

Akuntabilitas, Transparansi, Kualitas Pelayanan dan Niat Muzakki Membayar Zakat

Faruq Waliyulloh¹

Henny Triyana Hasibuan²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: faruqwaliyulloh75@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian mengidentifikasi pengaruh niat muzakki dalam membayar zakat, pengaruh tersebut antara lain akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan. Penelitian dilakukan di Badan Amil Zakat Nasional Kota Denpasar, jumlah responden berjumlah 116 partisipan, dipilih melalui metode nonprobabilitas sampling dan menggunakan teknik sampling jenuh. Jenis data yang dipakai adalah data primer dengan cara pengumpulan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden, kemudian data dianalisis melalui analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa akuntabilitas dan transparansi berpengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat.

Kata Kunci: Akuntabilitas; Transparansi; Kualitas Pelayanan; Niat Muzakki

Accountability, Transparency, Service Quality and Muzakki's Intention to Pay Zakat

ABSTRACT

The research objective is to identify the influence of muzakki's intention to pay zakat, these influences include accountability, transparency, and quality of service. The research was conducted at the National Amil Zakat Agency in Denpasar City, the number of respondents was 116 participants, selected through non-probability sampling method and using saturated sampling technique. The type of data used is primary data by collecting it by distributing questionnaires to the respondents, then the data is analyzed through multiple linear regression analysis. Based on the results of the analysis, it proves that accountability and transparency affect muzakki's intention to pay zakat, while service quality does not affect muzakki's intention to pay zakat.

Keywords: Accountability; Transparency; Quality of Service; Muzakki's Intention

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 33 No. 5
Denpasar, 26 Mei 2023
Hal. 1289-1300

DOI:
10.24843/EJA.2023.v33.i05.p10

PENGUTIPAN:

Waliyulloh, F., & Hasibuan, H. T. (2023). Akuntabilitas, Transparansi, Kualitas Pelayanan dan Niat Muzakki Membayar Zakat. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(5), 1289-1300

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
1 Januari 2023
Artikel Diterima:
23 Maret 2023

PENDAHULUAN

Zakat merupakan sebuah kewajiban bagi umat muslim yang harus dikeluarkan bagi yang telah memenuhi kriteria syariah (muzakki) dengan menyisihkan sebagian hartanya untuk disalurkan kepada golongan yang berhak menerimanya (mustahik) dengan bertujuan untuk membersihkan hartanya. Zakat merupakan mekanisme penting dalam kehidupan bermasyarakat sebab memiliki andil terhadap kesejahteraan masyarakat agar dapat membantu perekonomian si miskin serta memperkuat kemandirian ekonomi seorang muslim (Saad *et al.*, 2014). Zakat juga merupakan suatu instrumen keuangan sosial islam yang berfungsi sebagai jaminan sosial dalam penyelesaian masalah sosial ekonomi, salah satunya kemiskinan (Widiastuti *et al.*, 2022). Fungsi dana zakat bukan hanya untuk menolong perkenomian para mustahik, tetapi juga untuk menjadi alat penyeimbang dalam sektor ekonomi suatu negara (Hamdani *et al.*, 2019) selain itu tujuan produktivitas zakat lebih banyak manfaatnya terlebih pemberdayaannya (Alim, 2015). Potensi dana zakat yang ada di Indonesia sangatlah besar, hal ini telah di jelaskan melalui penelitian yang dilakukan oleh Tambunan, (2021) yang menyatakan bahwa potensi dana zakat yang ada di Indonesia dapat mencapai hampir 217 triliun rupiah pertahun. Kondisi tersebut memberikan peluang besar bagi Indonesia untuk mendorong pembangunan sosial melalui optimalisasi instrumen zakat. (Muhammad *et al.*, 2022). Melihat potensi yang sangat besar, tentu harus ada tempat untuk menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana zakat para muzakki. Indonesia sendiri mengatur perzakatan melalui aturan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. Organisasi Pengelola Zakat yang ada di Indonesia terdiri atas Badan Amil Zakat (BAZ) serta Lembaga Amil Zakat (LAZ).

Peran Organisasi Pengelola Zakat harus dapat mengoptimalkan potensi dana zakat yang ada, selain itu juga peran amil sangat penting untuk mengelola inovasi zakat, dalam hal ini inovasi zakat ialah sumber dana untuk mengurangi kemiskinan karena harta dan pendapatan apa pun adalah objek zakat (Alim, 2015). Efisiensi lembaga zakat sangat penting untuk memastikan fungsi dan penyelolaan dananya agar dapat tersalurkan kepada para penerimanya (Ahmad *et al.*, 2015). Dalam penelitian yang dilakukan Fadilah *et al.*, (2017) menyatakan bahwa peran organisasi zakat ialah untuk menghipun dana zakat dari para muzakki dan disalurkan kepada para mustahik, akan tetapi potensi dana zakat yang cukup besar ini dalam realisasinya masih belum dapat terserap dengan besar, seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Darmawati & Nawarini, (2016) dan Tambunan, (2021) yang menunjukkan bahwa realisasi pencapaian pengumpulan dana zakat sangat kecil sementara jumlah potensi yang ada sangat besar. Melihat ketimpangan potensi dana zakat dengan realisasi penghimpunan yang terkumpul menunjukkan ada permasalahan terkait perzakatan di Indonesia, penelitian yang Antong *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa aspek penghambat penghimpunan dana zakat diantaranya yakni kurangnya kesadaran masyarakat terhadap membayar zakat, dan ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat begitu juga menurut (Muhammad *et al.*, 2022) bahwa Kecilnya dana zakat di Indonesia terkait erat dengan rendahnya kepatuhan masyarakat muslim dalam membayar zakat kepada lembaga zakat.

Kepercayaan merupakan salah satu landasan seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain sehingga memicu tumbuhnya minat dalam diri (Gambetta, 1988). Begitu juga halnya dengan Organisasi Pengelola Zakat harus mempunyai reputasi yang baik agar timbulnya kepercayaan dan minat para muzakki dalam membayar zakatnya. Berdasarkan *Theory of planned behavior* menjelaskan bahwasanya perilaku seseorang dapat timbul disebabkan oleh dorongan atau niat untuk melakukan sebuah tindakan. *Theory of planned behavior* dispesifikan terhadap tingkah laku seseorang serta secara gambaran umum niat seseorang dalam melakukan tindakan dapat diduga dengan tiga aspek diantaranya sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*). Dalam *attitude toward the behavior* atau sikap terhadap sesuatu menjelaskan bahwa pendapat mengenai suatu tingkah laku seseorang dapat didorong oleh keyakinan (*behavioral beliefs*) sebagai hasil dari perilaku yang dilakukan. Keyakinan seseorang mencakup *beliefs strength* serta *outcome evaluation*. Pandangan terhadap suatu tingkah laku dipercaya memiliki pengaruh langsung kepada kemauan seseorang agar dapat berkehendak, yang selanjutnya dihubungkan dengan pengaruh perilaku persepsian serta norma subjektif (Ajzen, 1991).

Terlebih pada penelitian ini dilakukan di wilayah yang merupakan penduduk dengan minoritas muslim, yaitu Denpasar Bali. Mayoritas masyarakat Bali merupakan pemeluk agama Hindu, tetapi Islam bukan merupakan agama yang asing bagi mereka. Islam merupakan agama yang telah lama hidup dan berkembang di tengah-tengah mereka (Fahham, 2018). Setiap individu memiliki nilai toleransi yang cukup tinggi dengan bentuk toleransi yang masih bertahan hingga kini terimplementasikan dalam bentuk kewajiban masing-masing umat beragama, salah satunya nilai religius yang terwariskan kepada kedua umat beragama, salah satunya dalam muslim ada nilai untuk berzakat dan bersedekah (Purnawati & Martayana, 2022). Dengan hal ini lah peneliti ingin melihat dan mengidentifikasi perzakatan yang ada di bali, khususnya kota Denpasar.

Dalam (Ajzen, 1991) menyebutkan bahwa pandangan terhadap sesuatu memiliki pengaruh langsung terhadap kemauan seseorang. Hal serupa juga dengan perzakatan di Indonesia, para muzakki akan menumbuhkan niat untuk membayar zakatnya di Organisasi Pengelola Zakat bila organisasi tersebut dapat memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada para muzakki. Dalam penelitian (Kabib *et al.*, 2021) menyebutkan aspek yang dapat menyebabkan adanya perasaan kurang percaya para muzakki terhadap pengelola zakat yaitu mengenai sikap akuntabilitas serta transparansi yang kurang dilaksanakan para pengelola zakat, selain itu hal serupa juga dikemukakan dalam penelitian Antong *et al.*, (2021) yang menjelaskan faktor para muzakki enggan membayar zakat yaitu kurangnya transparansi yang dilakukan pengelola zakat. Hal ini mengidentifikasi bahwa kinerja Lembaga zakat masih jauh dari harapan (Syakir *et al.*, 2021) Pengelolaan dana zakat dapat mencapai optimal dalam pengumpulan dana zakat jika dalam pengelolaan dana zakat tersebut mampu menghilangkan keraguan para pemberi zakat dengan menerapkan profesionalitas dengan menjalankan asas atau sikap akuntabilitas serta transparansi, karena aspek akuntabilitas dan transparansi merupakan bentuk tanggung jawab pengelola zakat dalam menyelesaikan kewajibannya kepada masyarakat (Kabib *et al.*, 2021).

Tanggung jawab pengelola zakat dilaksanakan dengan cara memaparkan penjelasan maupun pertanggungjawaban mengenai bagaimana pengelola zakat agar dapat menuntaskan tanggung jawabnya terkait pengelolaan dana zakat kepada pihak yang bersangkutan seperti halnya para muzakki serta akhirnya kepada Allah, akantetapi bagi pihak lain seperti penerima zakat atau mustahik, tugas akuntabilitas pengelola zakat dapat dilakukan dengan cara lewat media akuntabilitas yang berupa tindakan berupa memberdayakan para mustahik untuk meminta pertanggungjawaban amil (Saad *et al.*, 2014). Dalam penelitian Antong *et al.*, (2021) juga menyebutkan pengelolaan dana zakat sangat penting dilakukan secara transparan, hal ini akan sangat berdampak terhadap pengaruh kepercayaan para pemberi zakat terhadap pengelola zakat.

Akuntabilitas diartikan sebagai kewajiban pihak yang diberikan amanah untuk menyajikan, melaporkan, pemberian tanggung jawab, pengungkapan segala kegiatan yang dipertanggungjawabkan kepada pemberi amanah (Kabib *et al.*, 2021). Dalam *Theory of planned behavior* dalam aspek *perceived behavioral control* dijelaskan sebagai fungsi dengan didasarkan pada *control beliefs*. *Belief* dapat didapatkan dari pengalaman seseorang mengenai suatu tindakan, informasi yang ditemukan melalui pengamatan terhadap pandangan dirinya maupun pihak luar yang dikenalnya, serta didapatkan dari beberapa aspek lainnya yang bisa meningkatkan ataupun menurunkan pandangan seseorang mengenai taraf kesulitan dalam menjalankan satu tindakan (Ajzen, 2005). Salah satu informasi dalam hal ini adalah akuntabilitas yang harus dapat diperoleh oleh para muzakki agar dapat menambah pengetahuan serta kepercayaan terhadap pengelola zakat. Hasil penelitian Amalia & Widiastuti, (2019), Bolita & Murtani, (2021), serta (Kabib *et al.*, 2021) menjelaskan bahwa akuntabilitas berpengaruh terhadap niat muzakki membayar zakat. Dengan demikian, dengan adanya akuntabilitas pada lembaga amil zakat maka akan menciptakan minat dan kepercayaan para muzakki untuk membayar zakat.

H₁: Akuntabilitas berpengaruh terhadap niat muzakki membayar zakat.

Transparansi berkaitan kuat dengan sikap kejujuran, ketika seseorang mengutarakan informasi, maka pemberi informasi tersebut harus berbicara jujur sampai tidak ada satu hal pun yang terhindar dari pemahaman penerima informasi termasuk harus menyampaikan segala rencana yang mereka akan laksanakan kepada pihak pemberi amanat, dalam hal ini ialah masyarakat dan para muzaki itu sendiri (Amalia & Widiastuti, 2019). *Trust Theory* memandang bahwa kepercayaan merupakan keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya (Gassenheimer & Manolis, 2001). Kepercayaan (*trust*) ialah suatu keyakinan atas perilaku dan perbuatan seseorang yang konsisten dengan apa yang mereka percayai. Kepercayaan merupakan hasil dari proses secara bertahap yang kemudian terkumpul menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan ialah keyakinan kita bahwa di satu produk ada tanda tersendiri (Rosalinda *et al.*, 2021). Mayer *et al.*, (1995) menyatakan bahwa kepercayaan seseorang dapat timbul dari tiga aspek yakni kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Dalam aspek integritas, adanya sesuatu hal yang saling berkaitan dengan suatu sikap perilaku maupun kebiasaan pihak yang dipercayai dalam melakukan suatu pelaksanaan organisasi tersebut. Informasi menjadi hal yang harus diperhatikan, hal ini berkaitan dengan

adanya suatu integritas. Salah satu bentuk integritas Organisasi Pengelola Zakat dengan adanya keterbukaan informasi kepada masyarakat dalam hal ini para muzakki mengenai segala aktivitas yang dilakukan oleh para lembaga tersebut. tingkat transparansi yang tinggi terhadap lembaga dapat meningkatkan disiplin serta memberikan banyak insentif untuk meningkatkan pelayanannya (Srairi, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh (Amalia & Widiastuti, 2019), (Amelia & Murtani, 2020), serta penelitian (Kabib *et al.*, 2021) menyatakan bahwa transparansi berpengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat.

H₂: Transparansi berpengaruh terhadap niat muzakki membayar zakat.

Kualitas Pelayanan diartikan dengan “penilaian atau sikap global berkenaan dengan keunggulan suatu jasa” (Parasuraman *et al.*, 1985), sementara itu arti kualitas pelayanan seringkali disebut sebagai mutu pelayanan Parasuraman *et al.*, (1988) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan ialah perbedaan antara realita dengan ekspektasi para pelanggan terhadap pelayanan yang mereka peroleh. Mayer *et al.*, (1995), menyatakan bahwa kepercayaan seseorang dapat diciptakan melalui tiga hal yakni kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Dalam aspek kemampuan (*ability*) faktor yang harus dimiliki oleh organisasi ialah kemampuan dan kompetensi terhadap menjalankan setiap tugasnya, seperti bagaimana suatu organisasi mampu mempersiapkan, merespons, hingga melindungi adanya gangguan dari pihak lain. Dalam hal ini adalah Badan Amil Zakat yang harus mampu meningkatkan kualitas pelayanannya untuk dapat menarik para muzakki datang dan mengeluarkan zakatnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rochman *et al.*, 2017), (Musqari & Huda, 2018), dan penelitian (Syakuro & Fikriyah, 2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan para muzakki. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat maka akan semakin puas para muzakki menyetorkan dana zakatnya kepada Lembaga tersebut.

H₃: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap niat muzakki membayar zakat.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian dilaksanakan di Badan Amil Zakat Nasional Kota Denpasar dengan objek penelitian ialah niat para muzakki perorangan. Populasi penelitian ialah muzakki perorangan sebanyak 116 responden dengan pengambilan sampel *nonprobabilitas sampling* dengan teknik sampling jenuh. Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel dengan semua populasi dijadikan sampel, sampling jenuh juga dapat dikatakan sensus, dengan seluruh populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2018). Variabel penelitian ialah akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan dengan pengukuran menggunakan skala likert. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh dari menyebarkan kuesioner kepada para muzakki atau responden. Uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji regresi lineal berganda digunakan sebagai teknik analisis data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik para responden penelitian ini dikelompokkan menurut jenis kelamin dan usia dengan jumlah responden sebanyak 116 terdapat dengan persentase terbesar berjenis kelamin laki-laki dengan 71 persen, dan presentase terbesar pada rentang usia kurang dari 40. Hal ini terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Keterangan	Jumlah orang	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	Laki - Laki	83	71%
	Perempuan	33	29%
2	Usia		
	Kurang dari (<) 40	84	72%
	Diantara 40 - 50	29	25%
	Lebih dari (>) 50	3	3%

Sumber: Data Penelitian, 2022

Untuk mengetahui validitas suatu instrumen dilakukan uji validitas dengan melihat *r* Pearson Correlation lebih dari 0,182. Hasil uji validitas penelitian ini untuk setiap variabel ialah, pertama variabel akuntabilitas setiap pertanyaan dari 1 hingga 6 memiliki nilai secara berurutan $X_{1.1}(0,595)$, $X_{1.2}(0,640)$, $X_{1.3}(0,688)$, $X_{1.4}(0,598)$, $X_{1.5}(0,572)$, $X_{1.6}(0,683)$, kedua variabel transparansi memiliki nilai hasil uji validitas setiap pertanyaan dari 1 hingga 6 ialah, $X_{2.1}(0,251)$, $X_{2.2}(0,709)$, $X_{2.3}(0,619)$, $X_{2.4}(0,648)$, $X_{2.5}(0,697)$, $X_{2.6}(0,733)$, ketiga variabel kualitas pelayanan memiliki nilai hasil uji validitas setiap pertanyaan dari 1 hingga 8 ialah, $X_{3.1}(0,425)$, $X_{3.2}(0,485)$, $X_{3.3}(0,626)$, $X_{3.4}(0,653)$, $X_{3.5}(0,680)$, $X_{3.6}(0,693)$, $X_{3.7}(0,657)$, $X_{3.8}(0,589)$, dan yang terakhir variabel niat muzakki memiliki nilai hasil uji validitas setiap pertanyaan dari 1 hingga 6 ialah $Y_1(0,547)$, $Y_2(0,586)$, $Y_3(0,629)$, $Y_4(0,709)$, $Y_5(0,650)$, $Y_6(0,643)$. Hasil uji validitas dari setiap pertanyaan masing-masing variabel menunjukkan bahwa koefisien korelasi memiliki nilai lebih besar dari pada nilai *r* tabel sebesar 0,182. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa setiap pertanyaan dari variabel penelitian dinyatakan valid.

Untuk mengetahui konsistensi jawaban responden dalam menjawab setiap pernyataan yang mengukur setiap variabel yang ada dilakukan uji reliabilitas melalui nilai dari *cronbach's alpha coefficient*. Kuesioner dapat dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,6. Hasil uji reliabilitas penelitian dapat diketahui pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	cronbach's alpha	Keterangan
1	Akuntabilitas	0,697	Reliabel
2	Transparansi	0,677	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	0,75	Reliabel
4	Niat Muzakki	0,69	Reliabel

Sumber : Data Penelitian, 2022

Pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai dari reliabilitas atau koefisien korelasi setiap variabel lebih besar dari nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,6. Hali ini menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian yang digunakan dinyatakan reliabel. Pengujian statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran suatu data penelitian dengan melihat nilai mean (rata-rata), nilai minimum, nilai maksimum, serta nilai dari standar deviasi. Adapun hasil statistik deskriptif penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Akuntabilitas	116	19	30	25,4914	2,37557
Transparansi	116	19	29	25,4828	2,31623
Kualitas Pelayanan	116	28	39	33,7931	2,81461
Niat Muzakki	116	19	30	25,9655	2,17068

Sumber : Data Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji statistik deskriptif dapat diketahui bahwa banyaknya kuesioner sebanyak 116 yang masing-masing variabel di deskripsikan sebagai berikut: variabel akuntabilitas (X_1) memiliki nilai minimum 19 dan nilai maksimal 30 sehingga diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 25,4914 dan nilai standar deviasi sebesar 2,37557. Variabel transparansi (X_2) memiliki nilai minimum 19 dan nilai maksimal 29 sehingga diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 25,4828 dan nilai standar deviasi sebesar 2,31623. Variabel kualitas Pelayanan (X_3) memiliki nilai minimum 28 dan nilai maksimal 39 sehingga diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 33,7931 dan nilai standar deviasi sebesar 2,81461. Variabel niat muzakki (Y) memiliki nilai minimum 19 dan nilai maksimal 30 sehingga diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 25,9655 dan nilai standar deviasi sebesar 2,17068.

Pengujian asumsi klasik dilakukan agar memberikan kejelasan terhadap koefisien regresi supaya tidak terjadi bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi. Analisis uji asumsi klasik dikerjakan supaya dapat menunjukkan bahwa pengujian yang dijalankan sudah lolos dari normalitas data, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas kemudian pengujian dapat dilakukan ke tahap analisis regresi linear. Hasil dari analisis uji asumsi klasik terdapat pada.

Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, menunjukkan besarnya nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,076 lebih besar dari nilai *alpha* sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa regresi telah memenuhi normalitas. Uji Multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan apakah dalam model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel bebas dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai tolerance memiliki nilai $> 0,1$ serta nilai VIF < 10 , maka model regresi terbebas akan masalah multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4, nilai *tolerance* menunjukkan nilai dari setiap variabel independen lebih dari 0.10 (*tolerance* > 0.10) serta nilai dari VIF < 10 . Hal ini dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Pengujian heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan metode Glejser. Model regresi dapat dikatakan tidak ada gejala heteroskedastisitas apabila signifikansi t pada variabel bebas lebih dari 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas setiap variabel pada Tabel 4 memiliki nilai lebih besar dari signifikansi 0,05 hal ini mengartikan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Uji asumsi klasik yang telah dilakukan dalam penelitian telah terpenuhi, maka pengujian selanjutnya yaitu analisis regresi linear berganda. Pengujian analisis regresi linear berganda digunakan untuk

mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu Niat Muzakki.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	17,400	3,251		5,192	0,000
Akuntabilitas	0,713	0,086	0,78	1,931	0,045
Transparansi	0,145	0,095	0,154	2,523	0,031
Kualitas Pelayanan	0,091	0,077	0,118	1,184	0,239
<i>Adjusted R Square</i>			0,437		
F hitung			4,472		
Sig.F			0,005		

Sumber : Data Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 4, ditemukan persamaan model regresi linear berganda yaitu:

$$Y = 17,400 + 0,713X_1 + 0,145X_2 + 0,091X_3 \dots\dots\dots (1)$$

Konstanta (α) = 17,400 menunjukkan tingkat konstan, jika variabel bebas sama dengan 0 (Nol), maka niat muzakki dalam membayar zakat tidak akan mengalami perubahan atau konstan dengan nilai 17,400. Koefisien regresi akuntabilitas (X_1) sebesar 0,713 menunjukkan bahwa variabel akuntabilitas memiliki hubungan positif terhadap niat muzakki dalam membayar zakat, atau anggapan nilai akuntabilitas meningkat satu satuan, sehingga niat muzakki membayar zakat akan meningkat sebesar satu satuan. Koefisien regresi transparansi (X_2) 0,145 menunjukkan bahwa variabel transparansi memiliki hubungan terhadap niat muzakki dalam membayar zakat atau anggapan nilai transparansi meningkat satu satuan, sehingga niat muzakki membayar zakat akan meningkat sebesar satu satuan. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_3) 0,091 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap niat muzakki dalam membayar zakat, atau anggapan nilai kualitas pelayanan meningkat satu satuan, sehingga niat muzakki membayar zakat akan meningkat sebesar satu satuan.

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur dan menjelaskan seberapa besar kemampuan model menerangkan variasi variabel bebas. Menurut Tabel 4 nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,437 atau 43,7%. Memiliki arti bahwa sebesar 43,7 persen variabel niat muzakki membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Denpasar dapat dijelaskan oleh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya atau 56,3% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam pengujian ini.

Uji kelayakan model (uji F) digunakan untuk menguji variabel independen dalam model penelitian secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Pengujian F variabel bebas dikatakan layak untuk memprediksi variabel terikat jika nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan Tabel 4 hasil uji F memiliki nilai signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa model regresi yang digunakan pada penelitian ini

dinyatakan layak dalam menjelaskan pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap niat muzakki dalam membayar zakat.

Uji hipotesis atau uji t bertujuan untuk pembuktian ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengujian ini jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak, hipotesis ditolak berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat, dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, hipotesis diterima berarti variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.

Menurut hasil uji t pada Tabel 5 nilai signifikansi dari variabel akuntabilitas menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,931 dan nilai signifikansinya sebesar 0,045 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sehingga akuntabilitas memiliki pengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Denpasar. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Amalia & Widiastuti, 2019), (Bolita & Murtani, 2021), serta (Kabib *et al.*, 2021) yang menyatakan bahwa variabel akuntabilitas berpengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat.

Hasil uji t dari variabel transparansi pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,523 dengan nilai signifikansi sebesar 0,031 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa transparansi memiliki pengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Denpasar, hasil ini sesuai dengan penelitian (Amelia & Murtani, 2020), (Bolita & Murtani, 2021), dan (Antong *et al.*, 2021) yang menyebutkan bahwa variabel transparansi berpengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat.

Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,184 dengan nilai signifikansi sebesar 0,239 lebih besar dari nilai taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Denpasar, hasil ini bertolak belakang dengan penelitian (Musqari & Huda, 2018), (Syakuro & Fikriyah, 2020), serta hasil dari (Murdani Nur, 2020) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat.

Implikasi penelitian ini dapat bersumber dari penjelasan yang telah dibahas. Maka, berhubungan dengan implikasi teoritis, penelitian ini menjelaskan bahwa *theory of planned behavior* serta *trust theory* menunjang niat para muzakki dalam membayar zakat. Pada implikasi praktis penelitian ini menghasilkan pemikiran untuk menjadi bahan bagi Badan Amil Zakat Nasional untuk mengoptimalkan dalam menjalankan lembaganya dengan meningkatkan sikap akuntabel, transparan dan kualitas pelayanan terhadap para muzakki, sehingga kedepannya akan ada peningkatan muzakki dalam membayar zakat di lembaga tersebut.

SIMPULAN

Hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan jika akuntabilitas memiliki pengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Denpasar. Transparansi memiliki pengaruh terhadap niat muzakki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Denpasar. Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap niat muzakki dalam

membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Denpasar. Saran yang dapat disampaikan bagi Badan Amil Zakat Nasional Kota Denpasar sebagai pengelola zakat berkewajiban bersikap akuntabel, transparan, dan terus meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para muzakki. Penelitian ini terbatas dengan variabel akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan. Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis, maka dapat mempertimbangkan penentuan variabel lainnya yang diduga mempengaruhi niat para muzakki membayar zakat.

REFERENSI

- Ahmad, R. A. R., Othman, A. M. A., & Salleh, M. S. (2015). Assessing the Satisfaction Level of Zakat Recipients Towards Zakat Management. *Procedia Economics and Finance*, 31, 140-151. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01141-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01141-7)
- Ajzen, I. (1991). Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. Open University Press.
- Alim, M. N. (2015). Utilization and Accounting of Zakat for Productive Purposes in Indonesia: A Review. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 232-236. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.028>
- Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat (Studi Pada Laz Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20473/vol6iss20199pp1756-1769>
- Amelia, L., & Murtani, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Muzakki dalam Membayar Zakat (Studi Baznas Sumatera Utara). *Jurnal Universitas Potensi Utama*, 1(1), 195-205. <https://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/757>
- Antong, Hildawati, & Ramadhan, A. (2021). Pengaruh Pemahaman, Trust, Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Luwu. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 367-378. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v21i02.1340>
- Bolita, F., & Murtani, A. (2021). Analisis Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Pada BAZNAS Sumatera Utara. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1). <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/1340>
- Darmawati, D., & Nawarini, A. T. (2016). Potensi, Pencapaian Pengumpulan Zakat dan Permasalahannya di Kabupaten Banyumas dan Purbalingga. *Al-Tijary Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 141-150. <https://doi.org/https://doi.org/10.21093/at.v1i2.531>
- Fadilah, S., Lesatari, R., & Rosdiana, Y. (2017). Organisasi Pengelola Zakat (OPZ): Deskripsi Pengelolaan Zakat Dari Aspek Lembaga Zakat. *Kajian Akuntansi Universitas Islam Bandung*, 18(2), 148-163. https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/kajian_akuntansi/article/view/3085/1927
- Fahham, A. M. (2018). DINAMIKA HUBUNGAN ANTARUMAT BERAGAMA: POLA HUBUNGAN MUSLIM DAN HINDU DI BALI. *Aspirasi: Jurnal*

- Masalah-Masalah Sosial*, 9(1), 1-16.
<https://doi.org/10.22212/aspirasi.v7i1.1084>
- Gambetta, D. G. (1988). Can we trust trust? *Department of Sociology*, 13, 213-237.
- Gassenheimer, J. B., & Manolis. (2001). The Influence Of Product Customization and Supplier Selection On Future Intention: The Mediating Effects Of Salesperson And Organizational Trust. *Journal Of Managerial Issues* , 13(4), 418-435.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Undip.
- Hamdani, L., Nasution, M. Y., & Marpaung, M. (2019). Solusi Permasalahan Perzakatan di BAZNAS dengan Metode ANP: Studi tentang Implementasi Zakat Core Principles. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1), 40-56. <https://doi.org/https://doi.org/10.18326/muqtasid.v10i1.40-56>
- Kabib, N., al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Lutfi Mustofa, M. T. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341-349. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & David Schoorman, F. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management* , 20(3), 709-734.
- Muhammad, M., Mahri, A. J. W., Nurasiyah, A., & Saad, R. A. J. (2022). Factors Predicting Zakat Compliance Behaviour in Indonesia. *International Journal of Zakat*, 7(1), 47-62. <https://doi.org/https://doi.org/10.37706/ijaz.v7i1.349>
- Murdani Nur, E. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat. *AL-Muqayyad*, 3(2), 126-135. <https://doi.org/10.46963/jam.v3i2.183>
- Musqari, N., & Huda, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Melalui Variabel Kepuasan pada Lembaga Amil Zakat (Studi pada Baituzzakah Pertamina Kantor Pusat). *PERISAI (Islamic Banking and Finance Journal)*, 2(1), 34-53. <https://doi.org/10.21070/perisai.v%vi%i.1469>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Meansuring Consumer Perseption of Service Quality. *Jurnal of Retailing*, 64(1).
- Purnawati, D. M. O., & Martayana, I. P. H. M. (2022). MERAJUT DAKWAH DI PULAU SURGA : PRAKTIK ISLAM INKLUSIF PADA KOMUNITAS MUSLIM DI DESA BEDUGUL TABANAN BALI. *Jurnal Candra Sangkala*, 5(2).
- Rochman, T., Tanjung, H., & Sukarno, F. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki di Amil Zakat Daerah Kabupaten Cilacap. *KASABA: Journal Of Islamic Economy*, 10(2), 176-189. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32832/kasaba.v10i2.2395>
- Rosalinda, M., Abdullah, & Fadli. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Umkm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi Pengelola Zakat Kota

- Bengkulu. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 67–80.
<https://doi.org/doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.1.67-80>
- Saad, R. A. J., Aziz, N. M. A., & Sawandi, N. (2014). Islamic accountability framework in the zakat funds management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 164, 508–515. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.139>
- Srairi, S. (2019). Transparency and bank risk-taking in GCC Islamic banking. *Borsa Istanbul Review*, 19, S64–S74. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2019.02.001>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syakir, M. F., Risfandy, T., & Trinugroho, I. (2021). CEO's social capital and performance of zakat institutions: Cross-country evidence. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 31, 1–9.
<https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100521>
- Syakuro, A. A., & Fikriyah, K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Donatur di Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah (Lazismu) Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 200–209. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p200-209>
- Tambunan, J. (2021). Memaksimalkan Potensi Zakat Melalui Peningkatan Akuntabilitas Lembaga Pengelola Zakat. *Jurnal Islamic Circle*, 2(1), 118–131.
<https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/islamiccircle/article/view/498>
- Widiastuti, T., Mawardi, I., Zulaikha, S., Herianingrum, S., Robani, A., al Mustofa, M. U., & Atiya, N. (2022). The nexus between Islamic social finance, quality of human resource, governance, and poverty. *Heliyon*, 8(12).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11885>