				1,000	$1,000 \geq 1,000$	Valid
Kepercayaan Afektif				0,815	$0,903 > 0,815$	Valid
Kepercayaan Afektif*Religiositas				1,000	$1,000 \geq 1,000$	Valid
Minat Membayar Zakat				0,790	$0,889 > 0,790$	Valid
Religiositas	0,865			0,748	$0,865 > 0,748$	Valid
Transparansi	0,533	0,870		0,756	$0,870 > 0,756$	Valid
Transparansi*Religiositas	-0,654	-0,451	1,000	1,000	$1,000 \geq 1,000$	Valid

Tabel 4.11 Lanjutan.

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

Lampiran 6 Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Akuntabilitas	0,873	0,877	0,913
Akuntabilitas*Religiositas	1,000	1,000	1,000
Kepercayaan Afektif	0,942	0,944	0,956
Kepercayaan Afektif*Religiositas	1,000	1,000	1,000
Minat Membayar Zakat	0,912	0,914	0,938
Religiositas	0,916	0,933	0,937
Transparansi	0,893	0,903	0,925
Transparansi*Religiositas	1,000	1,000	1,000

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023

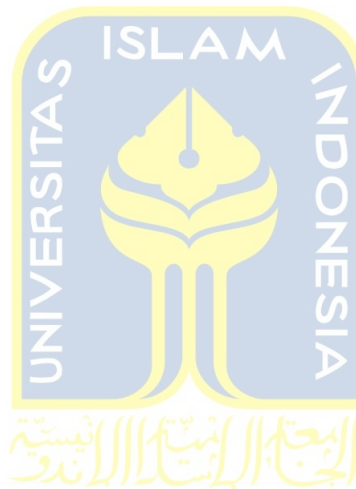


Lampiran 7 Uji R Square

Nilai R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Minat Membayar Zakat	0,817	0,808

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023



Lampiran 8 Uji Hipotesis

Past Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Akuntabilitas -> Niat Membayar Zakat	-0.012	-0.005	0.062	0.188	0.851
Akuntabilitas*Religiositas -> Niat Membayar Zakat	0.025	0.007	0.099	0.258	0.796
Kepercayaan Afektif -> Niat Membayar Zakat	0.597	0.596	0.111	5.372	0.000
KepercayaanAfektif*Religiositas -> Niat Membayar Zakat	0.295	0.304	0.127	2.318	0.021
Religiositas -> Niat Membayar Zakat	0.279	0.286	0.111	2.516	0.012
Transparansi -> Niat Membayar Zakat	0.239	0.233	0.081	2.945	0.003
Transparansi*Religiositas -> Niat Membayar Zakat	-0.347	-0.313	0.157	2.217	0.027

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2023