

**PENGARUH TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS,
KEPERCAYAAN AFEKTIF DAN KOGNITIF TERHADAP
MINAT BAYAR ZAKAT MELALUI LEMBAGA ZAKAT**



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Mohammad Fahmi Ikhwandha

Nomor Mahasiswa : 14312002

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

**PENGARUH TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS, KEPERCAYAAN
AFEKTIF DAN KOGNITIF TERHADAP MINAT BAYAR ZAKAT
MELALUI LEMBAGA ZAKAT**

SKRIPSI

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

Oleh:

Nama : Mohammad Fahmi Ikhwandha

No. Mahasiswa : 14312002

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 24 April 2018

Penulis,



(Mohammad Fahmi Ikhwandha)

**PENGARUH TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS, KEPERCAYAAN
AFEKTIF DAN KOGNITIF TERHADAP MINAT BAYAR ZAKAT
MELALUI LEMBAGA ZAKAT**

SKRIPSI

Diajukan oleh

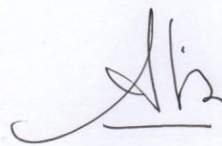
Nama : Mohammad Fahmi Ikhwandha

Nomor Mahasiswa : 14312002

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 10 April 2018

Dosen Pembimbing,



(Ataina Hidayati, Dra., M.,Si.,Ph.D.,Ak)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS, KEPERCAYAAN AFEKTIF DAN
KOGNITIF TERHADAP MINAT BAYAR ZAKAT MELALUI LEMBAGA ZAKAT**

Disusun Oleh : **MOHAMMAD FAHMI IKHWANDHA**

Nomor Mahasiswa : **14312002**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 22 Mei 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Ataina Hidayati, Dra., Ak., M.Si., Ph.D.



Penguji : Primanita Setyono, Dra., MBA, Ak, Cert. SAP.



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu,
sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.

(Q.S Al Baqarah: 153)

“Dia yang tidak cukup berani untuk mengambil risiko tidak akan menyelesaikan
apa-apa dalam hidup”

(Muhammad Ali)

“Apapun yang kita lakukan dalam kehidupan ini adalah perlombaan dalam
kebaikan. Bukan perlombaan keunggulan satu sama lain.”

(Emha Ainun Nadjib)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila
kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-
sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu
berharap.”

(QS Al-Insirah:5-8)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, skripsi ini aku persembahkan untuk:

Papa dan mama tercinta

Mohamad Zaenudin dan Indrawati

yang telah mendoakan dan memberikan semangat sampai skripsi ini bisa selesai dan lulus pada waktunya. Semoga dengan skripsi ini menjadi awal yang baik untuk masa depan

Kakak-kakakku semua yang aku sayangi

*Eko Prasetyo, Dewi Tika Praharani, Mohamad Rifan
Ardiansyah, dan Ristya Nuradisti*

Semoga aku bisa menjadi kebanggaan kalian

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata-1 pada Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Shalawat serta salam tak lupa pula penulis junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman yang telah membawa dan menyebarkan ajaran Islam sebagai rahmatan lil' alamin.

Penelitian dengan judul **“Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Afektif dan Kognitif Terhadap Minat Bayar Zakat melalui Lembaga Zakat”** ini disusun berdasarkan penelitian hasil penelitian yang penulis lakukan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat terbaik untuk perkembangan ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan. Penulis juga menyadari akan adanya keterbatasan kemampuan yang ada, maka dalam menyusun tugas akhir ini tidak lepas dari sumbangan dan bantuan moril maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, yang selalu mencintai hamba-Nya, memberikan kesehatan dan kemudahan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulis sangat bersyukur atas segala nikmat yang telah Engkau berikan.
2. Kedua orang tuaku Bapak Mohamad Zaenudin dan Ibu Indrawati yang senantiasa melimpahiku dengan doa dan dukungan moril maupun material dari semenjak kecil hingga saat ini. Tak ada yang lebih indah atas cinta orang tua kepada anaknya. Terima kasih Mama dan Papa.
3. Kakak-kakakku tersayang Eko Prasetyo, Dewi Tika Praharani, Mohamad Rifan Ardiansyah, dan Ristya Nuradisti atas doa dan dukungannya yang jadi penyemangat saya selama ini.
4. Bapak Dr. Drs. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung penyelesaian studi.
5. Bapak Drs. Dekar Urumsah, S.Si., M.Com., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung penyelesaian studi.
6. Ibu Ataina Hidayati, Dra., M.,Si.,Ph.D.,Ak selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu penulis, memberikan saran dan masukan selama penyusunan skripsi.
7. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
8. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

9. Dina Nur Hayati yang selalu memberikan motivasi dan mendoakanku selama ini.
10. Kawan-kawan Kost Melati Joni, Bima, Rhomi, Yoga, Sedy, Alan, Puja, Apas, Habib, Arif dll. Sukses untuk kita semua, Amin.
11. Khalifa Family Ihan, Evel, Aris, Arif dan Rafli yang selalu menemaniku.
12. Kawan-kawan seperjuanganku di Kampus FE UII, Darma, Azmi, Wildan, Rizal, Dimas, Bayu, Huda, Afra, Ira, Ninu, Nanda, Dina dll. Sukses untuk kita semua, Amin.
13. Teman-teman KKN Unit 11 Memet, Hagum, Fahrul, Lisna, Indri, Intan, Hanin dan Mita. Terima kasih atas kerjasamanya kawan.
14. Teman-teman KIDS Arfindi, Aqil, Hakim, Iyan, Fiki, Diego, Faruq, Dias, Lutfi, Bagus, Herkin, Galuh, Tegar dll. Terima kasih kawan, perjuangan kita belum berakhir.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala dan nikmat atas bantuan yang selama ini diberikan kepada penyusun, Amin. Penyusun menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 24 April 2018

Penulis,

(Mohammad Fahmi Ikhwandha)

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Berita Acara	v
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran.....	xix
Abstrak	xx

BAB 1PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6

1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori dan Pengertian Variabel	9
2.1.1. Teori Atribusi	9
2.1.2. Definisi Kepercayaan Afektif dan Kognitif	10
2.1.3. Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Afektif dan Kognitif	13
2.1.4. Minat Muzakki Bayar Zakat	15
2.1.5. Faktor yang Mempengaruhi Minat	16
2.1.6. Definisi Zakat	17
2.1.7. Dasar Hukum dan Hikmah Zakat	19
2.1.8. Syarat Wajib Zakat	22
2.1.9. Jenis Harta yang Wajib Dizakati	23
2.1.10. Mustahiq	24
2.1.11. Pengelolaan Zakat	26
2.1.12. Definisi Transparansi	29

2.1.13. Transparansi dalam Perspektif Islam	29
2.1.14. Definisi Akuntabilitas	30
2.1.15. Akuntabilitas dalam Perspektif Islam	31
2.1.16. Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	33
2.1.17. Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta	38
2.2. Penelitian Terdahulu	45
2.3. Pengembangan Hipotesis	48
2.3.1. Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Afektif Muzakki	48
2.3.2. Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Kognitif Muzakki	49
2.3.3. Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Afektif Muzakki	50
2.3.4. Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Kognitif Muzakki	51
2.3.5. Pengaruh Kepercayaan Afektif Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat	52

2.3.6. Pengaruh Kepercayaan Kognitif Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat	53
2.4. Model Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	55
3.2. Penentuan Populasi dan Sampel.....	55
3.3. Metode Pengumpulan Data	56
3.4. Metode Analisis Data	60
3.4.1. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	60
3.4.2. Metode Partial Least Square (PLS)	60
3.4.3. Pengujian Outer Model atau Model Pengukuran	61
3.4.4. Pengujian inner Model atau Model Struktural	62
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1. Karakteristik Responden	63
4.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.2. Responden Berdasarkan Usia	64
4.2. Pengujian outer Model (Model Pengukuran)	65
4.3. Analisis Deskriptif	72
4.4. Pengujian Inner Model (Model Struktural)	77

4.5. Uji Hipotesis	79
4.6. Pembahasan	81
4.6.1. Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Afektif Muzakki	81
4.6.2. Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Kognitif Muzakki	83
4.6.3. Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Afektif Muzakki	85
4.6.4. Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Kognitif Muzakki	86
4.6.5. Pengaruh Kepercayaan Afektif Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat	87
4.6.6. Pengaruh Kepercayaan Kognitif Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat	88

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	90
5.2. Implikasi	92
5.3. Keterbatasan	92
5.4. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Alternatif Jawaban Skala Likert	56
Tabel 3.2. Pengembangan Kuesioner	57
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3. Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan Outer Loading Sebelum Uji Indikator	67
Tabel 4.4. Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan Outer Loading Setelah Uji Indikator	68
Tabel 4.5. Korelasi antar Konstrak (Akar AVE)	70
Tabel 4.6. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	71
Tabel 4.7. Deskriptif Transparansi	73
Tabel 4.8. Deskriptif Akuntabilitas	74
Tabel 4.9. Kepercayaan Afektif	75
Tabel 4.10. Kepercayaan Kognitif	76
Tabel 4.11. Minat Membayar Zakat	77
Tabel 4.12. Nilai r^2	78
Tabel 4.13. Path Coefficient	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Gambar Model Penelitian	54
Gambar 4.1 Gambar Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan OuterLoading Sebelum Uji Indikator	65
Gambar 4.2 Gambar Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan OuterLoading Setelah Uji Indikator	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Keterangan Penelitian BAZNAS Provinsi DIY	98
LAMPIRAN 2 Surat Keterangan Penelitian BAZNAS Kota Yogyakarta .	99
LAMPIRAN 3 KUESIONER	100
LAMPIRAN 4 REKAPITULASI DATA	105
LAMPIRAN 5 PENGUJIAN OUTER	114
LAMPIRAN 6 UJI VALIDITAS	115
LAMPIRAN 7 UJI REABILITAS	118
LAMPIRAN 8 ANALISIS DESKRIPTIF	119
LAMPIRAN 9 UJI DETERMINASI ATAU ANALISIS VARIANS (r^2) .	122
LAMPIRAN 10 UJI HIPOTESIS	123

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Accountability, Transparency, Affective Trust and Cognitive Trust on the Intention of Muzakki pay Zakat in Zakat Management Agency. The subject of this research is 100 muzakki in National Amil Zakat Agency of Yogyakarta Special Province and National Amil Zakat Agency of Yogyakarta City. Data analysis method using Structural Equation Model with Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that affective and cognitive trust positively affects the intention of paying zakat through zakat institution; accountability has a positive effect on affective and cognitive beliefs. Nevertheless, the results of the study show that transparency has no effect on cognitive and affective beliefs.

Keywords: *Transparency, Accountability, Affective Trust, Cognitive Trust, Interest pay zakat.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Kepercayaan Afektif dan Kepercayaan Kognitif terhadap Minat *Muzakki* membayar Zakat di Lembaga Pengelola Zakat. Subyek penelitian ini adalah 100 *muzakki* di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta. Metode analisis data menggunakan Model Persamaan Struktural dengan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan afektif dan kognitif berpengaruh positif terhadap minat bayar zakat melalui lembaga zakat; akuntabilitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan afektif dan kognitif. Meskipun demikian, hasil kajian menunjukkan bahwa transparansi tidak berpengaruh terhadap kepercayaan kognitif dan afektif.

Kata Kunci : *Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Afektif, Kepercayaan Kognitif, Minat membayar zakat*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh negara-negara berkembang sekarang adalah masalah ekonomi. Permasalahan ekonomi seringkali memberikan dampak negatif terhadap kehidupan sosial masyarakat seperti kemiskinan dan pengangguran yang sering kali menimbulkan tindakan-tindakan kriminal. Oleh karena itu, untuk mengatasi problematika tersebut perlu adanya sebuah kebijakan untuk penanggulangan masalah kemiskinan.

Agama Islam memiliki upaya dalam mengatasi kemiskinan yaitu dengan membagikan zakat kepada orang yang tidak mampu/kesulitan dalam ekonominya. Pengelolaan zakat harus dilakukan secara produktif dan profesional sehingga zakat dapat merealisasikan ide-ide Islam tersebut dalam mensejahterakan masyarakat dari kemiskinan.

Zakat memiliki arti tumbuh, berkembang, subur atau bertambah. Dalam Al-Quran dan hadis disebutkan “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka” (QS. at-Taubah[9]: 103). Zakat adalah bentuk ibadah yang berfungsi sebagai alat pemerataan pendapatan dalam masyarakat untuk mengurangi kesenjangan antara orang yang berkecukupan dengan orang yang kekurangan. Zakat dapat memperkecil ketimpangan ekonomi masyarakat (Canggih, Fikriyah, & Yasin, 2017).

Agar zakat dapat mencapai perannya sebagai pemerataan pendapatan dalam masyarakat, pengelolaan zakat dapat dilakukan melalui Organisasi Pengelolaan Zakat. Salah satu Organisasi Pengelolaan zakat yang dibentuk pemerintah yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).BAZNAS merupakan badan amil zakat resmi dan dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001. Proses pemerataan penghimpunan dan penyaluran dana zakat di seluruh wilayah Indonesia menjadi salah satu target dan fokus BAZNAS. Dalam menjalankan organisasinya, BAZNAS mempunyai beberapa cabang, salah satunya adalah Badan Amal Zakat Daerah Provinsi (BAZDA Provinsi) yang tersebar diseluruh provinsi di Indonesia termasuk di Provinsi D.I.Yogyakarta.

Potensi zakat di Indonesia sebesar Rp 217 Triliun, dengan jumlah tersebut sebenarnya sudah bisa mengurangi jumlah kemiskinan di Indonesia. Tapi pada kenyataannya, penerimaan zakat tahun 2016 hanya sebesar Rp 5,01 triliun akan tetapi jumlah tersebut meningkat pada tahun 2017 Rp 6 triliun. BAZNAS pada tahun 2018 menargetkan penerimaan zakat sebesar Rp 8,77 triliun, masih jauh dari potensinya yang sebesar Rp 217 triliun (sumber BAZNAS).

Berdasarkan riset yang dilakukan (PRATAMA, 2015), ditemukan bahwa terjadi peningkatan rata-rata pendapatan rumah tangga setelah mendapat bantuan dana zakat produktif . Indeks kemiskinan material, spiritual, dan absolut masing-masing mengalami penurunan sebesar 49.6%, 1.6%, dan 12.3%. Jika dilihat dari indeks kesejahteraan meningkat sebesar 63.7%. Dana zakat produktif memberikan dampak positif dalam mengurangi kemiskinan rumah tanggamustahik.Tapi pada

kenyataannya terjadi gapyang besar antara potensi zakat dan realisasinya. Dari pihak amil, dalam hal ini BAZNAS mempunyai program-program yang dibutuhkan oleh mustahik untuk menarik *muzakki* agar membayar zakat melalui lembaga resmi BAZNAS dan mitranya. Program-program tersebut didesain untuk mengajak para *muzakki* menyisihkan 2,5% persen pendapatannya setiap bulan.

Setelah BAZNAS didirikan, banyak kajian yang dilakukan para akademisi yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat, diantaranya transparansi; akuntabilitas dan kepercayaan terhadap lembaga zakat. Kepercayaan yang akan dibahas ada 2 dimensi yaitu Kepercayaan Afektif dan Kognitif. Kepercayaan kognitif adalah kepercayaan atau keinginan pelanggan mengandalkan kompetensi dan keandalan penyedia layanan. Kepercayaan afektif adalah kepercayaan kepada mitra atas dasar perasaan yang dihasilkan oleh tingkat perhatian mitra/perusahaan kepada konsumen. (Johnson & Grayson, 2005).

Akuntabilitas adalah upaya atau aktivitas untuk menghasilkan pengungkapan yang benar. Akuntabilitas juga terikat dengan peran sosial dimana muhtasib (Akuntan) yakin bahwa hukum syariah telah dilaksanakan dan kesejahteraan umat menjadi tujuan utama dari aktivitas perusahaan dan tujuan tersebut telah tercapai (Abu-Tapanjeh, 2009). Menurut Mardiasmo dalam (Maryati, 2012), Transparansi adalah keterbukaan pemerintah dalam memberikan informasi yang terkait dengan aktivitas pengelolaan sumber daya publik kepada pihak yang membutuhkan informasi. Pemerintah berkewajiban dalam memberikan informasi keuangan dan informasi lainnya yang akan digunakan untuk pengambilan keputusan oleh pihak yang berkepentingan.

Penelitian yang menghubungkan Transparansi terhadap Kepercayaan diantaranya (Nasim & Romdhon, 2014) dan (Nurrizkiana, Handayani, & Widiastuty, 2017) menemukan bahwa transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan *muzakki* dalam membayar zakat pada lembaga pengelolaan zakat. Namun pada penelitian (Nadlifah, 2015) menemukan bahwa transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan membayar zakat.

Penelitian yang menguji hubungan Akuntabilitas terhadap Kepercayaan *muzakki* diantaranya yaitu penelitian dari (Nasim & Romdhon, 2014) dan (Nurrizkiana et al., 2017). Hasil kajian-kajian tersebut menemukan bukti bahwa Akuntabilitas juga terbukti berpengaruh positif terhadap Kepercayaan *muzakki* dalam membayar zakat pada lembaga pengelolaan zakat.

Faktor ketiga yang dikaji oleh peneliti sebagai faktor yang mempengaruhi minat bayar zakat yaitu kepercayaan (*trust*) terhadap lembaga zakat. Hasil kajian yang dilakukan oleh (Sidiq, 2015), (Rouf, 2011), (Azimah, 2016), (Yunus, 2016), dan (Triyawan & Aisyah, 2016) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat melalui lembaga pengelolaan zakat.

Untuk memperluas penelitian pendahuluan, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dua dimensi kepercayaan yaitu Kepercayaan Afektif dan Kepercayaan Kognitif yang dibangun oleh (McAllister, 1995) terhadap minat muzaki membayar zakat melalui lembaga zakat. Selain itu, penelitian ini juga menguji pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kepercayaan kognitif dan afektif. Menurut (Aubert, B. A., dan Kelsey, 2000), integritas

merupakan penggerak utama bagi tumbuhnya kepercayaan. Dengan adanya akuntabilitas dan transparansi, diharapkan integritas terhadap lembaga zakat meningkat. Penelitian (Walczuch, R., Seelen, J., dan Lundgren, 2001) melakukan studi mengenai faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi kepercayaan konsumen. Hasil kajian menunjukkan bahwa knowledge-based factor yang meliputi kualitas sistem informasi dan kualitas teknologi yang digunakan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Penelitian dari (Mukherjee, A., dan Nath, 2003) menunjukkan bahwa proses komunikasi berpengaruh signifikan terhadap trust.

Hal ketiga yang menjadi fokus kajian ini adalah pengujian kemungkinan kepercayaan kognitif dan kepercayaan afektif sebagai variabel pengantara atas hubungan transparansi dan akuntabilitas. Penelitian pendahuluan telah menguji peran kepercayaan sebagai pengantara efektifitas transfer ilmu (Levin, D. Z., & Cross, 2004). Penelitian pendahuluan telah menguji peran kepercayaan kognitif dan kepercayaan afektif sebagai pengantara atas hubungan interdependensi dan *shared goals* dan kinerja eksportir (Zur, Leckie, & Webster, 2012).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Afektif dan Kognitif Terhadap Minat Bayar Zakat Melalui Lembaga Zakat ”.***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan permasalahan penelitian ini adalah :

- a) Bagaimana pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kepercayaan kognitif dan afektif terhadap lembaga zakat?
- b) Bagaimana pengaruh kepercayaan afektif dan kepercayaan kognitif terhadap minat membayar zakat melalui lembaga zakat?

1.3 Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kepercayaan afektif dan kognitif terhadap lembaga zakat.
- b) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan afektif dan kepercayaan kognitif terhadap minat membayar zakat melalui lembaga Zakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak, yaitu antara lain :

- a) Bagi *Amil*

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan/bahan evaluasi bagi amil dan pengelola BAZNAS dalam menjalankan pengelolaan zakat sebagai amanah dari *muzakki* secara transparan dan akuntabel.

- b) Bagi *Muzakki*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk *muzakki* sehingga ke depannya dapat lebih memiliki kepercayaan terhadap Organisasi

Pengelolaan Zakat sehingga meningkatkan minat *muzakki* dalam menyalurkan zakat.

c) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan pembanding bagi penelitian selanjutnya yang sejenis dengan lokasi lingkup yang lebih luas dan jumlah sampel yang lebih besar.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan menjelaskan beberapa isi dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, beserta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan kajian pustaka yang meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini, yang meliputi : jenis penelitian, metode pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, teknik analisis data, uji hipotesis dan prosedur penelitian.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang profil objek penelitian, pengujian, dan hasil analisa data, pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V :PENUTUP

Dalam Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan, keterbatasan dan saran-saran dari hasil analisa data dari bab – bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel

2.1.1 Teori Atribusi

Teori atribusi menyatakan bahwa ketika individu-individu mengamati perilaku seseorang, individu tersebut berupaya untuk menentukan apakah perilaku tersebut disebabkan secara internal atau eksternal (S. Robbins & Judge, 2008). Perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang diyakini berada dibawah kendali pribadi individu itu sendiri, sedangkan perilaku yang disebabkan secara eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi dari luar, artinya individu akan terpaksa berperilaku karena tuntutan situasi atau lingkungan. Penentuan faktor internal atau eksternal menurut (S. P. Robbins, 2001) tergantung pada tiga faktor yaitu:

1. Kekhususan (Kesendirian atau *Distinctiveness*)

Kekhususan artinya seseorang akan mempersepsikan perilaku individu lain secara berbeda-beda dalam situasi yang berlainan. Apabila perilaku seseorang dianggap suatu hal yang tidak biasa, maka individu lain yang bertindak sebagai pengamat akan memberikan atribusi eksternal terhadap perilaku tersebut. Sebaliknya jika hal itu dianggap hal yang biasa, maka akan dinilai sebagai atribusi internal.

2. Konsensus

Konsensus artinya jika semua orang mempunyai kesamaan pandangan dalam merespon perilaku seseorang jika dalam situasi yang

sama. Apabila konsensus tinggi, maka termasuk atribusi eksternal. Sebaliknya konsensusnya rendah, maka termasuk atribusi internal.

3. Konsistensi

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

Teori atribusi relevan untuk membahas tentang upaya-upaya yang dilakukan sehingga memahami penyebab-penyebab perilaku kita dan orang lain. Maka, definisi atribusi berarti upaya untuk memahami penyebab dibalik perilaku orang lain, dan dalam beberapa kasus juga penyebab di balik perilaku kita sendiri.

Dalam penelitian ini teori atribusi relevan dengan variabel yang akan diteliti seperti Transparansi dan Akuntabilitas karena faktor tersebut muncul dari eksternal *Muzakki*. Variabel Kepercayaan Afektif, Kepercayaan Kognitif dan Minat membayar zakat merupakan faktor internal *Muzakki*.

2.1.2 Definisi Kepercayaan Afektif dan Kognitif

Literatur psikologi yang mengonseptualisasikan kepercayaan mempunyai dimensi kognitif dan afektif. Kepercayaan kognitif adalah kepercayaan atau keinginan pelanggan mengandalkan kompetensi dan keandalan penyedia layanan. Kepercayaan itu muncul dari sebuah akumulasi pengetahuan yang memungkinkan seseorang untuk membuat prediksi, dengan beberapa tingkat kepercayaan,

mengenai kemungkinan bahwa mitra akan memenuhi kewajibannya. Pengetahuan adalah akumulasi dari pengamatan perilaku mitra dan reputasi yang dilaporkan. Kepercayaan afektif adalah kepercayaan kepada mitra atas dasar perasaan yang dihasilkan oleh tingkat perhatian mitra/perusahaan kepada konsumen. Kepercayaan afektif ini ditandai dengan perasaan aman yang dirasakan konsumen ketika berinteraksi dengan perusahaan. Kepercayaan afektif sangat terkait dengan persepsi bahwa tindakan mitra termotivasi secara intrinsik (Johnson & Grayson, 2005).

Kepercayaan adalah faktor penting dalam transaksi pertukaran antar mitra bisnis. Kepercayaan dalam suatu hubungan yang dapat didasarkan pada aspek rasional (cognitive) Serta berdasarkan aspek emosional (afektif). Beberapa penelitian menyatakan bahwa kedua jenis kepercayaan tersebut harus dibedakan karena keduanya mempengaruhi efektifitas organisasi secara berbeda. Reputasi mitra yang memuaskan dapat menyebabkan kepercayaan kognitif, yang padagilirannya mempengaruhi kesediaan untuk bekerjasama dengan mitra bisnis. Kepercayaan afektif bisa timbul jika kedua belah pihak yang bermitra telah mempunyai ikatan emosi yang memungkinkan masing-masing pihak merasa aman saat bertransaksi/bekerja sama. Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai satu kesediaan satu pihak terhadap pihak lain berdasarkan keyakinan bahwa pihak lain adalah kompeten, terbuka, peduli, dan dapat diandalkan (Zur et al., 2012).

Aspek Kognitif yaitu berisi apa yang diketahui mengenai suatu objek, bagaimana pengalaman tentang suatu objek dan bagaimana pendapat atau pandangan tentu objek suatu objek. Aspek kognitif berkaitan dengan kepercayaan

kita, teori, harapan, sebab dan akibat dari suatu kepercayaan, dan persepsi relatif terhadap objek tertentu. Sedangkan Aspek Afektif berisi apa yang dirasakan mengenai suatu objek, jadi komponen afektif berisi emosi. Afektif sebagai komponen yang menunjukkan perasaan, respek atau perhatian kita terhadap objek tertentu, seperti ketakutan, kesukaan, atau kemarahan (Liliweri, 2011).

Cognitive Component merupakan bagian dari dua komponen yaitu kepercayaan konsumen dan pengetahuan terhadap objek. Kepercayaan terhadap atribut suatu produk yang dievaluasi secara alami. Jika kepercayaan memiliki hasil positif terhadap suatu produk dan semakin positif pada setiap kepercayaan, maka akan semakin mendukung seluruh komponen kognitif, dan keseluruhan sikap itu. *Affective Component* berupa perasaan dan reaksi emosional kepada suatu objek/produk sehingga menunjukkan komponen afektif dari sebuah sikap. Contohnya adalah ketika ada seseorang yang menyukai sebuah merek/produk, itu merupakan hasil emosi/evaluasi afektif terhadap suatu produk. Menunjukkan bahwa hasil evaluasi ini terbentuk dengan tidak adanya informasi kognitif atau kepercayaan terhadap produk tersebut dan hasil ini merupakan evaluasi dari penampilan produk yang ada pada setiap atributnya. Kebanyakan kepercayaan tentang suatu produk berhubungan dengan reaksi afektif. contohnya ketika menilai suatu produk dilihat dari segi harga atau kualitasnya dll. Sehingga hal ini akan mempengaruhi tentang bagaimana kita dalam bereaksi terhadap produk itu sendiri (Bilson, 2001).

Kepercayaan (Trust) adalah ekspektasi atau pengharapan positif bahwa orang lain tidak akan melalui kata-kata, tindakan dan kebijakan sehingga

bertindak secara oportunistik. Istilah secara oportunistik merujuk pada risiko dan kerawanan bawaan di dalam hubungan berbasis kepercayaan. Dua unsur penting dari definisi diatas adalah bahwa kepercayaan menyiratkan familiaritas dan risiko. Frasa ekspektasi atau pengharapan positif dalam definisi mengasumsikan pengetahuan dan familiaritas tentang pihak lain. Kepercayaan adalah suatu sejarah atau proses dependen yang didasarkan pada contoh-contoh pengalaman yang relevan namun terbatas. Dibutuhkan waktu untuk dibentuk, dibangun bertahap dan terakumulasi (P.Robbins & A Judge, 2008).

2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Afektif dan Kognitif

Komponen berbasis kognisi memperlakukan kepercayaan atau ketidakpercayaan padapihak lain sebagai keputusan rasional, berdasarkan pengalamandan tempat seperti tanggung jawab dan kompetensi. Sedangkan Afektif merupakan kepercayaan berbasiskan pengaruh membutuhkan pengaruh emosional yang mendalam dalamhubungan(Ergeneli, Ari, & Metin, 2007). Kepercayaan kognitif adalah tingkat kepercayaan atau kemauan yang ada untuk bergantung pada keandalan dan kompetensi pihak lain(McAllister, 1995).Bentuk kepercayaan ini dikatakan subyektif di alam, karena kepercayaan yang dirasakan dari satu pihak didasarkan pada perasaan, emosi, dan suasana hati yang lain (Hansen, Morrow, & Batista, 2002).

Kepercayaan konsumen/*muzakki* adalah pengetahuan dan kesimpulan seorang konsumen tentang suatu obyek, atribut, dan manfaatnya. Obyek nya yaitu bisa berupa sebuah produk seperti barang, manusia, perusahaan, dan segala sesuatu dimana seseorang akan memiliki kepercayaan dan sikap. Atribut

merupakan karakteristik atau fitur yang dimiliki atau tidak dimiliki oleh suatu obyek. Kepercayaan secara umum akan dipandang sebagai unsur yang mendasar dalam keberhasilan suatu hubungan. Tanpa adanya suatu kepercayaan, maka hubungan tidak akan mampu bertahan untuk jangka waktu yang lama.

Secara umum Allah SWT juga telah menjelaskan kepercayaan dalam Islam yang disebut dengan amanah (dapat dipercaya).

Sebagaimana yang terkandung dalam surat An-Nisa' ayat 58 yang memiliki arti :

“Sesungguhnya Allah SWT menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah SWT memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

Berdasarkan terjemahan ayat yang ada diatas dapat diketahui bahwa Allah SWT menjelaskan amanah sebagaimana sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain untuk dipelihara dan dikembalikan pada saatnya atau saat diminta oleh pemiliknya. Amanah merupakan lawan kata dari khianat. Al-Qur'an sangat erat dengan ajaran tentang kepercayaan meliputi tuntutan untuk beraksi, yang dimulai dari pergeseran memandang, berbicara, berperilaku, dan bekerja.

Model dari kepercayaan organisasional dengan memasukkan sifat kepribadian yang disebut kecenderungan untuk percaya (propensity to trust). Kecenderungan dapat dianggap sebagai keinginan umum untuk mempercayai orang lain. Kecenderungan akan mempengaruhi beberapa banyak trust (kepercayaan) yang dimiliki seseorang untuk orang yang dipercaya. Kepercayaan melibatkan loncatan kognitif melampaui harapan-harapan yang dijamin oleh dasar pemikiran dan pengalaman.

Makadidalam penelitian ini, kepercayaan Afektif dan Kognitif terhadap lembaga zakat didefinisikan sebagai rasa percaya *muzakki* berupa emosi dan pengetahuan terhadap suatu lembaga zakat dalam mengandalkan lembaga zakat untuk menyalurkan zakatnya kepada mustahiq, karena *muzakki* telah percaya/menganggap bahwa lembaga sudah jujur, transparan dan profesional dalam mengelola zakat. Sehingga *muzakki* akan menjadikannya sebagai pilihan utama dalam berzakat dan mengajak kerabat, teman, dll. untuk berzakat di lembaga amil zakat daripada harus secara langsung memberikan nya kepada *mustahiq*. Karena akan menumbuhkan rasa kepercayaan yang lebih terhadap lembaga amil zakat dan dana zakat yang telah terkumpul akan lebih optimal dalam pendistribusian kepada *mustahiq*.

2.1.4 Minat Muzakki Bayar Zakat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan (Syariah & Syukron, 2012). Minat timbul karena adanya perhatian yang mendalam terhadap suatu obyek, dimana perhatian tersebut menimbulkan keinginan untuk mengetahui, mempelajari, serta membuktikan lebih lanjut. Maka seseorang akan timbul rasa minat berawal dari suatu perhatian terhadap obyek sehingga akan melakukan suatu usaha untuk mendapatkan obyek minat tersebut.

Dengan begitu, *muzakki* yang dalam dirinya telah tertanam kuat keyakinan beragama dan pengetahuan mengenai salah satu kewajiban seorang muslim atas

hartanya yakni zakat. Maka akan mendorong keinginan dari *muzakki* tersebut untuk mengeluarkan zakat atas hartanya.

2.1.5 Faktor yang mempengaruhi Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikannya lebih lanjut (Darmadi, 2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Terbentuknya sebuah minat dari diri seseorang juga dapat didorong dengan adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan suatu pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang itu berada. Sedangkan faktor yang berhubungan dengan emosional (berhubungan dengan perasaan) yaitu aspek yang berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting contohnya orang tua, guru dan teman/kerabat terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut.

Menurut pendapat Crow dan Crow dalam (Tsani Muslihati, 2014) ada tiga faktor yang mempengaruhi minat yaitu:

1. Dorongan dari dalam diri individu, yaitu dorongan makan dan adanya rasa ingin tahu. *Muzakki* yang telah mengetahui tentang kewajiban zakat dan memiliki komitmen untuk selalu melaksanakan perintah agama, akan senantiasa berusaha untuk membayar setiap tahun atas harta yang dimiliki.

2. Motif sosial, dapat dijadikan faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Dorongan dari anggota keluarga atau orang terdekat serta dilingkungan sekitar banyak yang membayar zakat, selain itu juga untuk membantu orang lain.
3. Faktor emosional, yaitu minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Setiap mengeluarkan harta di jalan Allah SWT pasti akan dilipat gandakan atau mendapat balasan yang lebih baik, *muzakki* yang mengeluarkan zakat dapat mengharap akan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

2.1.6 Definisi Zakat

Ditinjau dari segi bahasa, zakat memiliki banyak arti. Ibnu Arabi menjelaskan pengertian zakat dalam beberapa istilah seperti nama = kesuburan karena dengan zakat maka Allah akan mendatangkan kesuburan pahala, thaharah = kesucian karena zakat merupakan suatu kenyataan jiwa yang suci dari kikir dan dosa, barakah = keberkatan, dan juga tazkiyah, tathhier = mensucikan (Shiddieqy & Teungku, 2005). Dikatakan zakat karena dapat mengembangkan harta yang telah dikeluarkan zakatnya dan menjauhkan diri dari segala kerusakan. Secara syar'î, zakat adalah bagian tertentu dari harta tertentu yang diberikan kepada orang tertentu yang berhak menerima sesuai dengan yang ditetapkan dalam Al Qur'an sebagai bentuk ibadah dan ketaatan kepada Allah (Syahatah & Husein, 2004).

Menurut ilmu dari para fuqaha atau ahli fiqih, zakat dimaksudkan sebagai penunaian, yaitu penunaian hak wajib yang terdapat dalam harta. Zakat

merupakan bagian dari harta tertentu dan hukumnya wajib agar diberikan kepada orang-orang fakir.

Sedangkan ada empat madzhab memberikan definisi secara redaksional berbeda-beda mengenai makna zakat, berikut pengertian zakat menurut ke empat madzhab :

1. Madzhab Syafi'i

Zakat adalah sebuah ungkapan untuk mengeluarkan harta atau tubuh dengan cara yang khusus.

2. Madzhab Maliki

Zakat adalah mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus juga yang telah mencapai *nishab* untuk orang-orang membutuhkan dan berhak menerimanya. Apabila kepemilikan itu penuh dan sudah mencapai *haul* (setahun) selain barang tambang dan pertanian.

3. Madzhab Hanafi

Zakat adalah menjadikan harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus sesuai dengan syariat.

4. Madzhab Hambali

Zakat adalah hak yang wajib dikeluarkan dari harta khusus yang dimiliki untuk kelompok yang khusus pula.

Amil zakat merupakan wakil dari *mustahiq*. *Amil* juga merupakan bagian dari 8 golongan yang berhak menerima zakat. Tugas *amil* secara umum adalah menghimpun (mengumpulkan dan memungut zakat) dan mendistribusikan zakat.

Muzakki adalah orang yang memberi zakat. Orang yang wajib untuk menunaikan zakat adalah seorang Muslim yang merdeka, baligh, berakal, serta memiliki hak milik atas harta yang telah mencapai nisab secara sempurna (Shiddieqy & Teungku, 2005).

2.1.7 Dasar Hukum Dan Hikmah Zakat

Berikut merupakan dasar hukum dan hikmah zakat, yaitu:

1. Al Qur'an

Kata zakat dalam Al Qur'an disebutkan sebanyak tiga puluh kali, delapan diantaranya terdapat dalam surah Makiyah. Kata zakat disandingkan dengan kata shalat sebanyak 28 kali (Shiddieqy & Teungku, 2005). Dari jumlah ini, dapat kita interpretasikan bahwa perintah zakat sama pentingnya dengan perintah shalat.

Beberapa ayat yang menjelaskan tentang perintah zakat dan instruksi pelaksanaannya, antara lain:

a. QS. Al Bayyinah

“Tidaklah mereka itu diperintahkan, melainkan supaya beribadah kepada Allah dengan ikhlas dan condong melakukan agamakarenanya, begitu pula supaya mengerjakan shalat dan mengeluarkan zakat, dan itulah agama yang lurus.” (QS. Al Bayyinah : 5).

b. 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 ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. At Taubah : 103).

c. QS. Al Isra

“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.” (QS.Al Isra : 26).

2. Hadits

Adapun hadits yang menjelaskan mengenai perintah zakat antara lain:

a. Hadits riwayat Abu Hurairah

Rasulullah bersabda, “Siapa yang dikaruniai Allah kekayaan tetapi tidak mengeluarkan zakatnya, maka pada hari kiamat nanti ia akan didatangi oleh seekor ular jantan gundul yang sangat berbisa dan sangat menakutkan dengan dua bintik di atas kedua matanya.” (HR. Bukhari).

b. Hadits riwayat Muslim

Rasulullah bersabda, “Tidak ada seorang pun yang mempunyai emas dan perak yang dia tidak berikan zakatnya, melainkan pada hari kiamat dijadikan hartanya itu beberapa keping api neraka. Setelah dipanaskan, digosoklah lambungnya, dahinya, belakangnya dengan kepingan itu; setiap-setiap dingin, dipanaskan kembali pada suatu hari yang lamanya 50 ribu tahun, sehingga Allah menyelesaikan urusan hambanya.”

c. Hadits riwayat Bukhari

Rasulullah bersabda, “Dan jika jumlah kambing gembalaan seseorang mencapai 40 ekor kurang satu, maka tidak ada perwajiban zakatnya sampai kapanpun. Zakat atas emas murni (riqqah) adalah seper empat dari seper sepuluh, jika tidak memiliki emas murni kecuali sekadarnya, maka tidak ada zakatnya hingga kapan pun.”

3. Ijma“ Ulama

Pendapat para ulama, baik yang menuntut ilmu secara langsung dari Rasulullah maupun tidak merupakan salah satu sumber hukum. Para ulama telah sepakat bahwa zakat merupakan kewajiban sehingga

mengingkarinya berarti kafir. Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman dalam QS. At Taubah ayat 103, yang artinya, "Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu, kamu membersihkan dan mensucikan mereka."

Dalam Kitab Fiqih Zakat (Pratama, 2015), bahwa tujuan dan dampak zakat bagi si penerima (mustahik) antara lain:

- a. Zakat akan membebaskan penerima dari kebutuhannya, sehingga dapat merasa hidup tenang dan dapat meningkatkan khusyu ibadah kepada Tuhannya.
- b. Zakat menghilangkan sifat dengki dan benci. Karena sifat ini akan melemahkan produktifitas. Islam tidak memerangi penyakit ini dengan semata-mata nasihat dan petunjuk, akan tetapi mencoba mencabut akarnya dari masyarakat melalui mekanisme zakat, dan menggantikannya dengan persaudaraan yang saling memperhatikan satu sama lain.

Ditinjau dari sisi ekonomi, zakat dapat merangsang pemilik harta untuk untuk senantiasa berbuat amal kebajikan dan semakin giat dalam memproduksi karena semakin banyak harta yang dimiliki, semakin besar zakat yang harus dikeluarkan, dan semakin besar ridha yang akan didapatkan. Hal ini tentunya secara tidak langsung akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

2.1.8 Syarat Wajib Zakat

Zakat mempunyai beberapa syarat wajib dan syarat sah. Menurut kesepakatan para Ulama, bahwa syarat wajib zakat adalah sebagai berikut :

1. Merdeka

Yaitu zakat dikenakan kepada orang-orang yang bebas dan dapat bertindak bebas, menurut kesepakatan para Ulama zakat tidak wajib atas hamba yang tidak mempunyai hak milik.

2. Muslim

Menurut Ijma' zakat tidak wajib atas orang kafir karena zakat ini merupakan ibadah *mahdahyang* suci sedangkan orang kafir bukan orang suci maka tidak wajib mengeluarkan zakat.

3. Baligh dan Berakal

Zakat tidak wajib diambil atas harta anak kecil dan orang-orang gila sebab keduanya tidak termasuk dalam ketentuan orang wajib melakukan ibadah seperti sholat dan puasa.

4. Kepemilikan harta yang penuh

Kepemilikan harta yang akan dikeluarkan zakatnya haruslah murni harta pribadi dan tidak bercampur dengan harta milik orang lain. Jika dalam harta kita bercampur dengan harta milik orang lain sedangkan kita akan mengeluarkan zakat, maka harus dikeluarkan terlebih dahulu harta milik orang lain tersebut.

5. Mencapai *Nishab*

Nishab adalah batasan antara apakah kekayaan itu wajib zakat atau tidak sesuai ketentuan *syara'* sebagai pertanda kayanya seseorang dan kadar – kadar yang mewajibkan berzakat. Jika harta yang dimiliki oleh seseorang telah memenuhi *nishab*, maka kekayaan tersebut wajib zakat, jika belum mencapai *nishab*, maka tidak wajib zakat.

6. Mencapai *Haul*

Haul, yaitu kekayaan yang dimiliki seseorang apabila sudah satu tahun hijriah atau telah mencapai jangka waktu yang mewajibkan seseorang mengeluarkan zakat. Sedangkan syarat sahnya adalah niat yang menyertai pelaksanaan zakat.

2.1.9 Jenis Harta Yang Wajib Dizakati

Berdasarkan jenisnya, zakat terdiri atas dua jenis, yaitu zakat fitrah dan zakat maal atau zakat harta. Zakat fitrah adalah zakat yang diwajibkan kepada umat muslim pada bulan Ramadhan, tepatnya pada saat matahari terbenam di akhir bulan Ramadhan dan lebih utama di bayarkan sebelum shalat Idul Fitri.

Zakat fitrah wajib hukumnya bagi setiap muslim yang telah memenuhi syarat beserta tanggungannya. Syarat wajib zakat fitrah adalah mereka yang memiliki kelebihan makanan pokok bagi dirinya dan tanggungannya pada saat hari raya. Zakat ini tidak mengenal nisab dan dibayar sebesar satu sha⁴ atau setara dengan 3,5 liter (2,5 kg) makanan pokok masyarakat.

Jenis zakat yang kedua adalah zakat harta. Zakat harta adalah zakat atas kekayaan yang dapat dibayarkan kapan saja asalkan objek zakat telah

memenuhisyarat yang telah ditentukan. Zakat yang dimaksud yaitu berupa hasil pertanian, pertambangan, hasil laut, hasil ternak, harta temuan,perniagaan, emas, dan perak, serta hasil kerja (profesi) yang memiliki perhitungan sendiri-sendiri(Nurhayati & Wasilah, 2012).

2.1.10 Mustahiq Zakat

Menurut surat At Taubah ayat 60 bahwa:

“Sesungguhnya zakat-zakat itu hanyalah bagi orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus zakat (amil), para muallaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berutang (gharimin), untuk jalan Allah(fii sabilillah), dan orang-orang yangsedang berada dalam perjalanan (ibnu sabil), sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.”(QS. At Taubah : 60).

Sebagaimana dari ayat diatas, menunjukkan bahwa terdapat 8 golongan (asnaf) yang berhak menerima zakat, yaitu:

1. Fakir

Orang yang secara ekonomi berada pada garis yang paling bawah. Orang yang sengsara hidupnya tidak memiliki harta dan tenaga untuk memenuhi hidupnya. Fakir ini tidak ada penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pokoknya sehari-hari.

2. Miskin

Orang yang memiliki pekerjaan namun hasil yang diperoleh tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga sehari-hari. Secara keseluruhan ia tergolong orang – orang yang masih tetap kerepotan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

3. Amil

Orang yang ditunjuk dan bekerja mengurus segala hal yang terkait dengan zakat seperti mendata mustahik dan *muzakki*, mengurus, menjaga, dan mengatur administrasi zakat serta menyalurkan zakat ke mustahik.

4. Muallaf

Orang kafir yang ada harapan masuk Islam, dan orang yang baru masuk Islam akan tetapi imannya masih lemah.

5. Riqab

Budak yang tidak memiliki harta dan ingin merdeka, seperti tenaga kerja yang dianiaya dan tidak diperlakukan dengan baik. Mencakup juga muslim yang ditawan oleh kaum kafir.

6. Gharimin

Orang yang memiliki hutang, dan terpaksa memiliki hutang yang tidak digunakan untuk berbuat maksiat, namun tidak mampu untuk mengembalikan hutang tersebut.

7. Fii Sabilillah

Orang yang berjuang di jalan Allah. Berjuang di jalan Allah ini bukan hanya yang sekedar ikut berperang secara fisik untuk membela Agama Islam, namun juga mereka yang berperan aktif untuk menyebarkan Islam seperti membangun masjid, memberikan pengajaran agama, dan sebagainya.

8. Ibnu Sabil Ibnu Sabil

Orang yang sedang dalam perjalanan jauh (musafir) dan perjalanannya itu bukan untuk kemaksiatan, namun untuk hal yang baik seperti mencari rezeki, mencari ilmu, melaksanakan ibadah, dan berperang di jalan Allah.

2.1.11 Pengelolaan Zakat

Pengelolaan zakat yaitu sebuah pelaksanaan, pengawasan, perencanaan, pengorganisasian terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat. Pernyataan di atas berdasarkan isi dari Undang - Undang No.8 Tahun 1999. Aktivitas pengelolaan zakat yang telah dianjurkan oleh Islam dan telah dipraktikkan oleh Rasulullah SAW dan penerusnya yaitu para sahabat. Pada zaman Rasulullah SAW dikenal sebuah lembaga yaitu Baitul Mal yang bertugas dan berfungsi mengelola keuangan negara. Pemasukan bersumber dari dana zakat, infaq, kharaj, jizyah, ghanimah, dan sebagainya. Kegunaannya untuk mustahiq yang telah ditentukan, kepentingan dakwah, pendidikan, kesejahteraan sosial, pembangunan infrastruktur, dan lain sebagainya. Namun untuk saat ini makna Baitul Mal mengalami penyempitan, hanya sebagai lembaga yang menghimpun dan menyalurkan dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf dikenal sebagai organisasi pengelola zakat.

Keberadaan organisasi pengelola zakat di Indonesia telah diatur dalam perundang-undangan, yaitu UU No. 38 Tahun 1999 berisi tentang Pengelolaan Zakat, Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 Tahun 2000 berisi tentang pedoman dalam Teknis Pengelolaan

Zakat dan Keputusan Menteri Agama No. 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999. Peraturan tersebut bertujuan agar organisasi pengelola zakat dapat lebih profesional, amanah, dan transparan sehingga dana yang dikelola dapat berdampak positif terhadap pemberdayaan dan kesejahteraan umat.

Manajemen suatu organisasi pengelola zakat yang baik dapat diukur dan dirumuskan dengan tiga kata kunci yang dinamakan Good Organization Governance, yaitu :

1. Amanah

Sifat amanah merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki oleh setiap *amil* zakat. Tanpa adanya sifat amanah maka sistem akan hancur, sebagaimana sistem perekonomian Indonesia hancur disebabkan rendahnya moral dan tidak amanahnya pelaku ekonomi. Terlebih dana yang dikelola adalah dana umat yang secara esensi milik *mustahiq*.

2. Profesional

Hanya dengan profesionalitas yang tinggilah maka dana yang dikelola akan menjadi efektif.

3. Transparan

Transparan dalam hal pengelolaan zakat, maka akan menciptakan suatu sistem dengan kontrol yang baik dan terpercaya, karena telah melibatkan pihak-pihak intern dalam organisasi dan pihak *muzakki* maupun masyarakat luas. Sehingga, dengan terwujudnya transparansi rasa curiga dan ketidakpercayaan masyarakat akan dapat diminimalisir/berkurang.

Secara umum prinsip akuntansi sebuah lembaga amil harus memenuhi standar akuntansi pada umumnya yaitu :

1. Accountability

Pembukuan harus dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, dengan bukti yang sah.

2. Auditable

Pembukuan dapat dengan mudah dipahami oleh pihak pemakai laporan, mudah ditelusuri dan dapat dicocokkan.

3. Simplicity

Pembukuan disesuaikan dengan kepraktisan, sederhana dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan lembaga tanpa harus mengubah prinsip penyusunan laporan keuangan.

Laporan Keuangan sebuah lembaga pengelola zakat harus diterbitkan secara berkala, hal tersebut untuk meningkatkan kepercayaan *muzakki* maupun calon *muzakki*. Sehingga keyakinan dan kepercayaan *muzakki* terhadap citra lembaga tetap terjaga. Dengan demikian, maka *amil* dalam melaksanakan manajemen pengelolaan zakat harus dikelola secara optimal, profesional dan sesuai dengan tujuan zakat yaitu mengentaskan kemiskinan, oleh karena itu harus memiliki data – data yang lengkap berkaitan dengan nama – nama *mustahiq* dan tingkat kesejahteraan hidupnya serta kebutuhannya.

2.1.12 Definisi Transparansi

Menurut Mardiasmo dalam (Maryati, 2012), Transparansi adalah keterbukaan pemerintah dalam memberikan informasi terkait dengan aktivitas pengelolaan sumber daya publik kepada pihak yang membutuhkan informasi. Pemerintah memiliki kewajiban dalam memberikan informasi keuangan dan informasi lainnya yang akan digunakan untuk pengambilan keputusan oleh pihak yang berkepentingan.

Transparansi adalah suatu keadaan dimana perusahaan mampu menyediakan informasi material dan relevan terkait dengan perusahaan yang mudah diakses dan dipahami oleh pemegang kepentingan (KNKG, 2006).

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa transparansi adalah suatu bentuk keterbukaan informasi kepada pihak yang membutuhkan informasi tersebut sehingga semua pihak yang terlibat mengetahui apa yang dilakukan oleh organisasi, termasuk prosedur, dan keputusan yang diambil oleh organisasi dalam pelaksanaan urusan publik atau kegiatannya.

2.1.13 Transparansi dalam Perspektif Islam

(Abu-Tapanjeh, 2009) mengemukakan bahwa konsep dari transparansi dalam perspektif Islam adalah:

1. Organisasi pengelolaan zakat harus bersifat transparan/terbuka terhadap *muzakki*. Fakta/kegiatan pengelolaan zakat termasuk informasi harus mudah diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut.

2. Informasi yang dimiliki harus diungkapkan secara jujur, lengkap dan segala hal yang ada di kegiatan harus diinformasikan.
3. Pemberian informasi juga harus dilakukan secara baik dan adil kepada semua pihak yang membutuhkan informasi.

Organisasi juga harus bisa mengkomunikasikan kepada pihak lain secara detail. Dari konsep tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam perspektif Islam, transparansi sangat erat kaitannya dengan kejujuran. Dalam menyampaikan informasi, pemberi informasi juga harus bersikap baik dan jujur sehingga tidak ada yang luput dari pengetahuan si penerima informasi.

2.1.14 Definisi Akuntabilitas

Secara umum, akuntabilitas dapat dipandang sebagai hubungan yang meliputi “pemberian dan penerimaan” alasan atas sebuah tindakan dimana setiap pihak yang terlibat dan berkepentingan atas tindakan tersebut memiliki hak untuk meminta dan memberi penjelasan untuk setiap tindakan yang diterima dan dilakukan. Sehingga, akuntabilitas adalah sebuah wujud tanggung jawab perusahaan dan hak pemegang kepentingan (Rahman, 1998). Menurut Grey et. al., 1996 dalam (Kholmi, 2012), Akuntabilitas adalah kewajiban untuk memberikan informasi termasuk informasi keuangan sebagai wujud tanggung jawab organisasi.

Dari berbagai definisi akuntabilitas yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa akuntabilitas adalah bentuk pertanggungjawaban atas segala aktivitas dan kegiatan organisasi yang dituangkan dalam bentuk pelaporan

oleh pihak yang diberi tanggung jawab kepada pemberi amanah untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode tertentu.

2.1.15 Akuntabilitas dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif islam, Akuntabilitas memiliki arti pertanggungjawaban seorang manusia kepada Allah SWT. Setiap pribadi manusia harus mempertanggungjawabkan segala tindakannya yang dilakukan selama ini kepada Allah SWT. Allah SWT berfirman dalam QS. An Nisaa' Ayat 30 yang memiliki arti:

“Sesungguhnya Allah SWT memerintahkan kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan (memerintah kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah SWT maha pemberi pengajaran yang sebaiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah SWT adalah Maha mendengar lagi maha melihat”

Ayat diatas memiliki arti bahwa amanah harus diberikan kepada yang berhak dan dalam menjalankan amanah tersebut, harus bersikap adil dan menyampaikan kebenaran (Kholmi, 2012). Allah SWT juga berfirman dalam QS. Fathir ayat 39 yang artinya “Dialah yang menjadikan kamu sebagai khalifah-khalifah di bumi. Ini berarti manusia diperintahkan sebagai khalifah untuk mengelola bumi dan melaksanakan perintahnya. Ini memiliki arti bahwa manusia diperintahkan sebagai khalifah untuk mengelola bumi dan menjalankan perintahnya. Khalifah artinya manusia yang mengemban amanah mulia dari Allah SWT. Amanah ini yang nantinya harus dipertanggungjawabkan dihadapan Allah SWT. Menurut (Kholmi, 2012) menegaskan bahwa tanggung jawab merupakan implikasi keimanan.

Dalam ilmu akuntansi, akuntabilitas adalah upaya atau aktivitas untuk menghasilkan pengungkapan yang benar. Pertanggungjawaban dari pengungkapan tersebut dilakukan pertama kali untuk Allah SWT. Akuntabilitas juga terikat dengan peran sosial dimana muhtasib (Akuntan) yakin bahwa hukum syariah telah dilaksanakan dan kesejahteraan umat menjadi tujuan utama dari aktivitas perusahaan dan tujuan tersebut telah tercapai (Abu-Tapanjeh, 2009).

Menurut (Khaerany, Habbe, & Rasyid, 2013) mengemukakan konsep akuntabilitas diturunkan dari trilogi dimensi akuntabilitas yaitu Allah SWT sebagai pemberi amanah dan principle tertinggi, manusia, dan alam. Trilogi ini menunjukkan bahwa manusia memiliki pertanggungjawaban terhadap manusia yang lain sebesar pertanggungjawabannya terhadap alam atau lingkungan. Namun, akhir dan tujuan utama dari kedua pertanggungjawaban tersebut adalah Allah SWT.

Menurut (Abu-Tapanjeh, 2009) mengemukakan konsep akuntabilitas yang kemudian menjadi indikator pelaksanaan akuntabilitas dalam perspektif islam adalah:

1. Segala aktivitas harus memperhatikan dan mengutamakan kesejahteraan umat sebagai perwujudan amanah yang diberikan Allah SWT kepada manusia sebagai seorang khalifah.
2. Aktivitas organisasi dilaksanakan secara adil.
3. Aktivitas organisasi tidak merusak lingkungan sekitar.

Akuntabilitas memiliki arti bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukan. Selain itu, akuntabilitas juga berarti setiap orang harus menerima

semua kewajiban dan hak sesuai dengan alasan untuk apa mereka diberi amanah. Ketika seseorang menggunakan kemampuannya untuk kepentingan diluar dari tujuan utama atas pemberian amanah tersebut, maka ia telah gagal dalam mempertanggungjawabkan amanahnya. Akuntabilitas harus dibarengi dengan pengendalian yang baik yang sesuai dengan komitmen yang telah dibuat antara pemberi amanah dan penerima amanah.

Dari berbagai definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam Islam akuntabilitas adalah kemampuan untuk mempertanggungjawabkan amanah yang diberikan yang dilakukan dengan mengutamakan kesejahteraan umat.

2.1.16 Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Badan Amil Zakat Daerah Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta yang ada saat ini adalah awal dari Badan Amil Zakat Infaq dan Sadaqah (BAZIS) di lingkungan Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi DIY. BAZIS di lingkungan Kantor Wilayah Departemen Agama yang ada pada saat itu dibentuk berdasarkan Keputusan Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama No. 25/KPTS/1989 pada tanggal 1 Mei 1989. Tujuan dibentuknya BAZIS yaitu untuk menampung dan mengelola zakat yang ada di lingkungan Kantor Wilayah Departemen Agama. Pada perkembangan selanjutnya dengan keluarnya keputusan bersama Menteri Dalam Negeri dan Menteri Agama Republik Indonesia yaitu No. 29 tahun 1991 tentang pembinaan BAZIS, operasional BAZIS diperluas ke lingkungan pemerintah daerah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudian dikukuhkan menjadi BAZIS Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pengukuhan ini berdasarkan pada keputusan Gubernur No. 9/KPTS/1992 tanggal 5 juni 1992.

Pada tahun 1996, keberadaan BAZIS DIY semakin sempurna dengan keluarnya SK Gubernur DIY yaitu No. 9/KPTS/1996 tanggal 12 Januari 1996. Berdasarkan SK ini telah dikukuhkan kepengurusan BAZIS DIY dan kemudian dilantik pada 9 Februari 1996 di pagelaran keraton Yogyakarta. Kemudian dengan dikeluarkannya UU Republik Indonesia No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, nama BAZIS ini berubah menjadi BAZDA (Badan Amil Zakat Daerah) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Seiring dengan diundangkannya Yogyakarta sebagai Daerah Istimewa dan hasil rakornas Badan Amil Zakat 2012 di Jakarta, maka nama BAZDA berubah menjadi BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) Daerah Istimewa Yogyakarta.

1. Peraturan Perundangan-Undangan BAZNAS Provinsi DIY

- a) UU No. 23 tahun 2011
- b) Penjelasan UU No. 23 Tahun 2011
- c) PP No. 14 tahun 2014 Instruksi Presiden No. 3 Tahun 2014
- d) Peraturan BAZNAS Nomor 1 Tahun 2014
- e) Peraturan BAZNAS Nomor 2 Tahun 2014
- f) Peraturan BAZNAS Nomor 3 Tahun 2014
- g) Peraturan BAZNAS Nomor 4 Tahun 2014
- h) Pembentukan BAZNAS Provinsi
- i) Pembentukan BAZNAS Kabupaten/Kota
- j) Peraturan Pemerintah RI Nomor 60 Tahun 2010

k) Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-33/PJ/2011

2. Visi dan Misi BAZNAS Provinsi DIY

a) Visi

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

b) Misi

- Peningkatan kualitas manajemen pengelolaan ZIS.
- Mudahnya pelayanan bagi *muzakki* dan *mustahik*.
- Penyediaan sarana dan prasarana yang memadai. Intensifikasi dan ekstensifikasi pengumpulan dan pendayagunaan ZIS.
- Menjalinkan kerjasama dengan seluruh komponen masyarakat.

3. Program-program BAZNAS Provinsi DIY

a) DIY Sejahtera

Program bantuan modal usaha, pelatihan usaha, usaha kelompok, hewan ternak, bahan makanan pokok, gizi buruk, dll.

b) DIY Cerdas

Program DIY cerdas yaitu Bentuk kegiatan beasiswa sekolah, beasiswa anak pegawai honorer instansi, tunggakan sekolah, beasiswa santri, beasiswa madrasah, fasilitas pendidikan, sepeda sekolah, dll.

c) DIY Sehat

Program DIY Sehat yaitu berupa bantuan pengobatan, santunan kesehatan di media cetak, dll.

d) DIY Peduli

Program DIY Peduli yaitu berupa bantuan bencana alam, bedah rumah, bantuan air bersih, musafir, kehabisan bekal, dll.

e) DIY Taqwa

Program DIY Taqwa berupa bentuk kegiatan syiar keagamaan, pembangunan tempat ibadah, yatim piatu, rumah tahfidz, pembinaan muallaf, nikah sakinah, pencegahankristenisasi, dll.

4. Produk-produk BAZNAS Provinsi DIY

a) Zakat Saham dan Obligasi

Zakat yang wajib dikeluarkan atas kepemilikan surat berharga, termasuk diantaranya obligasi, reksadana, dan saham bursa efek.

b) Zakat Profesi

Zakat atas penghasilan yang diperoleh dari pengembangan potensi diri yang dimiliki seseorang dengan cara yang sesuai syariat, seperti upah kerja rutin, profesi dokter, pengacara, arsitek, dll.

c) Zakat Harta Galian

Zakat Harta Galian sebesar seperlima (20%), zakat ini berbeda dengan zakat Barang Tambang yang berupa padat dan cair. Tidak

mensyaratkan nishab dan haul. Tarif zakat Rikaz 20% dan Zakat Barang Tambang 2,5% kecuali ada kemiripan.

d) Zakat Perniagaan

Zakat Perniagaan yaitu Harta Benda Perdagangan, pada era modern sekarang ini, perusahaan adalah merupakan lambang kekuatan pererkonomian sehingga tidak pantas membiarkan perusahaan terlepas dari kewajiban zakat.

e) Zakat Investasi

Zakat tersebut dikenakan terhadap harta yang diperoleh dari investasi. Diantara bentuk usaha yang termasuk investasi adalah bangunan atau kantor yang disewakan, saham, rentak mobil, rumah kontrakan, dll. Sebagian ulama Hanbali menganalogikan ke dalam zakat perdagangan, dengan tarif 2,5% dan nishab 85 gram serta sampai haul.

f) Zakat Atas Madu

Zakat atas produk hewani seperti harus diperlakukan sama dengan madu, misalkan hewan yang diambil susunya dan tidak merupakan barang dagangan. Zakat atas produk hewani yaitu sepersepuluh dari penghasilan bersih, atau setelah dikurangi biaya-biaya.

g) Zakat Emas, Perak, dan Uang

Jika perhiasan tersebut sebagai simpanan atau inventasi, wajib dikeluarkan zakatnya 2,5% dengan syarat nishab dan haul.

Perhiasan yang haram digunakan dan terbuat dari emas dan perak, wajib dikeluarkan zakatnya. Penentuan nishabnya adalah senilai dengan nishab emas 85 gram.

h) Zakat Pertanian

Zakat Hasil Tani dengan syarat dari hadist yang menjelaskan bahwa nishab zakat pertanian adalah 5 ausuq dan usuq jamak dari wasaq, 1 wasaq = 60 sha', sedangkan 1 sha' = 2,176 kg, maka 5 wasaq adalah $5 \times 60 \times 2,176 = 652,8$ kg. Kadar zakat yang harus dikeluarkan yaitu jika diairi oleh hujan atau sungai 10% dan jika diairi oleh pengairan 5%.

i) Zakat Peternakan

Zakat Hasil Ternak (salah satu jenis Zakat Maal) meliputi hasil dari peternakan hewan baik besar (sapi,unta) sedang (kambing,domba) dan kecil (unggas, dll). Perhitungan zakat untuk masing-masing tipe hewan ternak, baik nisab maupun kadarnya berbeda-beda dan sifatnya bertingkat. Sedangkan haulnya yakni satu tahun untuk tiap hewan.

2.1.17 Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta

Badan Amil Zakat Daerah Kota Yogyakarta (BAZDA) dibentuk berdasarkan keputusan Walikota Yogyakarta nomor 432/KEP/2009, tanggal 1 September 2009. Tugas pokok BAZDA adalah memungut zakat dan infaq dari gaji (zakat/infaq profesi) PNS yang beragama Islam dilingkungan Pemerintah Kota Yogyakarta dan instansi vertikal tingkat Kota Yogyakarta yang kemudian

ditasyarufkan sesuai ketentuan syari'at Islam. Dalam Undang-Undang terbaru No.23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, maka BAZDA Kota Yogyakarta menjadi BAZNAS Kota Yogyakarta.

1. Peraturan BAZNAS Kota Yogyakarta

- a) Perundang-undangan
 - Undang-Undang nomor 23 Tahun 2011.
 - Peraturan Pemerintah nomor 14 Tahun 2014.
 - Instruksi Presiden RI Nomor 3 Tahun 2014.
 - Peraturan BAZNAS No 2 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Tata Kerja UPZ.
 - Peraturan BAZNAS No 1 Tahun 2016 tentang Pedoman RKAT.
- b) Peraturan Perundangan-undangan Kelembagaan BAZNAS
 - Keputusan Menteri Agama Nomor 118 Tahun 2014 tentang Pembentukan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi.
 - Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Nomor DJ.II/568 Tahun 2014.
 - Peraturan BAZNAS No. 01 Tahun 2014 tentang Pengajuan Pertimbangan Pimpinan BAZNAS.
 - Peraturan BAZNAS No. 02 Tahun 2014 tentang Pemberian Rekomendasi Pembentukan LAZ.
 - Peraturan BAZNAS No. 03 Tahun 2014 tentang Organisasi BAZNAS provinsi dan BAZNAS kabupaten kota.

- Pertauran BAZNAS No. 04 Tahun 2014 – Pedoman Penyusunan RKAT BAZNAS.
- RENCANA STRATEGIS ZAKAT BAZNAS KOTA YOGYAKARTA 2016-2020
- c) Peraturan Peundang-undangan Zakat Pengurang PKP
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 60 Tahun 2010
 - Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-33/PJ/2011

2. Visi dan Misi BAZNAS Kota Yogyakarta

a) Visi

“Menjadi pengelola zakat terbaik dan terpercaya di Yogyakarta”

b) Misi

- Mengoptimalkan secara terukur pengumpulan zakat Kota Yogyakarta.
- Mengoptimalkan pendistribusian dan pendayagunaan zakat untuk pengentasan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan pemoderasian kesenjangan sosial.
- Menerapkan sistem manajemen keuangan yang transparan dan akuntabel berbasis teknologi informasi dan komunikasi terkini.
- Menerapkan sistem pelayanan prima kepada seluruh pemangku zakat Kota Yogyakarta.
- Menggerakkan dakwah Islam untuk kebangkitan zakat Kota Yogyakarta melalui sinergi ummat.

- Terlibat aktif dan memimpin gerakan zakat di Yogyakarta.
- Mengarusutamakan zakat sebagai instrumen pembangunan menuju masyarakat yang adil dan makmur, *baladun thayyibatun wa rabbunghafuur*.
- Mengembangkan kompetensi amil zakat yang unggul dan menjadi rujukan.

3. Program-program BAZNAS Kota Yogyakarta

a) Jogja Takwa

Penthasyarufan ZIS yang diarahkan pada peningkatan pemahaman, penghayatan dan pengamalan ajaran Islam, peningkatan ketersediaan sarana prasarana tempat ibadah/madrasah, penguatan syiar Islam, Beasiswa jariah santri TKA/TPA, pengembangan Madrasah Diniyah (madin) berbasis Sekolah Dasar, dan Madrasah Al-Qur'an.

b) Jogja Cerdas

Penthasyarufan ZIS untuk mendukung peningkatan kualitas dan kuantitas peserta didik kurang mampu tingkat TK/RA s.d.. SMA/MA/SMK dengan program beasiswa anak asuh, rumah cerdas BAZNAS serta beasiswa Mahasiswa produktif.

c) Jogja Sejahtera

Penthasyarufan ZIS untuk meningkatkan ekonomi jamaah yang kurang mampu namun memiliki kegiatan ekonomi produktif,

khususnya yatim/piatu, dhuafa', dfabel, ystadz, penyuluh, penjaga Masjid dan muallaf kurang mampu.

d) **Jogja Sehat**

Pethasyarufan ZIS untuk membantu masyarakat kurang mampu yang terkena musibah sakit.

e) **Jogja Peduli**

Jogja Peduli merupakan program BAZNAS Kota Yogyakarta dengan tujuan meringankan beban masyarakat yang terkena bencana alam, BAZNAS Tanggap Bencana (BTB).

4. Produk-produk BAZNAS Kota Yogyakarta

a) **Zakat Peternakan**

Zakat Hasil Ternak (salah satu jenis Zakat Maal) meliputi hasil dari peternakan hewan baik besar (sapi,unta) sedang (kambing,domba) dan kecil (unggas, dll). Perhitungan zakat untuk masing-masing tipe hewan ternak, baik nisab maupun kadarnya berbeda-beda dan sifatnya bertingkat. Sedangkan haulnya yakni satu tahun untuk tiap hewan.

b) **Zakat Pertanian**

Zakat Hasil Tani dengan syarat dari hadist yang menjelaskan bahwa nishab zakat pertanian adalah 5 ausuq dan usuq jamak dari wasaq, 1 wasaq = 60 sha', sedangkan 1 sha' = 2,176 kg, maka 5 wasaq adalah $5 \times 60 \times 2,176 = 652,8$ kg. Kadar zakat yang harus

dikeluarkan yaitu jika diairi oleh hujan atau sungai 10% dan jika diairi oleh pengairan 5%.

c) Zakat Emas, Perak dan Uang

Harta yang dimaksud yaitu Emas dan Perak, untuk harta lain yang juga termasuk kategori emas dan perak yaitu logam/batu mulia dan mata uang, dan berupa simpanan seperti Tabungan, deposito, cek atau surat berharga lainnya.

d) Zakat Atas Madu

Kadar Zakat Madu disepakati oleh para ulama bahwa zakat madu diambil dari pendapatan bersih madu, atau setelah dikurangi dari biaya-biaya untuk mendapatkannya dan besarnya sepersepuluh (10%).

e) Zakat Perniagaan

Zakat perniagaan yaitu Harta Benda Perdagangan yakni semua yang diperuntukkan untuk dijual selain uang kontan dalam berbagai jenisnya, meliputi alat-alat, barang-barang, pakaian, makanan, perhiasan, binatang, tumbuhan, tanah, rumah, dan barang-barang tidak bergerak maupun bergerak lainnya.

f) Zakat Harta Galian

Zakat harta galian besarnya seperlima (20%), yaitu zakat Rikaz berbeda dengan zakat Barang Tambang, Zakat barang tambang mencakup semua jenis, baik padat maupun cair, zakat Rikaz dan barang tambang tidak mensyaratkan nishab dan haul, Tarif zakat

Rikaz 20% dan Zakat barang tambang 2,5% kecuali ada kemiripan, Mustahik Zakat Rikaz dan barang tambang sama dengan mustahik zakat lainnya.

g) Zakat Profesi

Zakat profesi adalah zakat atas penghasilan yang diperoleh dari pengembangan potensi diri yang dimiliki seseorang dengan cara yang sesuai syariat, seperti upah kerja rutin, profesi dokter, pengacara, arsitek, dll. Dari berbagai pendapat dinyatakan bahwa landasan zakat profesi dianalogikan kepada zakat hasil pertanian yaitu dibayarkan ketika mendapatkan hasilnya, demikian juga dengan nishobnya yaitu sebesar 524 kg makanan pokok, dan dibayarkan dari pendapatan kotor. Sedangkan tarifnya adalah dianalogikan kepada zakat emas dan perak yaitu sebesar 2,5 %, atas dasar kaidah “Qias Asysyabah”.

h) Zakat Saham dan Obligasi

Zakat Saham dan Obligasi merupakan Zakat yang wajib dikeluarkan atas kepemilikan surat berharga, termasuk diantaranya obligasi, reksadana dan saham bursa efek. Memiliki periode Haul yaitu setelah dimiliki 1 tahun. Nisab sebesar 85 gram emas, dan Zakat yang dikeluarkan sebesar 2,5 % dari total nilai bruto hal tersebut di atas.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada literatur ini, penulis mencantumkan penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa pihak, sebagai rujukan dalam mengembangkan materi yang ada pada penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Beberapa penelitian yang memiliki korelasi dengan penelitian ini adalah :

- 1) Penelitian oleh (Nasim & Romdhon, 2014) dengan judul “Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat, dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan *Muzakki*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama ada pengaruh yang signifikan terhadap tingkat transparansi laporan keuangan kepercayaan *muzakki*. Kedua, ada pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan dalam pengelolaan zakat *muzakki*. Ketiga ada pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan manajer sikap *muzakki*. Keempat, adanya pengaruh signifikan transparansi pelaporan keuangan, pengelolaan zakat, dan sikap manajer secara simultan pada tingkat kepercayaan *muzakki*..
- 2) Penelitian oleh (Nurrikiana et al., 2017) dengan judul “Determinan Transparansi dan Akuntabilitas pengelolaan Keuangan Daerah dan Implikasinya terhadap Kepercayaan Public-Stakeholders” menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas pengelolaan keuangan daerah yang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pemangku kepentingan publik.

- 3) Penelitian oleh (Nadlifah, 2015) dengan judul “Pengaruh transparansi dan tanggung jawab (responsibility) terhadap kepatuhan membayar zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Malang (Skripsi Jurusan Akuntansi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim)”. Menguji pengaruh transparansi dan tanggung jawab terhadap kepatuhan membayar zakat di lembaga Zakat Kota Malang. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa nilai t hitung transparansi bernilai 2.384 dengan nilai signifikansi 0.18 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa transparansi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar zakat di lembaga zakat.
- 4) Penelitian oleh (Rouf, 2011) dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang bertujuan menguji pengaruh kepercayaan, religiusitas dan pendapatan terhadap minat masyarakat bayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang”. Hasil kajian menunjukkan bahwa ketiga variabel terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap minat masyarakat bayar zakat di Rumah Zakat.
- 5) Penelitian oleh (Sidiq, 2015) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Kepada Organisasi Pengelola Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat :(Studi Kasus Terhadap *Muzakki* Di Fakultas Agama Islam Dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)” mengujipengaruh pengetahuan zakat,

tingkat pendapatan, tingkat religiusitas, dan tingkat kepercayaan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kajian menunjukkan Pengetahuan zakat (PZ) berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil; Tingkat kepercayaan (TK) juga berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat dengan Sedangkan untuk variabel tingkat pendapatan (TP) dan tingkat religiusitas (TR) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat.

- 6) Penelitian oleh (Azimah, 2016) dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Gaji dan Kepercayaan Terhadap Minat *Muzakki* Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Gresik” meneliti pengaruh religiusitas, gaji, kepercayaan terhadap *muzakki* terhadap minat bayar zakat di Baznas Kabupaten Gresik. Hasil kajian menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh positif signifikan terhadap minat bayar zakat.
- 7) Penelitian oleh (Yunus, 2016) dengan judul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas dan Kontribusi Terhadap Minat Pedagang Mengeluarkan Zakat di Baitul Mal (Studi Kasus pada Pedagang Pasar Los Lhokseumawe)” menemukan bahwa faktor kepercayaan dan kontribusi masing-masing berpengaruh positif terhadap minat mengeluarkan zakat di baitul mal, sedangkan faktor religiusitas berpengaruh negatif terhadap minat mengeluarkan zakat di baitul mal

8) Terakhir penelitian oleh (Triyawan & Aisyah, 2016) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Muzakki* Membayar Zakat di BAZNAS Yogyakarta” melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan dan regulasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat bayar zakat melalui BAZNAS tetapi produk yang dihasilkan Baznas tidak berpengaruh signifikan.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Afektif Muzakki

Aspek Afektif berisi apa yang dirasakan mengenai suatu objek, jadi komponen afektif berisi emosi. Afektif sebagai komponen yang menunjukkan perasaan, respek atau perhatian kita terhadap objek tertentu, seperti ketakutan, kesukaan, atau kemarahan (Liliweri, 2011). Transparansi adalah suatu keadaan dimana perusahaan mampu menyediakan informasi material dan relevan terkait dengan perusahaan yang mudah diakses dan dipahami oleh pemegang kepentingan (KNKG, 2006). Teori Atribusi relevan dengan transparansi lembaga zakat, karena pengetahuan *muzakki* tentang informasi laporan keuangan lembaga zakat merupakan penyebab eksternal yang dapat mempengaruhi kepercayaan afektif *muzakki* dalam membayar zakat.

Penelitian oleh (Nasim & Romdhon, 2014) menemukan bahwa transparansi laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan *muzakki*. Sedangkan penelitian oleh (Nadlifah, 2015) menguji pengaruh transparansi dan tanggung jawab terhadap kepatuhan membayar zakat di

lembaga Zakat Kota Malang. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa nilai t hitung transparansi bernilai 2.384 dengan nilai signifikansi 0.18 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa transparansi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar zakat di lembaga zakat. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H₁ : Transparansi berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan Afektif.

2.3.2 Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Kognitif Muzakki

Aspek Kognitif yaitu berisi apa yang diketahui mengenai suatu objek, bagaimana pengalaman tentang suatu objek dan bagaimana pendapat atau pandangan tentu objek suatu objek (Liliweri, 2011). Transparansi adalah suatu keadaan dimana perusahaan mampu menyediakan informasi material dan relevan terkait dengan perusahaan yang mudah diakses dan dipahami oleh pemegang kepentingan (KNKG, 2006). Teori Atribusi relevan dengan transparansi lembaga zakat, karena pengetahuan *muzakki* tentang informasi laporan keuangan lembaga zakat merupakan penyebab eksternal yang dapat mempengaruhi kepercayaan kognitif *muzakki* dalam membayar zakat.

Penelitian oleh (Nurrikiana et al., 2017) menunjukkan bahwa transparansi pengelolaan keuangan daerah yang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pemangku kepentingan publik. Berbeda dengan hasil penelitian (Nadlifah, 2015) menguji pengaruh transparansi dan tanggung jawab terhadap kepatuhan membayar zakat di lembaga Zakat Kota Malang. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa nilai t hitung transparansi bernilai 2.384 dengan

nilai signifikansi 0.18 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa transparansi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar zakat di lembaga zakat. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H₂ : Transparansi berpengaruh positif terhadap kepercayaan Kognitif.

2.3.3 Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Afektif Muzakki

Bentuk pertanggungjawaban atas segala aktivitas dan kegiatan organisasi yang dituangkan dalam bentuk pelaporan oleh pihak yang diberi tanggung jawab kepada pemberi amanah untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode tertentu. Aspek Afektif berisi apa yang dirasakan mengenai suatu objek, jadi komponen afektif berisi emosi. Afektif sebagai komponen yang menunjukkan perasaan, respek atau perhatian kita terhadap objek tertentu, seperti ketakutan, kesukaan, atau kemarahan (Liliwari, 2011). Akuntabilitas adalah upaya atau aktivitas untuk menghasilkan pengungkapan yang benar. Akuntabilitas juga terikat dengan peran sosial dimana muhtasib (Akuntan) yakin bahwa hukum syariah telah dilaksanakan dan kesejahteraan umat menjadi tujuan utama dari aktivitas perusahaan dan tujuan tersebut telah tercapai (Abu-Tapanjeh, 2009). Teori Atribusi relevan dengan akuntabilitas lembaga zakat, karena pengetahuan *muzakki* tentang kinerja lembaga zakat merupakan penyebab eksternal yang dapat mempengaruhi kepercayaan afektif *muzakki* dalam membayar zakat.

Menurut penelitian (Nurrizkiana et al., 2017) menemukan hasil bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepercayaan public-

stakeholders. Artinya, pengelolaan keuangan yang akuntabel akan meningkatkan kepercayaan stakeholder kepada pemerintah daerah. Sehingga memiliki arti yang sama, bahwa pengelolaan laporan keuangan yang akuntabel akan meningkatkan kepercayaan *muzakki* kepada badan amil zakat. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H₃ : Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan Afektif.

2.3.4 Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Kognitif Muzakki

Lembaga pengelolaan zakat harus adil dan bertanggung jawab akan segala aktivitasnya dalam mengelola zakat. Sehingga mendapat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat yang akan membayarkan/menyalurkan zakatnya pada lembaga zakat tersebut. Menurut (Liliweri, 2011), Bahwa *Aspek Kognitif* yaitu berisi apa yang diketahui mengenai suatu objek, bagaimana pengalaman tentang suatu objek dan bagaimana pendapat atau pandangan tentu objek suatu objek. Akuntabilitas adalah upaya atau aktivitas untuk menghasilkan pengungkapan yang benar. Akuntabilitas juga terikat dengan peran sosial dimana muhtasib (Akuntan) yakin bahwa hukum syariah telah dilaksanakan dan kesejahteraan umat menjadi tujuan utama dari aktivitas perusahaan dan tujuan tersebut telah tercapai (Abu-Tapanjeh, 2009). Teori Atribusi relevan dengan akuntabilitas lembaga zakat, karena pengetahuan *muzakki* tentang kinerja lembaga zakat merupakan penyebab eksternal yang dapat mempengaruhi kepercayaan kognitif *muzakki* dalam membayar zakat.

Dibuktikan oleh penelitian (Nurrizkiana et al., 2017) menunjukkan bahwa akuntabilitas pengelolaan keuangan daerah yang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pemangku kepentingan publik. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H₄ : Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan Kognitif.

2.3.5 Pengaruh Kepercayaan Afektif Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat

Menurut (Liliweri, 2011), Bahwa Aspek Afektif berisi apa yang dirasakan mengenai suatu objek, jadi komponen afektif berisi emosi. Afektif sebagai komponen yang menunjukkan perasaan, respek atau perhatian kita terhadap objek tertentu, seperti ketakutan, kesukaan, atau kemarahan. Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikannya lebih lanjut (Darmadi, 2017).

Menurut penelitian oleh (Sidiq, 2015) mengujitingkat kepercayaan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tingkat kepercayaan (TK) juga berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat pada lembaga amil zakat. Selanjutnya, ada penelitian oleh (Azimah, 2016) meneliti pengaruh kepercayaan terhadap muzaki terhadap minat bayar zakat di Baznas Kabupaten Gresik. Hasil kajian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bayar zakat.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

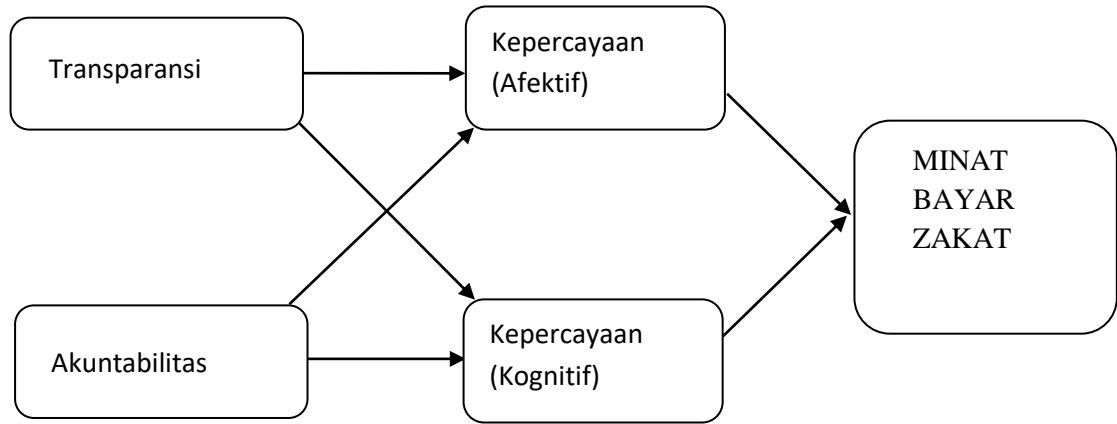
H₅ : Kepercayaan Afektif berpengaruh positif terhadap Minat Bayar Zakat di BAZNAS.

2.3.6 Pengaruh Kepercayaan Kognitif Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat

Aspek Kognitif yaitu berisi apa yang diketahui mengenai suatu objek, bagaimana pengalaman tentang suatu objek dan bagaimana pendapat atau pandangan tentang objek suatu objek (Liliweri, 2011).Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikannya lebih lanjut (Darmadi, 2017). Menurut penelitian (Yunus, 2016)menemukan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat mengeluarkan zakat di baitul mal.Selanjutnya menurut penelitian (Triyawan & Aisyah, 2016)melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bayar zakat melalui BAZNAS. Penelitian oleh (Rouf, 2011)menguji pengaruh kepercayaan, religiusitas dan pendapatan terhadap minat masyarakat bayar zakat di Rumah Zakat cabang semarang. Hasil kajian menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap minat masyarakat bayar zakat di Rumah Zakat.Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H₆ : Kepercayaan Kognitif berpengaruh positif terhadap Minat Bayar Zakat di BAZNAS.

2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yakni pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti guna mendapatkan data dalam bentuk angka-angka yang relevan. Data tersebut akan dianalisis menggunakan metode statistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif biasanya digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, untuk menunjukkan hubungan antara variabel dan ada pula yang bersifat mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendeskripsikan banyak hal (Sugiyono, 2012). Jenis penelitian ini bersifat kausal, karena penelitian ini untuk menguji pengaruh hubungan antara dua atau lebih variabel yang diteliti.

3.2 Penentuan Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah *Muzakki* yang berada di BAZNAS Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan BAZNAS Kota Yogyakarta. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Jumlah populasi yang begitu besar maka hanya diambil sampel penelitian ini adalah 100 *muzakki* yang bertempat tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode kuesioner adalah suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pertanyaan kepada responden dengan harapan responden merespon daftar pertanyaan atau pertanyaan tersebut. Instrumen dalam penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah jika jawaban tidak disediakan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup adalah jika alternatif – alternatif jawaban telah disediakan. Kuesioner dipakai di sini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan. Dan pengukurannya menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang dalam kejadian atau gejala sosial (Riduwan, 2011).

Skala likert digunakan untuk mengukur variabel yang akan dijabarkan dengan indikator- indikator yang dapat diukur. Indikator tersebut dijadikan landasan untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pertanyaan yang perlu dijawab oleh para responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pertanyaan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan pertanyaan sebagai berikut :

Alternatif jawaban dengan skala likert

Tabel 3.1 Alternatif jawaban dengan skala likert

SIMBOL	ALTERNATIF JAWABAN	NILAI
SS	SANGAT SETUJU	4
S	SETUJU	3
TS	TIDAK SETUJU	2
STS	SANGAT TIDAK SETUJU	1

Tabel 3.2 Pengembangan Kuesioner

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Variabel Independen : Transparansi (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> Seluruh kegiatan pengelolaan zakat termasuk informasi harus mudah diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut. Seluruh informasi yang dimiliki badan pengelola zakat harus diungkapkan secara jujur, lengkap dan segala hal yang ada di kegiatan harus diinformasikan. Pemberian informasi juga harus dilakukan secara baik dan adil kepada semua pihak yang membutuhkan informasi. 	<ol style="list-style-type: none"> Laporan keuangan BAZNAS diterbitkan secara periodik Laporan keuangan dan pemaparan program mudah diakses oleh publik secara bebas. BAZNAS memaparkan segala aktivitas pengelolaan zakat kepada <i>muzakki</i>. BAZNAS mempublikasikan laporan keuangan kepada pihak yang berkepentingan. BAZNAS mengungkapkan kondisi keuangan secara menyeluruh kepada pihak yang berkepentingan. BAZNAS mencantumkan kebijakannya secara tertulis dan mengungkapkannya kepada pihak yang berkepentingan. <i>Muzakki</i> memahami kebijakan finansial dan kegiatan yang dikeluarkan/dilakukan oleh BAZNAS.
Variabel Independen : Akuntabilitas	<ol style="list-style-type: none"> Segala aktivitas harus memperhatikan dan mengutamakan kesejahteraan 	<ol style="list-style-type: none"> Penyaluran zakat dilakukan dengan melihat kebutuhan mustahik.

(X2)	<p>umat sebagai perwujudan amanah yang diberikan Allah SWT kepada manusia sebagai seorang khalifah.</p> <p>2. Aktivitas organisasi dilaksanakan secara adil.</p> <p>3. Aktivitas organisasi tidak merusak lingkungan sekitar.</p> <p>4. Pengelolaan harus dibarengi dengan pengendalian yang baik yang sesuai dengan komitmen yang telah dibuat antara pemberi amanah dan penerima amanah.</p> <p>5. Pengelolaan dilakukan sesuai dengan syariat Islam yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an.</p>	<p>2. Program-program yang dilakukan oleh BAZNAS mampu meningkatkan kesejahteraan mustahik.</p> <p>3. Setiap mustahik menerima zakat secara adil.</p> <p>4. Setiap <i>muzakki</i> mendapat perlakuan yang adil dari lembaga pengelola zakat.</p> <p>5. Program penyaluran zakat yang dilakukan tidak merusak stabilitas lingkungan.</p> <p>6. Zakat disalurkan kepada mustahik yang tepat, yaitu kepada delapan golongan yang berhak menerima zakat.</p>
<p>Variabel Pengantara : Kepercayaan (Y)</p>	<p>1. Kepercayaan afektif merupakan kepercayaan kepada mitra atas dasar perasaan yang dihasilkan oleh tingkat perhatian mitra/perusahaan kepada konsumen. Kepercayaan afektif ini ditandai dengan perasaan aman yang dirasakan konsumen ketika berinteraksi dengan</p>	<p>A. AFFECTIVE-BASED TRUST</p> <p>1. Sebagai muzaki, saya mempunyai kebebasan untuk memberikan ide dan pemikiran saya kepada BAZNAS.</p> <p>2. BAZNAS akan membantu kesulitan yang saya hadapi yang berhubungan dengan pembayaran zakat.</p> <p>3. Jika saya menyampaikan masalah atas pembayaran</p>

	<p>perusahaan. Kepercayaan afektif sangat terkait dengan persepsi bahwa tindakan mitra termotivasi secara intrinsik.</p> <p>2. Kepercayaan kognitif merupakan kepercayaan atau keinginan pelanggan mengandalkan kompetensi dan keandalan penyedia layanan. Kepercayaan itu muncul dari sebuah akumulasi pengetahuan yang memungkinkan seseorang untuk membuat prediksi, dengan beberapa tingkat kepercayaan, mengenai kemungkinan bahwa mitra akan memenuhi kewajibannya. Pengetahuan adalah akumulasi dari pengamatan perilaku mitra dan reputasi yang dilaporkan.</p>	<p>zakat, BAZNAS akan memberikan tanggapan secara baik.</p> <p>4. Saya merasa kehilangan jika tidak membayar zakat melalui BAZNAS.</p> <p>5. Antara saya dengan BAZNAS mempunyai kedekatan emosi.</p> <p>B. COGNITIF-BASED TRUST</p> <p>1. Karyawan BAZNAS bekerja secara profesional dan penuh dedikasi.</p> <p>2. Saya tidak melihat alasan untuk meragukan kompetensi dan kemampuan karyawan BAZNAS dalam menjalankan pekerjaannya.</p> <p>3. Saya bisa mengandalkan BAZNAS untuk mengelola zakat yang saya bayarkan.</p> <p>4. Menurut saya, BAZNAS bisa dipercaya dan dihormati oleh berbagai pihak yang berkepentingan.</p> <p>5. Orang-orang yang saya kenal beranggapan bahwa BAZNAS dapat dipercaya.</p> <p>6. Jika orang tahu lebih banyak tentang BAZNAS, mereka akan tertarik untuk bekerja</p>
--	---	--

		sama dengannya.
Variabel Independen : Minat Bayar Zakat (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dorongan dalam diri individu dan rasa ingin tahu <i>muzakki</i>. 2. Adanya motif sosial yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. 3. Adanya faktor emosional yang berhubungan dengan emosi sehingga mendorong <i>muzakki</i> untuk membayar zakat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tertarik membayar zakat melalui BAZNAS. 2. Untuk tahun ini dan seterusnya, saya ingin membayar zakat melalui BAZNAS. 3. Saya mempunyai keyakinan bahwa membayar zakat melalui BAZNAS adalah pilihan terbaik.

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan suatu teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan yang lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. Ada dua pendekatan dalam SEM, yaitu SEM dengan dasar kovarians (*Covariance Based Structural Equation Modeling - CBSEM*) dan SEM dengan dasar varians (*Partial Least Square Path Modeling - PLS-PM*) (Yamin & Kurniawan, 2011).

3.4.2 Metode Partial Least Square (PLS)

Menurut (Yamin & Kurniawan, 2011), PLS adalah salah satu metode alternatif SEM yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan pada hubungan di antara variabel yang sangat kompleks tetapi ukuran sampel data kecil

(30-100 sampel) dan memiliki asumsi nonparametrik, artinya bahwa data penelitian tidak mengacu pada salah satu distribusi tertentu.

3.4.3 Pengujian Outer Model atau Model Pengukuran

Pengujian outer model mencakup uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai nilai korelasi variabel antara pengukuran dan nilai sebenarnya (Saleh, C. & Purnomo, 2013).

Validitas dalam penelitian kuantitatif memberikan pengertian bahwa definisi dari konsep dalam tahap konseptual dan operasional harus konsisten satu sama lain. Uji validitas pada metode PLS, meliputi:

a. *Convergent Validity*

Evaluasi *convergent validity* dimulai dengan melihat item *reliability* (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah angka yang menunjukkan korelasiantara skor suatu item pertanyaan dengan skor indikator konstruk indikator yang mengukur konstruk tersebut. Nilai *loading factor* > 0,5 dikatakan valid.

b. *Discriminant Validity*

Evaluasi *discriminant validity* dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* pengukuran kostrak. Nilai *cross loading* menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki *discriminant validity* yang baik

apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstruk blok lainnya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diukur dengan melihat *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Hair et al., 1998). *Cronbach's alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain (Sekaran 2006), sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk (Chin & Gopal, 1995). Nilai dari *Cronbach's alpha* maupun *composite reliability* untuk semua konstruk, yaitu di atas 0,7 (Yamin & Kurniawan, 2011).

3.4.4 Pengujian Inner Model atau Model Struktural

Pengujian ini dilakukan untuk uji hipotesis. Model struktural dapat dievaluasi dengan melihat R^2 (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen dan nilai t statistik dari pengujian koefisien jalur. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai *path coefficients* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Nilai *path coefficients* yang ditunjukkan oleh nilai t-statistics harus di atas 1,96 (Hair et al. 1998).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian mengenai pengaruh transparansi, akuntabilitas, kepercayaan afektif dan kognitif terhadap minat bayar zakat pada *muzakki* di BAZNAS Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Kota Yogyakarta sejumlah 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner. Hasil dari jawaban-jawaban responden ini akan menjadi informasi dalam menjawab permasalahan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya. Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan sebelumnya, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Model*) dengan SmartPls 3.0.

4.1 Karakteristik Responden

4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 100 responden diperoleh data tentang jenis kelamin responden. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.1:

Tabel 4.1.
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	62	62,0
Perempuan	38	38,0
Total	100	100%

Sumber: Hasil olah data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, diperoleh hasil responden laki-laki sebanyak 62 atau 62% dan perempuan sebanyak 38 atau 38%. Hal ini menjelaskan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas adalah laki-laki dengan jumlah 62%.

4.1.2 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 100 responden diperoleh data tentang usia responden. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan usia ditunjukkan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2.
Responden Berdasarkan Usia

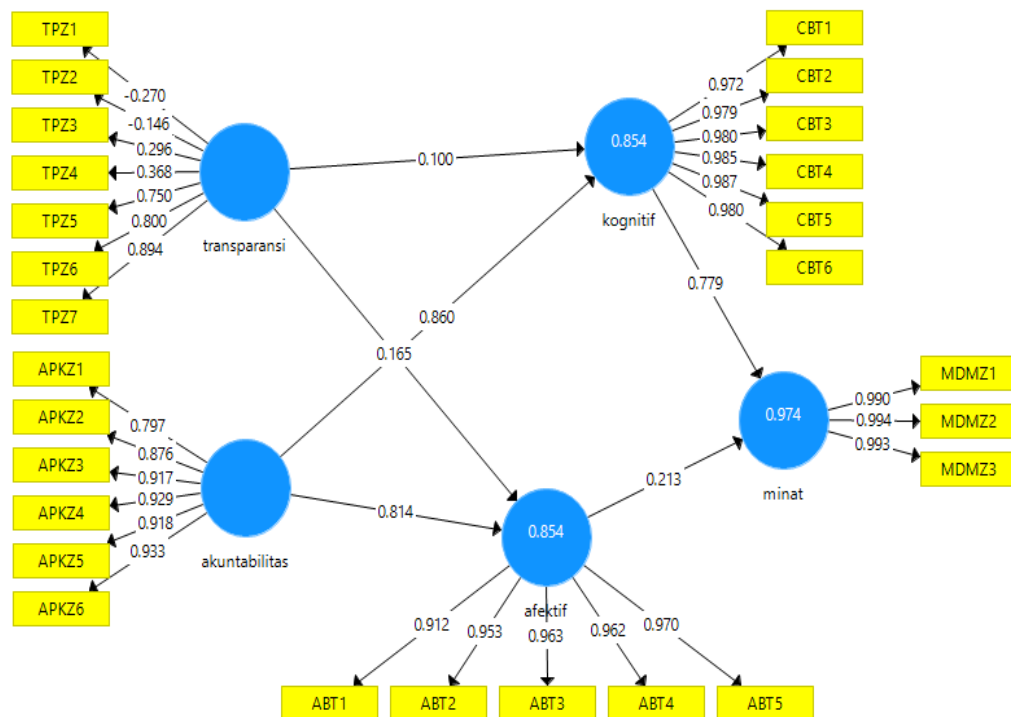
Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
<25 tahun	15	15,0
26-35 tahun	19	19,0
36-45 tahun	24	24,0
46-55 tahun	35	35,0
>55 tahun	7	7,0
Total	100	100%

Sumber: Hasil olah data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi enam kategori yaitu <25 tahun, 26-35 tahun, 36-45 tahun, 46-55 tahun dan >55 tahun. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data <25 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, 26-35 tahun sebanyak 19 orang atau 19%, 36-45 tahun sebanyak 24 orang atau 24%, usia 46-55 tahun sebanyak 35 orang atau 35% dan usia >55 tahun sebanyak 7 orang atau 7%. Hal ini menjelaskan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas adalah usia 46-55 tahun sebanyak 35%.

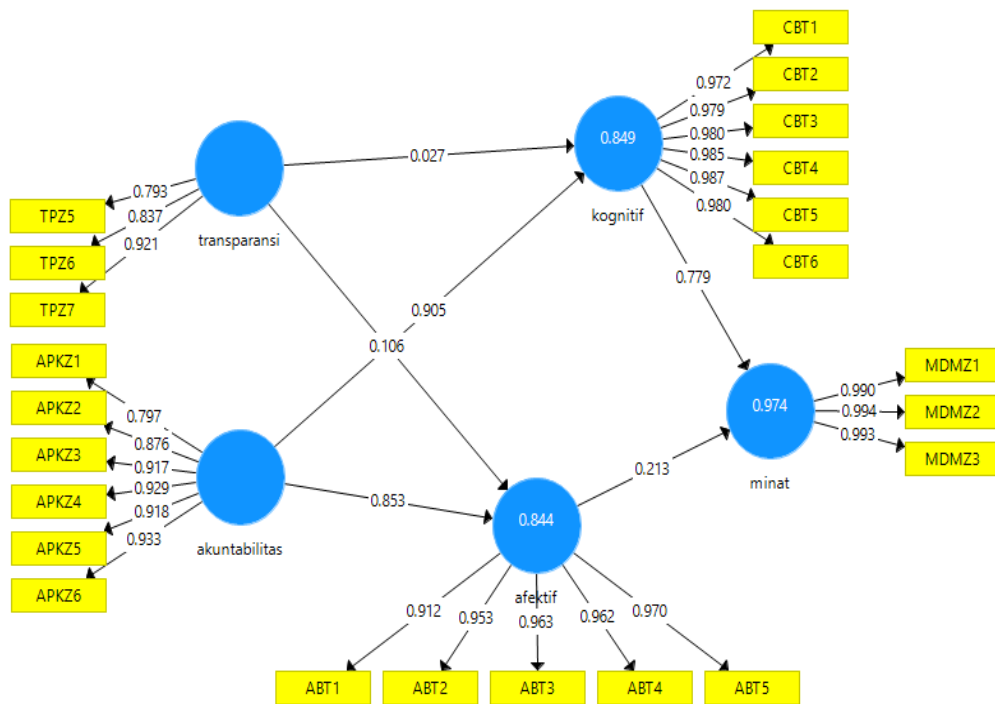
4.2 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)

Pengujian outer model digunakan untuk menguji validitas dan reabilitas model yang meliputi: *convegent validity*, *discriminant validity*, *average variance extract*, dan *composite reability*. Berikut disajikan hasil pengujian outer model sebelum uji indikator.



Gambar 4.1

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



Gambar 4.2

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

1. Uji Validitas

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 tahap ini peneliti melakukan penilaian terhadap *convergent validity* dari masing-masing konstruk. *Convergent validity* diukur dengan menggunakan parameter *outer loadings* dan *Average Variance Extracted (AVE)*.

Tabel 4.3
Hasil Uji *Outer Model* (Model Pengukuran) yang Menunjukkan
***OuterLoading* Sebelum Uji Indikator**

Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	TPZ1-X1	-0,270	0,5	Tidak Valid
	TPZ2-X1	-0,146	0,5	Tidak Valid
	TPZ3-X1	0,296	0,5	Tidak Valid
	TPZ4-X1	0,368	0,5	Tidak Valid
	TPZ5-X1	0,750	0,5	Valid
	TPZ6-X1	0,800	0,5	Valid
	TPZ7-X1	0,894	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	APKZ1-X2	0,797	0,5	Valid
	APKZ2-X2	0,876	0,5	Valid
	APKZ3-X2	0,917	0,5	Valid
	APKZ4-X2	0,929	0,5	Valid
	APKZ5-X2	0,918	0,5	Valid
	APKZ6-X2	0,933	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	ABT1-Z1	0,912	0,5	Valid
	ABT2-Z1	0,953	0,5	Valid
	ABT3-Z1	0,963	0,5	Valid
	ABT4-Z1	0,962	0,5	Valid
	ABT5-Z1	0,970	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
	CBT1-Z2	0,972	0,5	Valid

Outer Loadings (convergent Validity)	CBT2-Z2	0,979	0,5	Valid
	CBT3-Z2	0,980	0,5	Valid
	CBT4-Z2	0,985	0,5	Valid
	CBT5-Z2	0,987	0,5	Valid
	CBT6-Z2	0,980	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	MDMZ1-Y	0,990	0,5	Valid
	MDMZ2-Y	0,994	0,5	Valid
	MDMZ3-Y	0,993	0,5	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Tabel 4.4

**Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan
OuterLoading Setelah Uji Indikator**

Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	TPZ5-X1	0,793	0,5	Valid
	TPZ6-X1	0,837	0,5	Valid
	TPZ7-X1	0,921	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	APKZ1-X2	0,797	0,5	Valid
	APKZ2-X2	0,876	0,5	Valid
	APKZ3-X2	0,917	0,5	Valid
	APKZ4-X2	0,929	0,5	Valid
	APKZ5-X2	0,918	0,5	Valid
	APKZ6-X2	0,933	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	ABT1-Z1	0,912	0,5	Valid
	ABT2-Z1	0,953	0,5	Valid
	ABT3-Z1	0,963	0,5	Valid
	ABT4-Z1	0,962	0,5	Valid

	ABT5-Z1	0,970	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	CBT1-Z2	0,972	0,5	Valid
	CBT2-Z2	0,979	0,5	Valid
	CBT3-Z2	0,980	0,5	Valid
	CBT4-Z2	0,985	0,5	Valid
	CBT5-Z2	0,987	0,5	Valid
	CBT6-Z2	0,980	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	MDMZ1-Y	0,990	0,5	Valid
	MDMZ2-Y	0,994	0,5	Valid
	MDMZ3-Y	0,993	0,5	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.4 diperoleh hasil nilai outer model pada convergen validity menunjukkan hasil semua indikator yang valid karena nilai outer loading > cutt off (0,5). Dengan demikian pengujian outer model padaconvergen validity sudah valid dan dapat dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

b. *Discriminant Validity*

Tahap berikutnya untuk menguji validitas suatu model, yaitu dengan melihat *discriminant validity*nya. *Discriminant validity* dimulai dengan melihat *cross loading*. Nilai *cross loading* menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Selain melihat hasil analisis *cross loading*, *discriminant validity* juga perlu dinilai dengan cara membandingkan nilai akarAVE dengan

korelasi antar konstruk. Rekomendasi untuk *discriminant validity* yang terbaik adalah nilai akar AVE harus lebih kecil dari korelasi antar konstruk.

Tabel 4.5
Korelasi antar Konstruk (Akar AVE)

	Afektif	Akuntabilitas	Kognitif	Minat	Transparansi	AVE	Kriteria (Korelasi antar konstruk > AVE)	Status
Afektif	0,952					0,907	0,952 >0,907	Valid
Akuntabilitas	0,915	0,896				0,803	0,896 >0,803	Valid
Kognitif	0,968	0,921	0,981			0,962	0,981 >0,962	Valid
Minat	0,967	0,900	0,985	0,992		0,984	0,992 >0,984	Valid
Transparansi	0,602	0,581	0,553	0,510	0,852	0,726	0,852 >0,726	

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 diperoleh hasil akar AVE pada semua konstruk yaitu *kepercayaan afektif*, *kepercayaan kognitif*, *transparansi*, *akuntabilitas*, dan *minat* 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 4.6
Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
<i>Transparansi</i>	0,812	0,853	0,888
Akuntabilitas	0,951	0,958	0,961
Kepercayaan Afektif	0,974	0,976	0,980
Kepercayaan Kognitif	0,992	0,992	0,993
Minat	0,992	0,992	0,995

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa nilai *composite reliability* tertinggi adalah variabel minat dengan nilai 0,995 dan yang terendah adalah variabel *transparansi* sebesar 0,888. Hasil tersebut 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 pada *pls* maka diperoleh model dalam penelitian ini valid dan reliabel, dengan demikian model sudah fit dan dilakukan pengujian inner model.

4.3 Analisis Deskriptif

Deskripsi jawaban responden digunakan untuk mengetahui gambaran yang diberikan oleh responden terhadap variabel transparansi, akuntabilitas kepercayaan afektif dan kognitif, dan minat bayar zakat. Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 4

$$\text{Interval} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,75 = Sangat Tidak Setuju

1,76 – 2,50 = Tidak Setuju

2,51 – 3,25 = Setuju

3,26 – 4,00 = Sangat Setuju

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel transparansi, akuntabilitas, kepercayaan afektif dan kognitif, dan minat bayar zakat ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.7
Deskriptif Transparansi

Indikator	Mean	Kriteria
BAZNAS mengungkapkan kondisi keuangan secara menyeluruh kepada pihak yang berkepentingan	3,33	Sangat Setuju
BAZNAS mencantumkan kebijakannya secara tertulis dan mengungkapkannya kepada pihak yang berkepentingan	3,32	Sangat Setuju
<i>Muzakki</i> memahami kebijakan finansial dan kegiatan yang dikeluarkan/dilakukan oleh BAZNAS	3,26	Sangat Setuju
Rata-rata penilaian responden	3,30	Sangat Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan oleh tabel 4.7 di atas bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel transparansi adalah sebesar 3,30 yang berada pada kriteria sangat setuju. Penilaian tertinggi pada variabel transparansi dengan rata-rata sebesar 3,33 dengan kategori sangat setuju. Dengan indikator yang paling tinggi adalah “BAZNAS mengungkapkan kondisi keuangan secara menyeluruh kepada pihak yang berkepentingan” dan terendah pada indikator “*Muzakki* memahami kebijakan finansial dan kegiatan yang dikeluarkan/dilakukan oleh BAZNAS” sebesar 3,26 dengan kategori sangat setuju.

Tabel 4.8
Deskriptif Akuntabilitas

Indikator	Mean	Kriteria
Penyaluran zakat dilakukan dengan melihat kebutuhan mustahik	3,51	Sangat Setuju
Program-program yang dilakukan oleh BAZNAS mampu meningkatkan kesejahteraan mustahik	3,48	Sangat Setuju
Setiap mustahik menerima zakat secara adil	3,36	Sangat Setuju
Setiap <i>muzakki</i> mendapat perlakuan yang adil dari lembaga pengelola zakat	3,36	Sangat Setuju
Program penyaluran zakat yang dilakukan tidak merusak stabilitas lingkungan	3,44	Sangat Setuju
Zakat disalurkan kepada mustahik yang tepat, yaitu kepada delapan golongan yang berhak menerima zakat	3,57	Sangat Setuju
Rata-rata penilaian responden	3,45	Sangat Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan oleh tabel 4.8 diperoleh nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel akuntabilitas adalah sebesar 3,45 yang berada pada kriteria sangat setuju. Adapun penilaian tertinggi terjadi pada indikator pernyataan “Zakat disalurkan kepada mustahik yang tepat, yaitu kepada delapan golongan yang berhak menerima zakat” dengan rata-rata sebesar 3,57 dengan kategori sangat setujudan penilaian terendah terjadi pada indikator “Setiap mustahik menerima zakat secara adil” dan “Setiap *muzakki* mendapat perlakuan yang adil dari lembaga pengelola zakat” dengan rata-rata sebesar 3,36 dengan kategorisangat setuju.

Tabel 4.9
Kepercayaan Afektif

Indikator	Mean	Kriteria
Sebagai muzaki, saya mempunyai kebebasan untuk memberikan ide dan pemikiran saya kepada BAZNAS	3,23	Setuju
BAZNAS akan membantu kesulitan yang saya hadapi yang berhubungan dengan pembayaran zakat	3,41	Sangat Setuju
Jika saya menyampaikan masalah atas pembayaran zakat, BAZNAS akan memberikan tanggapan secara baik	3,40	Sangat Setuju
Saya merasa kehilangan jika tidak membayar zakat melalui BAZNAS	3,06	Setuju
Antara saya dengan BAZNAS mempunyai kedekatan emosi.	3,17	Setuju
Rata-rata penilaian responden	3,25	Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan oleh tabel 4.9 diperoleh rata-rata penilaian responden terhadap variabel kepercayaan afektif adalah sebesar 3,25 yang berada pada kriteria setuju. Penilaian tertinggi terjadi pada indikator pernyataan “BAZNAS akan membantu kesulitan yang saya hadapi yang berhubungan dengan pembayaran zakat” dengan rata-rata sebesar 3,41 dengan kategori sangat setuju dan penilaian terendah terjadi pada indikator “Saya merasa kehilangan jika tidak membayar zakat melalui BAZNAS” dengan rata-rata sebesar 3,06 dengan kategori setuju.

Tabel 4.10
Kepercayaan Kognitif

Indikator	Mean	Kriteria
Karyawan BAZNAS bekerja secara profesional dan penuh dedikasi	3,63	Sangat Setuju
Saya tidak melihat alasan untuk meragukan kompetensi dan kemampuan karyawan BAZNAS dalam menjalankan pekerjaannya	3,39	Sangat Setuju
Saya bisa mengandalkan BAZNAS untuk mengelola zakat yang saya bayarkan.	3,42	Sangat Setuju
Menurut saya, BAZNAS bisa dipercaya dan dihormati oleh berbagai pihak yang berkepentingan	3,51	Sangat Setuju
Orang-orang yang saya kenal beranggapan bahwa BAZNAS dapat dipercaya	3,44	Sangat Setuju
Jika orang tahu lebih banyak tentang BAZNAS, mereka akan tertarik untuk bekerja sama dengannya	3,46	Sangat Setuju
Rata-rata penilaian responden	3,47	Sangat Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan oleh tabel 4.10 diperoleh nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel kepercayaan kognitif adalah sebesar 3,47 yang berada pada kriteria sangat setuju. Adapun penilaian tertinggi terjadi pada indikator pernyataan “Karyawan BAZNAS bekerja secara profesional dan penuh dedikasi” dengan rata-rata sebesar 3,63 dengan kategori sangat setuju dan penilaian terendah terjadi pada indikator “Saya tidak melihat alasan untuk meragukan kompetensi dan kemampuan karyawan BAZNAS

dalam menjalankan pekerjaannya” dengan rata-rata sebesar 3,39 dengan kategori sangat setuju.

Tabel 4.11
Minat Membayar Zakat

Indikator	Mean	Kriteria
Saya tertarik membayar zakat melalui BAZNAS	3,51	Sangat Setuju
Untuk tahun ini dan seterusnya, saya ingin membayar zakat melalui BAZNAS	3,34	Sangat Setuju
Saya mempunyai keyakinan bahwa membayar zakat melalui BAZNAS adalah pilihan terbaik	3,42	Sangat Setuju
Rata-rata penilaian responden	3,42	Sangat Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan oleh tabel 4.11 rata-rata penilaian responden terhadap variabel minat adalah sebesar 3,42 yang berada pada kriteria sangat setuju. Penilaian tertinggi terjadi pada indikator pernyataan “Saya tertarik membayar zakat melalui BAZNAS” dengan rata-rata sebesar 3,51 dengan kategori sangat setuju dan penilai terendah terjadi pada indikator “Untuk tahun ini dan seterusnya, saya ingin membayar zakat melalui BAZNAS” dengan rata-rata sebesar 3,34 kategori sangat setuju.

4.4 Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Pengujian inner model (model struktural) digunakan untuk pengujian hipotesis. Model struktural mencakup pengujian determinasi atau r^2 (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen yaitu minat bayar 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.

1. Uji Determinasi atau Analisis Varians (r^2)

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen yaitu transparansi, akuntabilitas, kepercayaan afektif dan kognitif terhadap minat. Hasil dari pengujian determinasi (r^2) ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12 Nilai r^2

	R Square	R Square Adjusted
Kepercayaan Kognitif	0,849	0,841
Kepercayaan Afektif	0,844	0,846
Minat	0,974	0,973

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas mampu menjelaskan variabilitas kepercayaan kognitif sebesar 84,9%, sisanya 15,1% diterangkan oleh konstruk lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan transparansi dan akuntabilitas mampu menjelaskan variabilitas kepercayaan afektif sebesar 84,4%, sisanya 15,6% diterangkan oleh konstruk lainnya yang

diluar konstrak yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan transparansi, akuntabilitas, kepercayaan afektif dan kognitif mampu menjelaskan variabilitas minat sebesar 97,3%, sisanya 2,7% diterangkan oleh konstrak lainnya yang diluar konstrak yang diteliti dalam penelitian ini.

4.5 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan berdasarkan hasil uji model struktural (*inner model*) yang meliputi output R^2 , koefisien parameter dan t-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antarkonstrak, t-statistik, dan *p-values*. Dengan menggunakan smartPLS 3.0 yang peneliti gunakan, nilai-nilai tersebut 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 dapat dilihat dalam tabel 4.13.

Tabel 4.13 Path Coefficient

Hipotesis	Beta (β)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<i>Kepercayaan afektif -> minat</i>	0,213	0,259	0,106	2,016	0,044
<i>Akuntabilitas->Kepercayaan afektif</i>	0,853	0,715	0,199	4,280	0,000
<i>Akuntabilitas->Kepercayaan kognitif</i>	0,905	0,765	0,197	4,604	0,000
<i>Kepercayaan kognitif->Minat</i>	0,779	0,665	0,170	4,581	0,000

Transparansi ->Kepercayaan afektif	0,106	0,163	0,112	0,951	0,342
Transparansi ->Kepercayaan kognitif	0,027	0,074	0,086	0,314	0,753

Tabel 4.13 lanjutan.

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Hipotesis pertama menguji apakah kepercayaan afektif secara positif berpengaruh terhadap minat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada kepercayaan afektif terhadap minat sebesar 0,213 dan p-value sebesar 0.044. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa kepercayaan afektif secara positif berpengaruh terhadap minat.

Hipotesis kedua menguji apakah akuntabilitas secara positif berpengaruh terhadap kepercayaan afektif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada kepercayaan afektif terhadap minat sebesar 0,853 dan p-value sebesar 0.000. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa akuntabilitas secara positif berpengaruh terhadap kepercayaan afektif.

Hipotesis ketiga menguji apakah akuntabilitas secara positif berpengaruh terhadap kepercayaan kognitif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada kepercayaan afektif terhadap minat sebesar 0,905 dan p-value sebesar 0.000. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa akuntabilitas secara positif berpengaruh terhadap kepercayaan afektif.

Hipotesis keempat menguji apakah kepercayaan kognitif secara positif berpengaruh terhadap minat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien

beta pada kepercayaan afektif terhadap minat sebesar 0,779 dan p-value sebesar 0.000. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa kepercayaan kognitif secara positif berpengaruh terhadap minat.

Hipotesis kelima menguji apakah transparansi secara positif berpengaruh terhadap kepercayaan afektif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada transparansi terhadap kepercayaan afektif sebesar 0,106 dan p-value sebesar 0.342. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis **ditolak**. Hal tersebut membuktikan bahwa transparansi secara positif berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepercayaan afektif.

Hipotesis keenam menguji apakah transparansi secara positif berpengaruh terhadap kepercayaan kognitif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada transparansi terhadap kepercayaan kognitif sebesar 0,027 dan p-value sebesar 0.753. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis **ditolak**. Hal tersebut membuktikan bahwa transparansi secara positif berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepercayaan kognitif.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Afektif Muzakki

Transparansi lembaga zakat berhubungan positif tetapi tidak signifikan terhadap kepercayaan Afektif *Muzakki*, hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nasim & Romdhon, 2014). Dalam hal ini tidak

terbukti *muzakki* selalu percaya terhadap lembaga pengelola zakat (BAZNAS) dengan semakin transparansinya pihak BAZNAS. Kepercayaan afektif berisi hal apa yang dirasakan terhadap suatu objek atau dengan kata lain berkaitan dengan emosi. Emosi mengandung dua unsur, yakni emosi positif dan emosi negatif. Emosi positif tercermin dari perasaan senang terhadap suatu objek, sedangkan emosi negatif tercermin melalui perasaan yang sedih maupun marah. Emosi positif mampu memberikan dorongan terhadap seseorang dalam percaya terhadap suatu hal. Faktor dari dalam diri calon *muzakki* juga mempengaruhi keyakinan mereka terhadap lembaga pengelola zakat (BAZNAS), hal itu dapat diketahui dari pandangan *muzakki*. Adanya faktor budaya dari tiap *muzakki* serta maupun isu yang beredar terhadap lembaga tersebut mempengaruhi pola pikir dan rasa kepercayaan *muzakki* (Liliweri, 2011). Transparansi dalam penyampaian kinerja yang dilakukan oleh lembaga zakat (BAZNAS) sangatlah penting untuk memberikan rasa aman terhadap *muzakki*, tetapi transparansi sudah menjadi sebuah tuntutan di era modern ini, sehingga hal tersebut dianggap biasa oleh para *muzakki*. Terdapat pemikiran lain sehingga menimbulkan perasaan kurangnya kepercayaan oleh *muzakki* terhadap lembaga pengelola zakat (BAZNAS). Pemikiran manipulasi dan kurang akuratnya hasil yang disampaikan oleh pihak lembaga pengelola zakat (BAZNAS) menjadi salah satu alasan mengapa *muzakki* masih kurangnya kepercayaan dari *muzakki*, adapun faktor lain yaitu kemungkinan kurangnya BAZNAS memberikan penjelasan yang terperinci. Kurangnya penjelasan tersebut sehingga menimbulkan anggapan dari *muzakki* yaitu pihak BAZNAS dianggap belum sepenuhnya transparan. Pihak lembaga

pengelola zakat (BAZNAS) harus mampu memberikan informasi terkait pengelolaan sumber daya bagi pihak yang membutuhkan secara terperinci. Keterbukaan oleh pihak pengelola zakat (BAZNAS) merupakan faktor yang mempengaruhi emosi dari *muzakki* yang akan semakin percaya terhadap lembaga tersebut.

Ada berbagai cara untuk menciptakan suasana agar terciptanya transparansi berjalan baik didalam suatu lembaga yaitu melibatkan berbagai pihak, yakni dari pihak lembaga (internal) dan *muzakki* (eksternal). Adanya keseimbangan dari kedua faktor tersebut akan memberikan kontrol yang semakin baik. Dalam hal ini, kepercayaan dari *muzakki* akan semakin meningkat dengan baik dan loyal terhadap BAZNAS.

4.6.2 Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Kognitif Muzakki

Transparansi lembaga zakat berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepercayaan kognitif *muzakki*. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurritziana et al., 2017), transparansi yang dilakukan oleh BAZNAS tidak selalu memberikan kepercayaan kognitif bagi *muzakki*. Kognitif merupakan kepercayaan yang timbul dari *muzakki* yang mengandalkan kompetensi dari lembaga pengelola zakat. Aspek kognitif merupakan hal apa yang diketahui, pengalaman tentang suatu hal dan pandangan tertentu terhadap suatu hal. Dalam hal ini, adanya faktor lain dalam sudut pandang bagi *muzakki*. Adanya faktor yang kurang memuaskan yang terjadi pada lembaga pengelola zakat merupakan kemungkinan alasan yang menyebabkan

muzakki mempunyai pandangan atau pengalaman yang kurang baik. Kognitif memiliki arti pengalaman atau persepsi seseorang. Lembaga pengelola zakat (BAZNAS) dituntut untuk transparan sehingga memberikan persepsi positif kepada *muzakki* untuk bekerja sama dengan pihak lembaga. Transparansi yang dilakukan oleh BAZNAS memberikan hasil yang dianggap kurang dalam kemitraan. *Muzakki* masih kurang percaya dan aman untuk memberikan zakat dan dikelola oleh BAZNAS. Pihak BAZNAS kurang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh *muzakki* sehingga mereka mempunyai pengalaman yang baik dan merasa puas bekerja sama dengan pihak BAZNAS.

Faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepercayaan kognitif bagi *muzakki* yaitu isu-isu yang beredar dimasyarakat. Kognitif dapat berupa pengalaman orang lain yang berdampak pada calon *muzakki* yang lain sehingga menimbulkan persepsi yang negatif. Pengalaman buruk oleh orang lain menjadikan *muzakki* memiliki anggapan yang kurang percaya terhadap pihak BAZNAS. Lembaga pengelola zakat dituntut memberikan hasil laporan yang akurat dan relevan sehingga memberikan persepsi yang baik bagi *muzakki*. sikap keterbukaan dalam penyampaian hasil kinerja oleh BAZNAS harus dilakukan secara terperinci sehingga memberikan pemahaman kepada pihak yang membutuhkan. Dalam hal ini, dapat menjadi salah satu alasan untuk memberikan persepsi yang positif dan meningkatkan rasa aman bagi *muzakki*. Rasa aman menjadi faktor penting terciptanya kepercayaan.

4.6.3 Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Afektif Muzakki

Akuntabilitas lembaga zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan Afektif *Muzakki*. Hal serupa sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurrizkiana et al., 2017) yang mengatakan akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan. Akuntabilitas merupakan bentuk tanggung jawab lembaga pengelola zakat atas segala aktivitas yang dilakukannya dan dipublikasikan melalui laporan. Aspek efektif adalah komponen yang mempengaruhi emosi seseorang. Meningkatkan rasa kepercayaan *muzakki* dapat dilakukan dengan lembaga memiliki sikap akuntabilitas dan relevan. Sebagai perwujudan rasa tanggung jawab lembaga pengelola zakat (BAZNAS) maka, dalam hal ini BAZNAS dengan baik melakukan pengelolaan yang akuntabel.

Berdasarkan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori atribusi, akuntabilitas lembaga zakat mempengaruhi kepercayaan Afektif *Muzakki* karena adanya perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang diyakini berada dibawah kendali pribadi individu itu sendiri, artinya individu atau pada penelitian ini adalah *muzakki* yang meyakini atas perilaku yang diyakini. Hal ini menunjukkan adanya rasa tanggung jawab BAZNAS akan memberikan dampak kepada *muzakki* yaitu dengan rasa kepercayaan dan terciptanya rasa aman bagi mereka yang menitipkan dana untuk zakat. BAZNAS dianggap mampu memberikan rasa percaya dan mempengaruhi emosional yang positif bagi para calon pemberi zakat. Secara sukarela dan ikhlas dalam menitipkan dananya kepada pihak BAZNAS.

4.6.4 Pengaruh Akuntabilitas Lembaga Zakat terhadap Kepercayaan Kognitif Muzakki

Akuntabilitas lembaga zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan kognitif. Hal serupa sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurrizkiana et al., 2017) yang mengatakan akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan. Akuntabilitas merupakan rasa tanggung jawab lembaga pengelola zakat dalam melakukan segala aktivitasnya sehingga, mampu berlaku adil. Aspek kognitif merupakan pendapat atau pengalaman yang telah dirasakan seseorang. Rasa kepercayaan akan timbul berdasarkan dari pengalaman diri sendiri maupun pengalaman yang dilakukan oleh orang lain.

Berdasarkan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori atribusi, akuntabilitas lembaga zakat mempengaruhi kepercayaan kognitif *Muzakki* karena adanya perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang diyakini berada dibawah kendali pribadi individu itu sendiri, artinya individu atau pada penelitian ini adalah *muzakki* yang meyakini atas perilaku yang diyakini. Dalam hal ini, BAZNAS selaku pihak pengelola zakat dianggap memberikan tanggung jawab mereka kedalam laporan-laporan yang dianggap sudah baik, sehingga *muzakki* tidak ragu dan merasa percaya kepada pihak lembaga pengelola. Kepercayaan yang timbul berdasarkan dari pengalaman sebaiknya harus selalu dijaga oleh pihak pengelola. BAZNAS dianggap berhasil bertanggung jawab dan berlaku adil dengan pihak *muzakki* dikarenakan pengalaman yang baik.

4.6.5 Pengaruh Kepercayaan Afektif Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat

Kepercayaan afektif berhubungan positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat, maka hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Azimah, 2016) dan (Sidiq, 2015). Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan para *muzakki* terhadap suatu lembaga pengelola zakat (BAZNAS) itu dianggap sudah baik. Kepercayaan afektif berisi hal apa yang dirasakan terhadap suatu objek atau dengan kata lain berkaitan dengan emosi. Emosi positif mampu memberikan dorongan terhadap seseorang dalam melakukan pembayaran zakat dengan perasaan ikhlas tanpa unsur keterpaksaan. Salah satu unsur yang melatarbelakangi kepercayaan para *muzakki* terhadap suatu lembaga zakat yaitu pengetahuan mereka tentang kewajiban membayar zakat dan serta penjelasan terperinci dari lembaga.

Lembaga pengelola zakat harus terhidar dari isu-isu yang negatif, sehingga dikenal dikalangan masyarakat secara amanah. Faktor kinerja yang baik dalam memberikan penjelasan serta memberikan kesadaran pentingnya membayar zakat dan transparansi dalam penyaluran zakat merupakan modal dasar agar terciptanya rasa aman dan percaya bagi para *muzakki* (Satrio, E., & Siswantoro, 2016). Rasa aman dan percaya berdampak pada opini yang baik dimasyarakat sehingga menimbulkan emosi positif bagi para *muzakki*. Dalam hal ini, secara tidak langsung pihak BAZNAS menambah minat kepada calon *muzakki* yang lain. Berdasarkan teori atribusi, adanya perilaku yang disebabkan secara internal, yaitu *muzakki* meyakini bahwa adanya rasa kepercayaan yang mempengaruhi minat

membayar zakat. Minat atau kesadaran dari diri sendiri yang timbul dalam pembayaran zakat akan mempengaruhi lembaga pengelola zakat dikemudian hari.

4.6.6 Pengaruh Kepercayaan Kognitif Muzakki terhadap Minat Membayar Zakat

Kepercayaan kognitif lembaga zakat berhubungan positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rouf, 2011). Kognitif merupakan pandangan atau persepsi *muzakki* kepada lembaga pengelola zakat. Aspek kognitif adalah pengalaman tentang suatu objek dan pandangan tertentu terhadap suatu objek. Dalam hal ini, BAZNAS dianggap sudah memberikan persepsi yang baik kepada *muzakki*, sehingga menyebabkan *muzakki* mempunyai pandangan atau pengalaman yang baik. Pada dasarnya sikap dan kinerja yang baik merupakan hal yang penting untuk meningkatkan pengalaman bagi para *muzakki* sehingga menimbulkan minat untuk membayar zakat. Dalam hal ini, kinerja pengelola zakat tidak hanya dinilai dalam sekali tempo, melainkan dari berbagai pengalaman orang lain yang dahulu pernah berkerja sama dengan lembaga (BAZNAS) tersebut.

Menciptakan rasa aman dan nyaman dalam bekerja sama dengan pihak-pihak yang lain akan memberikan dampak positif untuk lembaga pengelola zakat (BAZNAS). Adanya evaluasi dalam setiap kegiatan merupakan langkah untuk memperbaiki dari kesalahan yang telah dilakukan, sehingga dikemudian hari mampu memberikan hasil yang memuaskan bagi para *muzakki*. Hal penting lainnya yaitu memberikan persepsi yang baik bagi *muzakki* tentang lembaga pengelola zakat (BAZNAS) dalam memberikan pelayanan dan kinerja yang

optimal. Terciptanya persepsi dan citra yang baik akan memberikan dampak terhadap minat membayar zakat dikalangan masyarakat (Nur'aini, 2015). Diharapkan semua karyawan lembaga pengelola zakat (BAZNAS) mampu mempertahankan nama baik serta kinerja yang memuaskan agar tetap dikenal baik oleh masyarakat karena merupakan tantangan yang tidak mudah.

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi, oleh karena itu di dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran yang relevan dengan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam bab IV.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden yang terdiri dari *muzakki* Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta. Dimana seluruhnya menjadi pusat pengolahan data karena dianggap valid sehingga dapat digunakan dalam proses pengolahan data. Dalam penelitian ini terdapat 6 hipotesis yang diujikan berdasarkan hasil uji model struktural (*inneer model*) yang meliputi output R^2 , koefisien parameter dan t-statistik. Dari hasil 6 hipotesis tersebut terbukti dan terdukung oleh data. Keenam hipotesis tersebut adalah :

1. Berdasarkan hasil hipotesis pertama, bahwa Transparansi terhadap Kepercayaan Afektif memiliki hasil yang positif tetapi tidak signifikan karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa Transparansi tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan Afektif.
2. Hipotesis kedua menguji apakah Transparansi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepercayaan Kognitif, hasil pengujian menunjukkan bahwa Transparansi berpengaruh positif tetapi tidak

signifikan karena $p\text{-value} > 0,05$ terhadap Kepercayaan Kognitif sehingga hipotesis ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwa Transparansi tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan Kognitif.

3. Hipotesis ketiga menguji apakah Akuntabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepercayaan Afektif, hasil menunjukkan bahwa Akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Afektif karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Afektif.
4. Hipotesis keempat menguji apakah Akuntabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepercayaan Kognitif, hasil menunjukkan bahwa Akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Kognitif karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Kognitif.
5. Hipotesis kelima menguji apakah Kepercayaan Afektif berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Bayar Zakat di BAZNAS, hasil menunjukkan bahwa Kepercayaan Afektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bayar Zakat di BAZNAS karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa kepercayaan Afektif berpengaruh positif terhadap Minat Bayar Zakat.
6. Hipotesis keenam yaitu menguji Kepercayaan Kognitif berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Bayar Zakat di BAZNAS, hasil

menunjukkan bahwa Kepercayaan Kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bayar Zakat di BAZNAS karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa Kepercayaan Kognitif berpengaruh positif terhadap Minat Bayar Zakat.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan afektif dan kognitif berpengaruh positif terhadap minat bayar zakat melalui lembaga zakat; akuntabilitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan afektif dan kognitif. Meskipun demikian, hasil kajian menunjukkan bahwa transparansi tidak berpengaruh terhadap kepercayaan kognitif dan afektif. Hasil kajian ini memberikan sumbangan kepada penelitian pendahuluan dengan membangun model peranan kepercayaan kognitif dan afektif terhadap minat bayar zakat melalui lembaga zakat. Hasil kajian juga berhasil membuktikan bahwa akuntabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap kepercayaan kognitif. Temuan ini mengimplikasikan bahwa untuk meningkatkan kepercayaan kognitif dan afektif muzaki terhadap lembaga zakat perlunya lembaga zakat meningkatkan akuntabilitasnya.

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian, antara lain:

1. Sampel penelitian yang berjumlah hanya 100 *muzakki* dan lokasi penelitian yang hanya dilakukan di BAZNAS Provinsi DIY dan

BAZNAS Kota Yogyakarta, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi untuk lingkup Indonesia.

2. Jumlah *muzakki* yang datang ke kantor BAZNAS Provinsi DIY dan BAZNAS Kota Yogyakarta hanya sedikit karena adanya sistem bayar zakat melalui transfer sehingga memerlukan waktu yang lama dalam pengambilan data.
3. Tidak semua *muzakki* bersedia menjadi responden dalam memberikan pendapatnya.
4. Keterbatasan referensi tentang pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap Kepercayaan Afektif dan Kognitif, begitu juga dengan Kepercayaan Afektif dan Kognitif terhadap Minat Bayar Zakat sehingga sulit melihat pembandingan hasil penelitian.

5.4 Saran

Sesuai dengan keterbatasan penelitian di atas, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan lingkup lokasi yang lebih luas dan jumlah sampel penelitian yang lebih luas. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan evaluasi bagi amil dan pengelola Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta dalam menjalankan pengelolaan zakat sebagai amanah dari *muzakki* secara transparan dan akuntabel.

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>
- Al Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Departemen Agama RI
- Aubert, B. A., dan Kelsey, B. L. (2000). The Illusion of Trust and Performance. *Scientific Series of Cirano*, 3, 1–13.
- Azimah, N. H. (2016). *Pengaruh Religiusitas, Gaji dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Gresik*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Bilson, S. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel* (Edisi pert). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Canggih, C., Fikriyah, K., & Yasin, A. (2017). Inklusi Pembayaran Zakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–11.
- Darmadi, H. (2017). *Pengembangan Model Metode Pembelajaran Dalam Dinamik Belajar Siswa*. Yogyakarta.
- Ergeneli, A., Ari, G. S., & Metin, S. (2007). Psychological Empowerment and its Relationship to Trust in Immediate Managers. *Journal of Business Research*, 60.
- Hair et al. (1998). *Multivariate Data Analysis*. (P. Hall, Ed.) (Fifth Edit). New Jersey: Upper Saddle River.
- Hansen, M. H., Morrow, J. L., & Batista, J. C. (2002). The Impact of Trust on Cooperative Membership Retention, Performance, and Satisfaction: An Exploratory Study. *International Food and Agribusiness Management Review*, 5(1), 41–59. [https://doi.org/10.1016/S1096-7508\(02\)00069-1](https://doi.org/10.1016/S1096-7508(02)00069-1)
- 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)
- Khaerany, R., Habbe, A. H., & Rasyid, S. (2013). Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Kualitas Lembaga Amil Zakat (Pandangan Muzakki dan Amil Zakat pada Dompot Dhuafa Sulsel), 1–99.
- Kholmi, M. (2012). Akuntabilitas dan Pembentukan Perilaku Amanah dalam Masyarakat Islam. *Jurnal Studi Masyarakat Islam*, 15, 63–72.
- KNKG. (2006). *Indonesia's Code of Good Corporate Givernance*.

- Levin, D. Z., & Cross, R. (2004). The Strength of Weak ties you can Trust: The Mediating Role of Trust in Effective Knowledge Transfer. *Management Science*, 50(11)(1477–1490).
- Liliweri, P. D. A. (2011). *KOMUNIKASI : Serba Ada Serba Makna* (Pertama). Jakarta.
- Maryati, S. (2012). *Analisis Akuntabilitas dan Transparansi Laporan Keuangan Lembaga Amil Zakat di Kota Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- McAllister, D. J. (1995). Affect- and Cognition-Based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations. *Academy of Management Journal*, 38 (1), 24–59.
- Mukherjee, A., dan Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 21 (1), 5–15.
- Nadlifah, W. (2015). *Pengaruh Transparansi dan Tanggung Jawab (Responsibility) terhadap Kepatuhan Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Nasim, A., & Romdhon, M. R. S. (2014). Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat, Dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan Program Studi Akuntansi Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia*, 2(3), 550–561. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17509/jrak.v2i3.6603>
- Nur'aini, H. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga, dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Menyalurkan Zakat Profesi PKPU Cabang Yogyakarta*. UIN Sunan Kalijaga.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2012). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurrizkiana, B., Handayani, L., & Widiastuty, E. (2017). Determinan Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Daerah dan Implikasinya Terhadap Kepercayaan Public-Stakeholders. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 18(1), 28–47. <https://doi.org/10.18196/jai.18159>
- P.Robbins, S., & A Judge, T. (2008). *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*. (D. Sunardi, Ed.) (2nd ed.). Jakarta.
- PRATAMA, C. (2015). *Pendayagunaan Zakat Produktif dalam Mengurangi Kemiskinan Berdasarkan Cibest Model (Studi Kasus : PT Masyarakat Mandiri Dompot Dhuafa)*.
- Pratama, Y. C. (2015). *PERAN ZAKAT DALAM PENANGGULANGAN KEMISKINAN (Studi Kasus : Program Zakat Produktif Pada Badan Amil*

- Zakat Nasional). *The Journal of Tauhidinomics*, 1(1), 93–104.
- Rahman, A. R. A. (1998). Issues in Corporate Accountability and Governance: An Islamic Perspective. *The American Journal of Islamic Social Science*, Volume 15, 55–69.
- Riduwan. (2011). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Robbins, S., & Judge, T. (2008). *Organizational Behaviour* (15th ed). Boston: Pearson.
- Robbins, S. P. (2001). *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi* (Jilid 1, E). Jakarta: Prenhallindo.
- Rouf, M. A. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang*. IAIN Walisongo.
- Saleh, C. & Purnomo, M. R. A. (2013). *Metodologi Penelitian: Sebuah Petunjuk Praktis* (2nd ed). Yogyakarta: Jaya Abadi Press.
- Satrio, E., & Siswantoro, D. (2016). Analisis Faktor Pendapatan , Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat *Muzakki* Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, J-22.
- Shiddieqy, A., & Teungku, M. H. (2005). *Pedoman Zakat*. Semarang: Hayam Wuruk.
- Sidiq, H. A. (2015). *Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kepercayaan Kepada Organisasi Pengelola Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat : (Studi Kasus Terhadap Muzakki Di Fakultas Agama Islam Dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uni*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahatah, A., & Husein. (2004). *Akuntansi Zakat*. Jakarta: Pustaka Progressif.
- Syariah, B., & Syukron, A. (2012). Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 2, No. 1 2012, 2(1).
- Triyawan, A., & Aisyah, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Muzakki* Membayar Zakat di BAZNAS Yogyakarta. *Jurnal Islamic Economics Journal*, 2(1), 53–69.
- Tsani Muslihati, N. (2014). *Pengaruh Religiositas dan Pendapatan Terhadap Minat Bayar Zakat Melalui BAPELURZAM (Badan Pelaksana Urusan Zakat Muhammadiyah) PCM Weleri Kendal*.

- Walczuch, R., Seelen, J., dan Lundgren, H. (2001). Psychological Determinants for Consumer Trust in E-Retailing. *Proceedings of Eighth Research Symposium on Emerging Electronic Market*, 1–21.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Partial Least Square Path Modeling*. Salemba Infotek.
- Yunus, M. (2016). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas dan Kontribusi terhadap Minat Pedagang Mengeluarkan Zakat di Baitul Mal (Studi Kasus pada Pedagang Pasar Los Lhokseumawe)*. (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN-SU).
- Zur, A., Leckie, C., & Webster, C. M. (2012). Cognitive and Affective Trust between Australian Exporters and Their Overseas Buyers. *Australasian Marketing Journal*, 20(1), 73–79. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2011.08.001>

LAMPIRAN 1



Nomor: 75/SU/BAZNAS-DIY/4/2018

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN BAZNAS DIY

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Bambang Sutiyoso, S.H., M.Hum
 Nama Lembaga : Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) DIY
 Jabatan : Ketua
 Alamat : Jalan Sukonandi No. 08 Yogyakarta
 Telpon : (0274) 587062

Menyatakan dan menerangkan bahwa

Nama : MOHAMMAD FAHMI IKHWANDA
 Nomor Mahasiswa : 14312002
 Fakultas : Fakultas Ekonomi
 Nama Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia

Adalah benar telah melakukan penelitian di BAZNAS DIY pada hari Kamis, 08 Maret 2018, dengan judul **“Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Afektif dan Kognitif Terhadap Minat Bayar Zakat Melalui Lembaga Zakat.”**

Demikian surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 12 April 2018

Ketua BAZNAS DIY



Dr. H. Bambang Sutiyoso, SH., M.Hum

LAMPIRAN 2



BAZNAS
Badan Amil Zakat Nasional
KOTA YOGYAKARTA

SURAT KETERANGAN

Nomor : 11 / PL / 2018 / 1439

Yang bertandatangan dibawah ini saya :

Nama : H. Misbahrudin, S.Ag., M.M
Jabatan : Wakil Ketua Pelaksana BAZNAS Kota Yogyakarta

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa yang tertera dibawah ini telah melaksanakan Penelitian di lembaga kami :

Nama : Mohammad Fahmi Ikhwandha
No MHS / NIM : 14312002
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
Jurusan : Akuntansi
Judul Skripsi : " PENGARUH TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS, KEPERCAYAAN AFEKTIF DAN KOGNITIF TERHADAP MINAT BAYAR ZAKAT MELALUI LEMBAGA ZAKAT "

Tanggal Penelitian : 1 Maret 2018

Demikian surat keterangan ini kami buat , untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 27 Rajab 1439
13 April 2018

Wakil Ketua Pelaksana,



H. MISBAHRUDIN, S.Ag., MM

LAMPIRAN 3

KUESIONER

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi saya yang berjudul *“Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Afektif dan Kognitif Terhadap Minat Bayar Zakat Melalui Lembaga Zakat”* yang disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, maka dengan ini saya :

Nama : Mohammad Fahmi Ikhwandha

No. Mahasiswa : 14312002

Jurusan : Akuntansi

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada bapak/ibu bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan penunjuk. Bantuan Bapak/Ibu saya harapkan demi keberhasilan penelitian ini. Jawaban dan identitas Bapak/Ibu akan terjamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kesediaannya Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan terimakasih.

Yogyakarta,.....

Pembimbing

Peneliti

Ataina Hidayati, Dra., M.,Si.,Ph.D.,Ak

Mohammad Fahmi Ikhwandha

1. DATA RESPONDEN :

Nama :

Jenis Kelamin : Perempuan Laki-Laki

Usia : tahun

*) Boleh diisi atau tidak

2. PETUNJUK PENGISIAN

Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban dengan memberi tanda (X) pada salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu. Tersedia empat pilihan jawaban dengan keterangan sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

Kuesioner: Transparansi Pengelolaan Zakat					
A. Transparansi		STS	TS	S	SS
1.	Laporan keuangan BAZNAS diterbitkan secara periodik	1	2	3	4
2.	Laporan keuangan dan pemaparan program mudah diakses oleh publik secara bebas	1	2	3	4
3.	BAZNAS memaparkan segala aktivitas pengelolaan zakat kepada <i>muzakki</i>	1	2	3	4
4.	BAZNAS mempublikasikan laporan keuangan kepada pihak yang berkepentingan	1	2	3	4
5.	BAZNAS mengungkapkan kondisi keuangan secara menyeluruh kepada pihak yang berkepentingan	1	2	3	4

6.	BAZNAS mencantumkan kebijakannya secara tertulis dan mengungkapkannya kepada pihak yang berkepentingan	1	2	3	4
7.	<i>Muzakki</i> memahami kebijakan finansial dan kegiatan yang dikeluarkan/dilakukan oleh BAZNAS	1	2	3	4

Kuesioner: Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Zakat					
B. Akuntabilitas Anggaran		STS	TS	S	SS
8.	Penyaluran zakat dilakukan dengan melihat kebutuhan mustahik	1	2	3	4
9.	Program-program yang dilakukan oleh BAZNAS mampu meningkatkan kesejahteraan mustahik	1	2	3	4
10.	Setiap mustahik menerima zakat secara adil	1	2	3	4
11.	Setiap <i>muzakki</i> mendapat perlakuan yang adil dari lembaga pengelola zakat	1	2	3	4
12.	Program penyaluran zakat yang dilakukan tidak merusak stabilitas lingkungan	1	2	3	4
13.	Zakat disalurkan kepada mustahik yang tepat, yaitu kepada delapan golongan yang berhak menerima zakat	1	2	3	4

Kuesioner: Kepercayaan Dalam Membayar Zakat					
C. AFFECTIVE-BASED TRUST		STS	TS	S	SS
14.	Sebagai muzaki, saya mempunyai kebebasan untuk memberikan ide dan pemikiran saya kepada BAZNAS	1	2	3	4

15.	BAZNAS akan membantu kesulitan yang saya hadapi yang berhubungan dengan pembayaran zakat	1	2	3	4
16.	Jika saya menyampaikan masalah atas pembayaran zakat, BAZNAS akan memberikan tanggapan secara baik	1	2	3	4
17.	Saya merasa kehilangan jika tidak membayar zakat melalui BAZNAS	1	2	3	4
18.	Antara saya dengan BAZNAS mempunyai kedekatan emosi.	1	2	3	4
D. COGNITIF-BASED TRUST		STS	TS	S	SS
19.	Karyawan BAZNAS bekerja secara profesional dan penuh dedikasi	1	2	3	4
20.	Saya tidak melihat alasan untuk meragukan kompetensi dan kemampuan karyawan BAZNAS dalam menjalankan pekerjaannya	1	2	3	4
21.	Saya bisa mengandalkan BAZNAS untuk mengelola zakat yang saya bayarkan.	1	2	3	4
22.	Menurut saya, BAZNAS bisa dipercaya dan dihormati oleh berbagai pihak yang berkepentingan	1	2	3	4
23.	Orang-orang yang saya kenal beranggapan bahwa BAZNAS dapat dipercaya	1	2	3	4
24.	Jika orang tahu lebih banyak tentang BAZNAS, mereka akan tertarik untuk bekerja sama dengannya	1	2	3	4

Kuesioner: Minat Dalam Membayar Zakat					
E. Minat		STS	TS	S	SS
25.	Saya tertarik membayar zakat melalui BAZNAS	1	2	3	4
26.	Untuk tahun ini dan seterusnya, saya ingin membayar zakat melalui BAZNAS	1	2	3	4
27.	Saya mempunyai keyakinan bahwa membayar zakat melalui BAZNAS adalah pilihan terbaik	1	2	3	4

LAMPIRAN 4

REKAPITULASI DATA

			Transparansi pengelolaan zakat						
			TPZ1	TPZ2	TPZ3	TPZ4	TPZ5	TPZ6	TPZ7
No	JK	Umur	1	2	3	4	5	6	7
1	P	24	4	4	4	3	3	4	3
2	L	22	4	4	4	3	3	3	3
3	P	25	4	4	4	4	4	4	4
4	L	30	4	4	4	4	3	4	4
5	L	28	4	4	3	4	4	3	3
6	L	27	4	4	3	3	3	3	3
7	L	30	4	4	4	4	4	4	4
8	P	45	4	3	4	4	4	4	3
9	L	49	4	4	3	3	3	3	4
10	L	47	2	3	3	2	3	2	2
11	L	53	3	4	3	3	3	3	4
12	L	49	2	3	3	2	3	2	2
13	P	65	4	4	4	4	3	3	4
14	P	27	3	4	3	3	3	3	4
15	L	21	4	4	4	4	4	4	4
16	L	21	4	4	4	4	4	3	4
17	L	23	4	4	4	4	4	4	4
18	L	24	3	3	3	2	3	3	3
19	L	21	3	3	3	4	3	3	3
20	P	23	4	3	4	4	3	3	4
21	L	45	4	4	4	4	4	4	4
22	P	38	3	3	3	3	4	4	4
23	P	24	3	3	3	3	3	3	3
24	P	26	4	4	4	3	3	4	3
25	P	38	4	3	3	3	3	4	3
26	L	52	4	4	3	4	4	4	4
27	L	58	4	4	3	4	4	3	3
28	P	27	4	4	4	3	4	3	4
29	L	31	4	4	3	4	3	2	2
30	L	35	4	4	3	4	3	2	2
31	P	42	4	4	3	3	3	4	3
32	L	38	4	4	3	3	3	4	3
33	L	45	4	4	4	4	3	4	3
34	L	53	4	4	3	4	3	2	2
35	L	28	4	3	3	4	3	2	2
36	L	40	4	4	3	3	2	2	2

37	L	46	3	3	4	4	3	4	3
38	P	27	4	4	3	4	3	2	2
39	P	32	3	4	3	4	3	4	3
40	P	21	4	3	4	4	4	4	4
41	L	21	3	3	3	3	3	3	3
42	L	20	4	4	4	4	3	4	3
43	L	20	4	4	3	4	4	3	3
44	P	32	4	3	3	3	3	2	2
45	L	47	3	3	3	3	3	4	3
46	L	46	4	4	4	4	4	4	4
47	P	51	4	3	3	4	4	4	4
48	L	50	4	4	4	4	4	4	4
49	L	45	3	3	4	4	3	4	4
50	L	51	3	3	3	3	4	3	3
51	P	45	3	3	3	3	3	3	3
52	P	40	3	3	3	3	3	3	3
53	L	49	3	3	3	3	3	3	3
54	L	53	3	3	3	4	4	3	3
55	L	57	3	3	3	3	3	3	3
56	L	45	3	3	3	3	3	3	3
57	P	53	3	2	3	3	3	3	3
58	P	54	4	4	4	4	4	4	4
59	L	43	3	2	3	4	3	4	3
60	P	42	4	4	4	4	4	4	4
61	L	50	3	2	3	3	3	3	3
62	L	20	4	4	3	4	4	4	3
63	P	32	4	4	3	3	4	3	4
64	L	34	4	3	4	4	3	3	3
65	P	36	3	3	3	4	4	3	4
66	L	54	3	3	4	3	3	3	4
67	L	37	4	4	4	4	4	4	4
68	P	56	3	3	3	3	3	3	3
69	P	39	3	3	3	3	3	3	3
70	P	44	3	3	3	3	3	4	3
71	L	48	3	3	3	3	3	3	3
72	P	38	3	4	3	3	3	4	3
73	L	55	3	4	3	3	4	4	4
74	L	40	3	3	3	3	3	3	3
75	L	45	4	4	4	4	4	4	3
76	L	37	4	4	3	3	3	3	3
77	L	54	3	3	3	3	3	3	3
78	P	34	3	3	3	3	3	3	3
79	L	47	4	4	4	4	4	4	4

80	L	43	4	3	3	3	3	3	3
81	L	55	4	3	3	3	3	4	3
82	L	37	4	3	3	3	3	3	4
83	P	30	4	4	4	3	3	4	3
84	P	45	3	3	3	3	3	3	3
85	L	46	4	3	3	3	3	3	3
86	P	42	3	3	3	3	4	4	4
87	P	31	3	3	3	3	3	3	3
88	P	33	4	4	3	3	3	3	3
89	L	41	3	3	3	3	3	3	3
90	P	52	4	4	3	3	3	3	3
91	L	40	3	3	3	3	3	3	3
92	L	42	3	3	3	3	4	3	3
93	L	29	3	3	3	3	4	3	3
94	P	45	3	3	3	3	4	3	4
95	P	32	3	3	3	3	3	3	3
96	L	51	3	4	3	4	3	3	3
97	L	43	4	4	3	4	3	3	3
98	L	52	4	3	4	3	3	3	3
99	L	24	3	3	3	4	3	4	3
100	P	36	4	3	3	3	3	3	3

Akuntabilitas pengelolaan keuangan zakat						Kepercayaan dalam membayar zakat				
						Affective-Based Trust				
APKZ1	APKZ2	APKZ3	APKZ4	APKZ5	APKZ6	ABT1	ABT2	ABT3	ABT4	ABT5
8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2
3	3	2	4	3	4	4	3	2	4	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	3	4	3	3	4	2	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2
3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2
3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
3	3	3	3	4	3	2	4	2	1	2
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2
3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4
4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3
3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	4
3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4
3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3

4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	3	3	2	3	4	2	3
3	3	3	3	2	3	2	1	1	2	1
4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2
4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	2
4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4
4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3

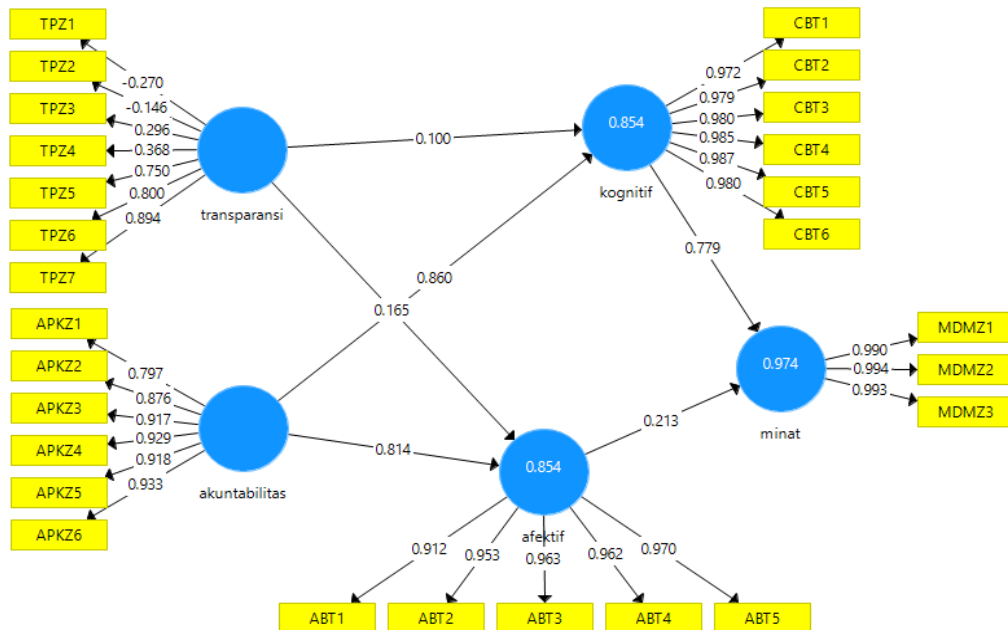
						Minat dalam membayar zakat		
Cognitif-Based Trust								
CBT1	CBT2	CBT3	CBT4	CBT5	CBT6	MDMZ1	MDMZ2	MDMZ3
19	20	21	22	23	24	25	26	27
4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	3	3	3
3	3	4	3	3	4	3	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4
2	2	2	3	2	2	2	2	2
3	2	2	3	2	3	2	2	3
2	3	3	2	2	2	3	3	2
3	3	3	3	3	3	2	2	2
4	3	3	4	4	4	3	3	3
3	2	3	3	3	4	3	2	2
3	3	4	4	4	3	3	2	3
4	3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	4	3	3	4
4	3	3	4	2	3	3	2	3
4	3	3	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3	3
3	4	4	3	4	3	4	3	3
4	4	3	3	3	4	4	3	4
4	3	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	3	4	4	4	4	3
4	3	3	3	3	3	4	4	3
3	3	4	4	4	3	3	3	4
3	3	4	4	4	3	3	3	4
4	4	3	4	4	3	3	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	4	3	3	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4

3	3	3	3	3	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	2	2
2	2	2	2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	2	4	3	4	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	4	4	3	4	4	4	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	4	3	4	3	4	4
4	4	3	4	3	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	2	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	3	3	3

4	3	3	4	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	4	4	3
4	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	4	3	3	3	3	4	3
4	4	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	4

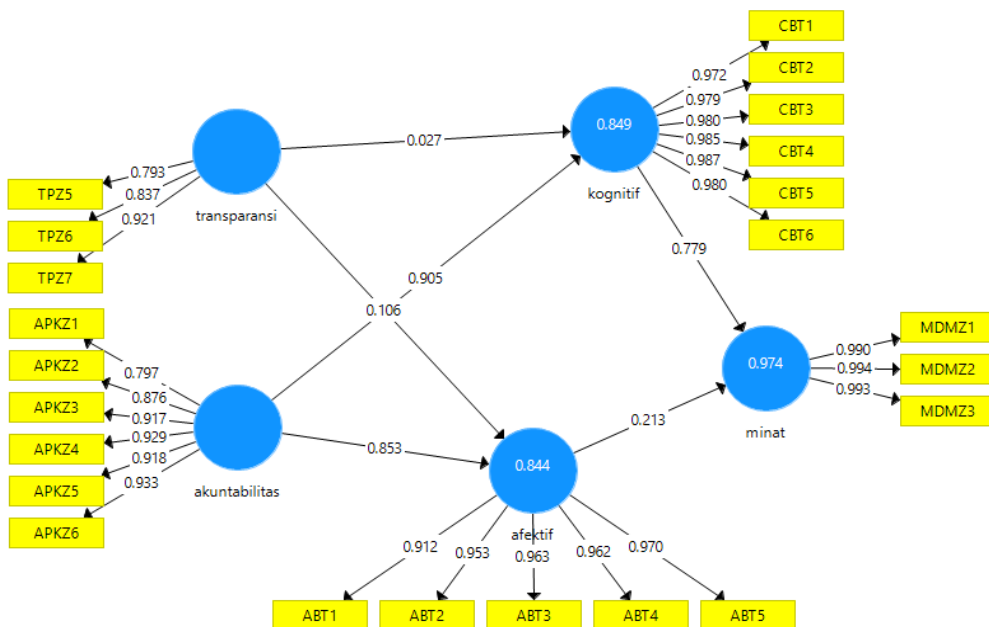
LAMPIRAN 5

Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)



Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan

OuterLoading Sebelum Uji Indikator



Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan

OuterLoading Setelah Uji Indikator

LAMPIRAN 6

UJI VALIDITAS

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

OuterLoading Sebelum Uji Indikator

Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	TPZ1-X1	-0,270	0,5	Tidak Valid
	TPZ2-X1	-0,146	0,5	Tidak Valid
	TPZ3-X1	0,296	0,5	Tidak Valid
	TPZ4-X1	0,368	0,5	Tidak Valid
	TPZ5-X1	0,750	0,5	Valid
	TPZ6-X1	0,800	0,5	Valid
	TPZ7-X1	0,894	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	APKZ1-X2	0,797	0,5	Valid
	APKZ2-X2	0,876	0,5	Valid
	APKZ3-X2	0,917	0,5	Valid
	APKZ4-X2	0,929	0,5	Valid
	APKZ5-X2	0,918	0,5	Valid
	APKZ6-X2	0,933	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	ABT1-Z1	0,912	0,5	Valid
	ABT2-Z1	0,953	0,5	Valid
	ABT3-Z1	0,963	0,5	Valid
	ABT4-Z1	0,962	0,5	Valid
	ABT5-Z1	0,970	0,5	Valid

Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	CBT1-Z2	0,972	0,5	Valid
	CBT2-Z2	0,979	0,5	Valid
	CBT3-Z2	0,980	0,5	Valid
	CBT4-Z2	0,985	0,5	Valid
	CBT5-Z2	0,987	0,5	Valid
	CBT6-Z2	0,980	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	MDMZ1-Y	0,990	0,5	Valid
	MDMZ2-Y	0,994	0,5	Valid
	MDMZ3-Y	0,993	0,5	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) yang Menunjukkan

OuterLoading Setelah Uji Indikator

Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	TPZ5-X1	0,793	0,5	Valid
	TPZ6-X1	0,837	0,5	Valid
	TPZ7-X1	0,921	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	APKZ1-X2	0,797	0,5	Valid
	APKZ2-X2	0,876	0,5	Valid
	APKZ3-X2	0,917	0,5	Valid
	APKZ4-X2	0,929	0,5	Valid
	APKZ5-X2	0,918	0,5	Valid
	APKZ6-X2	0,933	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings	ABT1-Z1	0,912	0,5	Valid
	ABT2-Z1	0,953	0,5	Valid

(convergent Validity)	ABT3-Z1	0,963	0,5	Valid
	ABT4-Z1	0,962	0,5	Valid
	ABT5-Z1	0,970	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	CBT1-Z2	0,972	0,5	Valid
	CBT2-Z2	0,979	0,5	Valid
	CBT3-Z2	0,980	0,5	Valid
	CBT4-Z2	0,985	0,5	Valid
	CBT5-Z2	0,987	0,5	Valid
	CBT6-Z2	0,980	0,5	Valid
Validitas & Reliabilitas	Hasil Uji		Cut off	Status
	Pengaruh	Original Sampel		
Outer Loadings (convergent Validity)	MDMZ1-Y	0,990	0,5	Valid
	MDMZ2-Y	0,994	0,5	Valid
	MDMZ3-Y	0,993	0,5	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Korelasi antar Konstrak (Akar AVE)

	Afektif	Akuntabilitas	Kognitif	Minat	Transparansi	AVE	Kriteria (Korelasi antar konstruk > AVE)	Status
Afektif	0,952					0,907	0,952 >0,907	Valid
Akuntabilitas	0,915	0,896				0,803	0,896 >0,803	Valid
Kognitif	0,968	0,921	0,981			0,962	0,981 >0,962	Valid
Minat	0,967	0,900	0,985	0,992		0,984	0,992 >0,984	Valid
Transparansi	0,602	0,581	0,553	0,510	0,852	0,726	0,852 >0,726	

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

LAMPIRAN 7**UJI REABILITAS***Cronbach's Alpha dan Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
<i>Transparansi</i>	0,812	0,853	0,888
Akuntabilitas	0,951	0,958	0,961
Kepercayaan Afektif	0,974	0,976	0,980
Kepercayaan Kognitif	0,992	0,992	0,993
Minat	0,992	0,992	0,995

LAMPIRAN 8

ANALISIS DESKRIPTIF

Deskriptif Transparansi

Indikator	Mean	Kriteria
BAZNAS mengungkapkan kondisi keuangan secara menyeluruh kepada pihak yang berkepentingan	3,33	Sangat Setuju
BAZNAS mencantumkan kebijakannya secara tertulis dan mengungkapkannya kepada pihak yang berkepentingan	3,32	Sangat Setuju
<i>Muzakki</i> memahami kebijakan finansial dan kegiatan yang dikeluarkan/dilakukan oleh BAZNAS	3,26	Sangat Setuju
Rata-rata penilaian responden	3,30	Sangat Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Deskriptif Akuntabilitas

Indikator	Mean	Kriteria
Penyaluran zakat dilakukan dengan melihat kebutuhan mustahik	3,51	Sangat Setuju
Program-program yang dilakukan oleh BAZNAS mampu meningkatkan kesejahteraan mustahik	3,48	Sangat Setuju
Setiap mustahik menerima zakat secara adil	3,36	Sangat Setuju
Setiap <i>muzakki</i> mendapat perlakuan yang adil dari lembaga pengelola zakat	3,36	Sangat Setuju
Program penyaluran zakat yang dilakukan tidak merusak stabilitas lingkungan	3,44	Sangat Setuju
Zakat disalurkan kepada mustahik yang tepat, yaitu kepada delapan golongan yang berhak menerima zakat	3,57	Sangat Setuju

Rata-rata penilaian responden	3,45	Sangat Setuju
-------------------------------	-------------	----------------------

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Kepercayaan Afektif

Indikator	Mean	Kriteria
Sebagai muzaki, saya mempunyai kebebasan untuk memberikan ide dan pemikiran saya kepada BAZNAS	3,23	Setuju
BAZNAS akan membantu kesulitan yang saya hadapi yang berhubungan dengan pembayaran zakat	3,41	Sangat Setuju
Jika saya menyampaikan masalah atas pembayaran zakat, BAZNAS akan memberikan tanggapan secara baik	3,40	Sangat Setuju
Saya merasa kehilangan jika tidak membayar zakat melalui BAZNAS	3,06	Setuju
Antara saya dengan BAZNAS mempunyai kedekatan emosi.	3,17	Setuju
Rata-rata penilaian responden	3,25	Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Kepercayaan Kognitif

Indikator	Mean	Kriteria
Karyawan BAZNAS bekerja secara profesional dan penuh dedikasi	3,63	Setuju
Saya tidak melihat alasan untuk meragukan kompetensi dan kemampuan karyawan BAZNAS dalam menjalankan pekerjaannya	3,39	Setuju
Saya bisa mengandalkan BAZNAS untuk mengelola zakat yang saya bayarkan.	3,42	Setuju
Menurut saya, BAZNAS bisa dipercaya dan dihormati oleh berbagai pihak yang	3,51	Setuju

berkepentingan		
Orang-orang yang saya kenal beranggapan bahwa BAZNAS dapat dipercaya	3,44	Setuju
Jika orang tahu lebih banyak tentang BAZNAS, mereka akan tertarik untuk bekerja sama dengannya	3,46	
Rata-rata penilaian responden	3,47	Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Minat

Indikator	Mean	Kriteria
Saya tertarik membayar zakat melalui BAZNAS	3,51	Sangat Setuju
Untuk tahun ini dan seterusnya, saya ingin membayar zakat melalui BAZNAS	3,34	Sangat Setuju
Saya mempunyai keyakinan bahwa membayar zakat melalui BAZNAS adalah pilihan terbaik	3,42	Sangat Setuju
Rata-rata penilaian responden	3,42	SangatSetuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

LAMPIRAN 9**UJI DETERMINASI ATAU ANALISIS VARIANS (r^2)****Nilai r^2**

	R Square	R Square Adjusted
Kepercayaan Kognitif	0,849	0,841
Kepercayaan Afektif	0,844	0,846
Minat	0,974	0,973

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

LAMPIRAN 10

UJI HIPOTESIS

Path Coefficient

Hipotesis	Beta (β)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<i>Kepercayaan afektif -> minat</i>	0,213	0,259	0,106	2,016	0,044
<i>Akuntabilitas->Kepercayaan afektif</i>	0,853	0,715	0,199	4,280	0,000
<i>Akuntabilitas->Kepercayaan kognitif</i>	0,905	0,765	0,197	4,604	0,000
<i>Kepercayaan kognitif->Minat</i>	0,779	0,665	0,170	4,581	0,000
<i>Transparansi ->Kepercayaan afektif</i>	0,106	0,163	0,112	0,951	0,342
<i>Transparansi ->Kepercayaan kognitif</i>	0,027	0,074	0,086	0,314	0,753

Sumber: Data Primer Diolah, 2018