

# Pengaruh Keimanan, Pengetahuan, Akuntabilitas, dan Transparansi terhadap Motivasi Muzakki Membayar Zakat : Studi kasus di Lembaga Amil Zakat Kota Bandar Lampung (*The Influence of Faith, Knowledge, Accountability, and Transparency on Muzakki's Motivation to Pay Zakat: A case study at the Amil Zakat Institution in Bandar Lampung City*)

Jaka Darmawan

IBI Darmajaya, Lampung<sup>1,2,3</sup>[jakadarmawan@darmajaya.ac.id](mailto:jakadarmawan@darmajaya.ac.id)

## Riwayat Artikel

Diterima pada 25 Februari 2023

Direvisi pada 4 April 2023

Disetujui pada 5 April 2023

## Abstract

**Purpose:** The objective of this research was examining and analyzing the factors affecting muzakki (zakat donators) motivation to pay zakat in the Zakat Agency, Bandar Lampung.

**Method:** The sampling technique used in this research was the accidental sampling. The sample of this research was muzakki (zakat donators) paying zakat in Zakat Agency, Bandar Lampung. The data analysis technique used in this research was the multiple regression.

**Result:** The result of this research showed that the understanding and the accountability of zakat had a significant effect on muzakki motivation to pay zakat; however, the level of faith and the financial report transparency did not significantly affect the muzakki motivation to pay zakat.

**Keywords:** *Level of Faith, Understanding of Zakat, Accountability, Financial Report Transparency, Motivation*

**How to cite:** Darmawan, J. (2023). Pengaruh Keimanan, Pengetahuan, Akuntabilitas, dan Transparansi terhadap Motivasi Muzakki Membayar Zakat : Studi kasus di Lembaga Amil Zakat Kota Bandar Lampung. *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(2), 95-102.

## 1. Pendahuluan

Indonesia yang merupakan negara berpenduduk muslim terbesar di dunia dengan jumlah penduduk muslim mencapai 87,1% dari Rp 237 juta jiwa dan memiliki potensi zakat yang sangat besar. Riset IRTI (*Islamic Research and Training Institute*); *Islamic Development Bank* menyatakan potensi ZIS Indonesia sebesar 2% dari produk Domestik Bruto (Huda, 2015). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Baznas bersama IPB yang disampaikan oleh Prof. Didin Hafidhuddin selaku ketua Baznas menyatakan bahwa "Potensi zakat di Indonesia sendiri sangat besar itu hingga mencapai Rp 217 triliun tiaptahunnya. Salah satu indikator kemajuan zakat Indonesia yaitu terjadi peningkatan penghimpunan zakat yang cukup tinggi dari tahun ke tahun. Berdasarkan data hingga saat ini, tren penghimpunan zakat nasional masih sangat positif, dimana total zakat, infaq dan sedekah (ZIS) yang terhimpun dari muzakki melalui lembaga amil mencapai angka Rp1,729 triliun. Angka ini mengalami kenaikan sebesar 15,3% dibanding tahun sebelumnya, dan naik 25 kali lipat dibandingkan dengan data sebelumnya (Huda, 2015). Hal ini didukung oleh pernyataan Direktur Pelaksana Baznas yaitu Teten Kustiawan "Tahun 2014, perolehan zakat melalui amil zakat mencapai Rp2,77 triliun. Pada 2015, target zakat terkumpul Rp4,22 triliun. Pertumbuhan penerimaan zakat semakin baik, mencapai 15,3% per tahun dan angka itu semakin meningkat." Meskipun penyerapan zakat masih sedikit dibanding potensi zakat secara nasional, adanya peningkatan tiap tahunnya merupakan bentuk kenaikan kepatuhan masyarakat muslim dalam membayar zakat.

Potensi dana zakat di Lampung ternyata sangat fantastis, mencapai Rp 1,08 triliun setahun. Sayangnya, realisasi dana zakat dari masyarakat cuma sebesar 10 persen dari potensi yang ada. Ketua Dewan Perwakilan Wilayah (DPW) Forum Zakat Lampung, Juperta Panji Utama, menuturkan, tingginya potensi zakat di Bumi Ruwa Jurai bisa dihitung dari jumlah penduduk Lampung saat ini. Penduduk Lampung saat ini kurang lebih sekitar 9 juta jiwa. Dari populasi itu, sekitar 80 persen atau 7,2 juta penduduk merupakan umat muslim. "Kalau bicara potensi pasti besar. Tetapi (realisasi) tidak bisa mendekati. Realisasinya kalau di Lampung, kalau dari potensi per bulan Rp 90 miliar, realisasinya itu (Rp 90 miliar) per tahun. Jadi ya hanya sekitar 10 persen yang bisa terealisasi," ucap Juperta. (Tribunlampung.Co.Id, Bandar Lampung, 2016). Akuntabilitas juga tersirat dalam Al- Qur'an surat Al-Baqarah 282, yang mewajibkan pencatatan dari setiap aktivitas transaksi. Pencatatan transaksi ini akan memberikan informasi dan akuntabilitas (kekuatan untuk dipertanggungjawabkan) terhadap kondisi riil yang ada kepada publik sebagai obyek, pihak yang juga punya hak untuk mempertanyakannya (Adlan, 2010: 1 dalam Endahwati (2014). Transparansi merupakan salah satu prinsip dalam perwujudan *good governance*. Transparansi dibangun atas dasar kebebasan memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Artinya, informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik secara langsung dapat diperoleh oleh mereka yang membutuhkan. Transparansi mengisyaratkan bahwa laporan tahunan tidak hanya dibuat tetapi juga terbuka dan dapat diakses oleh masyarakat (Trilaksono, Komalasari, Tubarad, & Yuliansyah, 2021).

Wujud perlindungan pemerintah terhadap pengelola Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) tersebut adalah Undang-Undang RI Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, Keputusan Menteri Agama RI Nomor 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, serta Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji Nomor D/ 291 Tahun 2000 tentang pedoman Teknis pengelolaan Zakat (Sucipto, 2011: 1 dalam (Endahwati, 2014). Undang-undang No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, tujuannya supaya organisasi pengelola zakat dan infak/ sedekah dapat menjalankan fungsinya baik sesuai agama maupun negara. Undang-undang zakat mengatur fungsi organisasi pengelola zakat dan infak/ sedekah yang berada dibawah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

## 2. Kajian teori dan hipotesis

### 2.1 Syariah Enterprise Theory

*Shariah enterprise theory* menjelaskan bahwa Allah SWT sebagai pusat segala sesuatu dan menjadi pusat tempat kembalinya manusia dan alam semesta. Oleh karena itu, manusia disini hanya sebagai wakil-Nya (*khalifatul fil ardh*) yang memiliki konsekuensi untuk patuh terhadap semua hukum-hukum Allah dalam membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi manusia dan alam. *Shariah enterprise theory* merupakan *enterprise theory* yang perlu diinternalisasikan dengan nilai Tauhid. *Shariah enterprise theory*, aksioma terpenting yang harus mendasari dalam setiap penetapan konsepnya adalah Allah sebagai Pencipta dan pemilik Tunggal dari seluruh sumber daya yang ada didunia ini. Penggunaan sumber daya oleh manusia dalam persepsi syariah *enterprise theory* baik secara individual dan kolektif memang dibatasi, karena pada prinsipnya segala sumber daya atau harta adalah amanah atau titipan dari Allah SWT, dan *stakeholder* (manusia) hanya diberikan hak. Namun pembatasan tersebut bukan ditujukan untuk Allah SWT, tetapi ditujukan untuk manusia yang mempunyai hak sumber daya tersebut. Seperti firman Allah SWT: "Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat dan taatlah kepada Rasul supaya kamu diberi Rahmat" (QS. An Nur: 56). Firman Allah SWT: Mereka bertanya kepadamu tentang apa yang mereka nafkahkan. Jawablah: "Apakah saja harta yang kamu nafkahkan hendaklah diberikan kepada ibu bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan". Dan apa saja kebaikan yang kamu perbuat maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahui." (QS. Al Baqarah: 215).

Ayat tersebut membimbing kita pada suatu pemahaman bahwa dalam harta kita sebenarnya tersimpan hak orang lain seperti: hak para fakir miskin, anak-anak terlantar, dan ibu sabil. *Syariah enterprise theory* memiliki pandangan dalam distribusi kekayaan (*wealth*) atau nilai tambah (*value*)

*added*) tidak hanya berlaku pada partisipan yang terkait langsung dalam lembaga amil zakat, tetapi juga terhadap pihak lain yang tidak terkait secara langsung terhadap operasi perusahaan (masyarakat dan alam). Pada dasarnya manusia adalah *Khalifatullah fil Ardh* yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh manusia dan alam. Oleh karena itu, untuk mewujudkan nilai keadilan terhadap manusia dan lingkungan alam, maka *shariah enterprise theory* akan membawa kemaslahatan bagi *stockholders, stakeholders*, masyarakat (yang tidak memberikan kontribusi keuangan atau ketrampilan) dan lingkungan alam tanpa meninggalkan kewajiban penting menunaikan zakat sebagai manifestasi ibadah kepada Allah. Implikasi *Syariah Enterprise Theory* pada penelitian ini mengacu dan menguatkan variabel eksogen yaitu akuntabilitas dan transparansi pelaporan keuangan yang menjadi faktor motivasi *muzakki* untuk membayarkan zakatnya di lembaga amil zakat. Salah satu bentuk pertanggungjawaban lembaga amil zakat atas amanah yang diberikan oleh Allah SWT adalah akuntabilitas dan transparansi pelaporan keuangan dari unsur *gharar* (tipuan) untuk menghindari kerugian bagi yang terkait dalam pembiayaan. *Muzakki* sebagai pengguna jasa di lembaga amil zakat yang telah menitipkan atau menyalurkan kelebihan hartanya untuk dizakatkan pastinya berkeinginan pelaksanaan yang sesuai dengan visi dan misi lembaga amil zakat, keterbukaan atas pelaporan keuangan dan sesuai dengan syariah-syariah agama Islam (Rafki, Wiliasih, & Irfany, 2022).

## 2.2 Theory of Planned Behaviour (Teori Tingkah Laku yang Direncanakan)

*Theory of Planned Behavior* (TPB) ditambah sebuah konstruk yang belum ada pada *Theory Reasoned Action* (TRA), yaitu kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Sehingga pada *Theory of Planned Behavior* terdapat 3 (tiga) faktor utama yang mendorong niat seseorang dalam berperilaku yaitu *attitude* (sikap), *subjective norm* (norma subjektif), dan *perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dipersepsikan). *Theory of Planned Behavior* membagi tiga faktor utama yang dapat mempengaruhi tindakan yang diambil oleh individu, yaitu:

1. *Attitude* (Sikap), merupakan suatu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang yang dipelajari untuk memberikan respon positif atau negatif pada penilaian terhadap sesuatu yang diberikan dan bersifat konsisten, sebagai contoh apabila seseorang *muzakki* merasa puas atas suatu produk dan jasa karena mendapatkan nilai manfaat dan sesuai dengan produk dan jasa yang diinginkannya, produk dan jasa yang dimaksud adalah pembagian zakat yang nantinya akan dibagikan kepada yang berhak menerima sesuai dengan apa yang telah dijanjikan lembaga amil tersebut, maka *muzakki* akan memberikan respon positif terhadap produk dan jasa tersebut, sebaliknya jika pembagian zakat tersebut tidak bisa memberikan nilai manfaat dan tidak sesuai dengan spesifikasi produk dan jasa yang diinginkan maka *muzakki* akan memberikan respon negatif.
2. *Subjective norm* (norma subjektif), merupakan persepsi seseorang tentang pemikiran orang lain yang akan mendukung atau tidak mendukungnya dalam melakukan sesuatu. *Subjective norm* mengacu pada tekanan sosial yang dihadapi oleh individu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Nilai dari norma subjektif ini dipengaruhi oleh dua faktor lain yaitu keyakinan normatif (*normative Belief*), suatu keyakinan dari orang-orang bahwa suatu tindakan seharusnya dilakukan atau tidak, dan keinginan untuk memenuhi keyakinan tersebut (*motivation to comply*).
3. *Perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dipersepsikan), dapat memengaruhi niat perilaku, baik secara langsung atau tidak langsung. Keyakinan atas Keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang ditampilkan dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal tersebut mendukung atau menghambat perilakunya tersebut *perceived power* (Nasri dan Charfeddine, 2012). Penggunaan *Theory of Planned Behavior* dalam penelitian ini memiliki implikasi untuk menjelaskan mengenai niat dari perilaku seseorang ketika perilaku tersebut timbul tidak berada dibawah kontrol penuh. *Theory of Planned Behavior* dapat memperkuat variabel eksogen dalam penelitian ini diantaranya periklanan, pemasaran langsung dan penjualan personal sebagai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap *muzakki* dalam menggunakan jasa dan produk yang telah dijanjikan lembaga amil zakat. Ketiga faktor tersebut timbul berdasar salah satu faktor utama yang terdapat pada *Theory of Planned Behavior* yaitu kontrol perilaku yang dirasakan.

### 2.3 Teori Al-Wala' (Loyalitas dalam Islam)

Masalah *al-wala'* (loyalitas/kecintaan) dan *al-bara'* (berlepas diri/kebencian) adalah masalah yang sangat penting dan ditekankan kewajibannya dalam Islam, bahkan merupakan salah satu landasan keimanan yang agung, yang dengan melalaikannya akan menyebabkan rusaknya keimanan seseorang. Syaikh Shaleh bin Fauzan al-Fauzan ketika menjelaskan masalah ini, beliau berkata, "Setelah cinta kepada Allah dan Rasul-Nya, wajib (bagi setiap muslim untuk) mencintai para kekasih Allah (orang-orang yang beriman) dan membenci musuh-musuh-Nya. Karena termasuk prinsip-prinsip dasar akidah Islam adalah kewajiban setiap muslim yang mengimani akidah ini untuk mencintai orang-orang yang mengimani akidah Islam dan membenci orang-orang yang berpaling darinya. Maka seorang muslim (wajib) mencintai dan bersikap loyal kepada orang-orang yang berpegang teguh kepada tauhid dan memurnikan (ibadah kepada Allah *Ta'ala* semata), sebagaimana (dia wajib) membenci dan memusuhi orang-orang yang berbuat syirik (menyekutukan Allah *Ta'ala*) (Juliyanti & Wibowo, 2021). Implementasi Sikap Al-Wala' (Loyalitas) dalam sistem ekonomi Islam yaitu:

1. Implementasi Sikap Al-Wala' (Loyalitas) terhadap Allah SWT  
Bentuk sikap Al-Wala' terhadap Allah SWT adalah dengan cara senantiasa menjalankan perintah-Nya dan menjauhi segala apa yang dilarang oleh Allah SWT, misalnya tidak mencintai orang ataupun benda melebihi cinta kita kepada Allah SWT, mengerjakan ibadah maghdoh dan ghairu maghdoh dengan kontinyu (istiqomah) dengan mengharap keridhaan Allah SWT serta berjihad di jalan Allah SWT (*Fii sabilillah*)
2. Implementasi Sikap Al-Wala' (Loyalitas) terhadap Entitas  
Bentuk sikap Al-Wala' terhadap entitas adalah dengan cara merencanakan, mengkoordinasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan segenap tenaga dan pikiran untuk meningkatkan produktivitas dari entitas Islam sehingga aktivitas dari entitas tersebut dapat bermanfaat untuk kemashlahatan pelanggan dan masyarakat serta lingkungan.
3. Implementasi Sikap Al-Wala' (Loyalitas) terhadap Stakeholder  
Bentuk sikap Al-Wala' terhadap Stakeholder adalah dengan cara memilih stakeholder yang Islami untuk mencapai tujuan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadist (Jayanto, 2016). Implementasi teori Al-Wala' terhadap penelitian ini terdapat secara implisit mendukung variabel motivasi membayar zakat yang merupakan bentuk loyalitas kepada Allah SWT karena menjalankan perintah-Nya sebagai umat Islam salah satunya yaitu zakat, dengan membayar zakat *muzakki* dinilai memiliki loyalitas dalam agamanya. Selain itu teori ini juga dapat mendukung variabel tingkat keimanan hubungan masyarakat dimana nilai-nilai agama berhubungan dengan realisasi hubungan manusia dalam beribadah kepada Allah SWT yang berdampak terhadap pencapaian kehidupan sehari-hari *muzakki*.

### 2.4 Bangunan Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka, serta penelitian terdahulu di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Tingkat Keimanan Terhadap Motivasi *Muzakki* Membayar Zakat.  
Teori *Al-Wala'* (loyalitas) mampu menunjukkan bahwa tingkat keimanan seseorang muncul karena kecintaan yang berasal dari hati yang ikhlas, maka seseorang akan melakukan apa yang diwajibkan dan diperintahkan dengan ikhlas dan baik. Seperti ibadah maupun berzakat. Seseorang yang sudah berakidah Islam harus melakukan semua kewajiban dia yang telah diperintahkan Allah SWT. Zakat merupakan salah satu dari Rukun Islam yang wajib dijalankan bagi umat Islam. Tingkat keimanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat. Hal ini menunjukkan bahwa konsep hubungan antara keimanan kepada ajaran agama yang dianut yaitu agama Islam terbukti dalam membentuk perilaku positif berupaniat berperilaku membayar zakat. Sebagaimana ditunjukkan dalam Al-Quran, disebutkan bahwa keimanan akan mendasari perilaku individu, sehingga manakala keimanan semakin besar maka kemungkinan untuk melakukan perintah-perintah agama akan semakin besar sebaliknya apabila semakin rendah tingkat keimanan dan pengetahuan zakat individu akan lebih cenderung untuk tidak membayar zakat.

**H1: Tingkat keimanan berpengaruh terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat.**

2. Pengaruh Pengetahuan Tentang Zakat Terhadap Motivasi *Muzakki* Membayar Zakat.

Teori atribusi bahwa perilaku yang sepenuhnya oleh faktor internal adalah perilaku yang diyakini berada di bawah kendali. Pengetahuan merupakan salah satu aspek internal dalam diri individu, sehingga perilaku membayar zakat adalah langkah implementasinya. Semakin banyak frekuensi berzakat tersebut akan semakin meningkatkan kapasitas dalam diri tentang zakat yakni pengetahuan dan pemahaman tentang zakat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini, Nurhalim, and Irfany (2022) menunjukkan bahwa pengetahuan tentang zakat memiliki hubungan positif yang mempengaruhi motivasi *muzakki* dalam membayar zakat. Berdasarkan uraian tersebut diduga terdapat hubungan positif antara rutinitas membayar zakat pada pengetahuan sehingga penulis mengajukan hipotesis:

**H2: Pengetahuan tentang zakat berpengaruh signifikan terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat.**

3. Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Motivasi *Muzakki* Membayar Zakat.

*Shariah enterprise theory* mampu menunjukkan bahwa akuntabilitas salah satu pertanggungjawaban kepada Allah SWT dalam menjalankan semua tugas-tugasnya. Oleh karena itu akuntabilitas atau pertanggungjawaban yang dimiliki lembaga amal zakat tersebut bisa membuat seseorang untuk percaya dan ikhlas sepenuh hati membayar zakat di lembaga tersebut semakin tinggi. Penelitian terdahulu yang dilakukan (Hakim, 2014) Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap minat *muzakki* membayar zakat. Hal ini menunjukkan bahwa akuntabilitas merupakan sebuah keinginan *muzakki* atas semua pertanggungjawaban transaksi yang terjadi, visi dan misi lembaga itu terlaksana dengan baik akan membuat keyakinan *muzakki* yang telah mengikhlaskan sebagian hartanya untuk dizakatkan melalui lembaga amal tersebut semakin tinggi.

**H3: Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat.**

4. Transparansi Pelaporan Keuangan Terhadap Motivasi *Muzakki* Membayar Zakat.

*Shariah enterprise theory* mampu menunjukkan bahwa transparansi pelaporan keuangan salah satu pertanggungjawaban kepada Allah SWT dalam menjalankan semua tugas-tugasnya. Oleh karena itu Transparansi adalah upaya yang secara sengaja menyediakan semua informasi yang mampu dirilis secara legal baik positif maupun negatif secara akurat, tepat waktu, seimbang, dan tegas, dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan penalaran publik dan mempertahankan tanggung jawab organisasi atas tindakan, kebijakan, dan praktiknya. Penelitian terdahulu yang dilakukan Hakim (2014). Transparansi pelaporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat *muzakki* membayar zakat. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan *muzakki* yang ditimbulkan dari transparansi pelaporan keuangan sangatlah tinggi, apabila suatu lembaga tidak transparan maka lembaga tersebut tidak akan dipercaya.

**H4: Transparansi pelaporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat.**

### 3. Metode penelitian

Data penelitian dapat diambil dengan beberapa cara atau teknik sesuai dengan jenis data yang tersedia. Apabila data yang tersedia adalah data primer, yakni data yang bersumber langsung dari sumber data tanpa melalui perantara, maka teknik pengambilan data yang dapat digunakan dapat dengan teknik angket atau daftar kuesioner (Wahyudin, 2015). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mencari data tentang tingkat keimanan, pengetahuan tentang zakat, akuntabilitas dan transparansi pelaporan keuangan di Lembaga Amil Zakat Kota Bandar Lampung. Angket dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung dengan memberi tanda *check list*. Kuesioner ini mereplika dari Pangestu tahun 2016 dan bentuk dari kuesioner akan terlampir, dan alat analisis data yang digunakan ialah dengan aplikasi SPSS.

#### 4. Hasil dan pembahasan

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan tingkat signifikan 5% (Ghozali, 2016). Bila nilai signifikan  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini:

Tabel.1 Hasil Uji TCoefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.545	1.785		2.546	.013
KEIMANAN	.227	.097	.244	2.351	.022
PENGETAHUAN	.058	.123	.061	.474	.637
AKUNTABILITAS	.165	.150	.163	1.101	.275
TRANSPARANSI	.600	.164	.443	3.658	.000

a. Dependent Variable: MOTIVASI Sumber data : Olah data SPSS V.20, 2018

Hasil penelitian hipotesis pertama bahwa tingkat keimanan tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi *muzakki* untuk membayar zakat. Karena sebagian orang awam hanya mengerti bayar zakat adalah kewajiban yang dibayarkan pada saat bulan ramadhan saja. Alasannya karena untuk membayar zakat ialah harus muslim, baligh, dan memiliki harta sendiri (Nurhayati, Fadilah, Iss, & Oktaroza, 2018). *Theory of Planned Behavior* mampu menunjukkan bahwa tingkat keimanan mampu mempengaruhi niat *muzakki* membayar zakat dengan cara mencari informasi-informasi yang berkaitan dengan Lembaga Amil Zakat agar menarik *muzakki* untuk membayar zakat ditempat tersebut berupa brosur, spanduk, majalah, dan media iklan lainnya. (Rachmadi, 2014). Berdasarkan hasil hipotesis kedua menyatakan bahwa pengetahuan tentang zakat terdapat pengaruh signifikan terhadap motivasi membayar zakat. Pengujian variabel pengetahuan tentang zakat terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan seseorang maka akan berpengaruh terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat. Alasannya pengetahuan tentang zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat diakibatkan oleh terbentuknya Aqidah atas apa yang telah mereka yakini bahwa yang memerintah untuk berzakat adalah Allah SWT, sebagaimana telah ditunjukan dirukun Islam dan Al-quran. Kota Bandar Lampung memiliki banyak lembaga amil zakat, ini menunjukkan bahwa islam di Indonesia masih kuat dengan apa yang mereka wajibkan dan pastinya dijalankan karena pengetahuan seseorang yang besar.

Faktor personal pada Teori *Al-Wala'* (loyalitas) mempunyai 3 implementasi Sikap *Al-Wala'* dalam sistem ekonomi Islam yaitu: Implementasi sikap *Al-Wala'* (loyalitas) terhadap Allah SWT, Entitas dan Stakeholders. Alasannya motivasi membayar zakat berpengaruh terhadap pengetahuan tentang zakat karena realisasinya *muzakki* akan semakin memiliki pengetahuan yang tinggi atas zakat yang dibayarkannya sesuai dengan ajaran agama Islam, karena *muzakki* meyakini bahwa

perilaku yang mereka lakukan merupakan bentuk loyalitas kepada Allah SWT sesuai teori Al-Wala'. (taslim, 2010) Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian mengenai analisis karakteristik *muzakki* dan tata kelola LAZ terhadap motivasi membayar zakat penghasilan yang dilakukan oleh Kiryanto and Khasanah (2016) menunjukkan bahwa pengetahuan akan mendasari segala perilaku individu, sehingga manakala pengetahuan seseorang semakin besar maka kemungkinan untuk melakukan perintah-perintah agama akan semakin besar.

Hipotesis tiga menunjukkan bahwa variabel akuntabilitas berpengaruh terhadap motivasi membayar zakat. Pengujian akuntabilitas terhadap motivasi *muzakki* menunjukkan bahwa akuntabilitas mempengaruhi penggunaan motivasi *muzakki* membayar zakat. Alasannya akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat diakibatkan oleh kepercayaan yang diberikan oleh lembaga yang menjadi salah satu faktor eksternal dari *muzakki*, Bersifat terbuka dan *Kredibilitas* yang diberikan oleh lembaga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi untuk berzakat dilembaga amal zakat. Akuntabilitas walaupun penelitian ini dilakukan di berbagai LAZ tentu saja harus benar-benar terpercaya karena ini menjadi sebuah kekuatan LAZ untuk memperbanyak *muzakki* di tempatnya. *Shariah enterprise theory* mampu menunjukan bahwa akuntabilitas salah satu pertanggungjawaban kepada Allah SWT dalam menjalankan semua tugas-tugasnya. Oleh karena itu akuntabilitas adalah upaya yang secara sengaja menyediakan semua informasi yang mampu dirilis secara legal baik positif maupun negatif secara akurat, tepat waktu, seimbang, dan tegas, dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan penalaran publik dan mempertahankan tanggung jawab organisasi atas tindakan, kebijakan, dan praktiknya (Ridwansyah, Pentiana, & Irawan, 2022).

Hasil penelitian hipotesis empat menunjukkan bahwa variabel transparansi pelaporan keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi membayar zakat. Karena masih banyak yang membayar sebagian zakatnya langsung melalui *mustahiq* yang diketahui sangat membutuhkan dan belum terjangkau oleh lembaga-lembaga amal zakat. Sisanya, disalurkan lewat lembaga yang dikelola instansi tempatnya bekerja melalui potongan gaji. Namun, memang tidak bisa dipungkiri banyak orang berpikiran bahwa membayar zakat langsung ke para *mustahiq* itu akan lebih efektif. Selain para muzaki bisa langsung melihat kondisi *mustahiq*, jelasnya, cara tersebut memang bisa dibilang baik karena sebagian lembaga ada juga yang mendeteksi siapa yang benar-benar berhak menerima zakat. Teori atribusi memandang individu sebagai psikologi amatir yang mencoba memahami sebab-sebab yang terjadi pada berbagai peristiwa yang dihadapinya. Teori atribusi mencoba menemukan apa yang menyebabkan apa, atau apa yang mendorong siapa melakukan apa. Respon yang kita berikan pada suatu peristiwa bergantung pada interpretasi kita tentang peristiwa itu (Harrold Kelley, 2010).

## 5. Kesimpulan dan saran

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Sampel yang diambil ialah *muzakki* yang membayar zakat di Lembaga Amil Zakat kota Bandar Lampung. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang zakat dan akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat. Sedangkan tingkat keimanan dan transparansi pelaporan keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Amil Zakat kota Bandar Lampung.

### Saran

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan, peneliti akan memberikan beberapa saran perbaikan berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan. Saran yang diberikan peneliti untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk lembaga Amil Zakat yang saya teliti harus meningkatkan komunikasi pemasaran yang berupa hubungan masyarakat dan penjualan personal agar *muzakki* yang telah terdaftar dilembaga amil tersebut semakin yakin terhadap lembaga amil yang mereka percayai dan bisa menambah jumlah *muzakkibaru* untuk mempercayakan zakatnya kepada lembaga amil zakat Kota Semarang.
2. Penelitian selanjutnya bisa dapat menambahkan variabel internal dan eksternal dari *muzakki* serta menambahkan lembaga amil zakat lainnya.
3. Penggunaan instrumen tidak hanya berupa kuesioner, juga bisa dilakukan wawancara secara langsung dengan narasumbernya, agar hasil yang didapat lebih akurat dan tidak terjadi persepsi (pandangan) yang berbeda antar responden dengan peneliti

## Daftar pustaka

- Anggraini, L., Nurhalim, A., & Irfany, M. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Frekuensi Permintaan Konsumen terhadap Muslim Friendly Hotel di Kabupaten Belitung. *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(2), 79-93.
- Endahwati, Y. D. (2014). Akuntabilitas Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS). Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika JINAH*, 4(1).
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). *Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 96.
- Hakim, M. M. (2014). Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Zakat Terhadap Minat Muzakki Di Rumah Zakat Cabang Semarang. *Undergraduate, IAIN Walisongo*.
- Huda, N. (2015). *Zakat perspektif mikro-makro: pendekatan riset*: Prenada Media.
- Jayanto, P. Y. (2016). Introduction Sharia Economic. *Semarang: Cerdas Bersama*.
- Juliyanti, W., & Wibowo, Y. K. (2021). Literature review: implementation of Musharakah Mutanaqisah partnership over the world. *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(1), 1-10.
- Kiryanto, K., & Khasanah, V. N. (2016). Analisis karakteristik muzakki dan tata kelola LAZ terhadap motivasi membayar zakat penghasilan. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 2(1), 51-64.
- Nurhayati, N., Fadilah, S., Iss, A., & Oktaroza, M. L. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi Akuntansi, Akuntabilitas Dan Transparansi Pelaporan Keuangan Terhadap Tingkat Penerimaan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat (Baz) Di Jawa Barat. *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi Dan Humaniora*, 4(1), 577-584.
- Rafki, M., Wiliasih, R., & Irfany, M. I. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Volume Perdagangan Sukuk Ritel SR-008 di Indonesia. *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(2), 95-117.
- Ridwansyah, E., Pentiana, D., & Irawan, I. (2022). Analisis Faktor Faktor yang mempengaruhi Tingkat Keberterimaan Masyarakat terhadap Penerapan Cukai pada Minuman Berpemanis. *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis*, 2(2), 151-167. doi:10.35912/rambis.v2i2.1597
- Trilaksono, I., Komalasari, A., Tubarad, C. P. T., & Yuliansyah, Y. (2021). Pengaruh Islamic Corporate Governance dan Islamic Social Reporting terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia. *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(1), 11-20.
- Wahyudin, A. (2015). *Metodologi Penelitian (Penelitian Bisnis & Pendidikan)*: Unnes Press.