



DETERMINAN FAKTOR MEMBAYAR ZAKAT (Studi Kasus Lazismu Indonesia)

Kamarul Zaman¹, Darini², Siti Hamida Rustiana³
Universitas Muhammadiyah Jakarta
zkamarul93@gmail.com

ABSTRAK (Dalam Bahasa Indonesia)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh muzakki yang terdaftar di LAZISMU seluruh Indonesia dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti, teknik sampel yang digunakan yaitu menggunakan rumus lemeshow sehingga target responden sebanyak 100 orang. Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah Angket (Questioner) dan Data ini akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis statistik yakni partial least square – structural equation model (PLSSEM) yang bertujuan untuk melakukan analisis jalur (path) dengan variabel laten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Akuntabilitas berpengaruh terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan arah pengaruh positif, Transparansi berpengaruh terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan arah pengaruh positif, Literasi zakat berpengaruh terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan arah pengaruh positif, Akuntabilitas berpengaruh terhadap terhadap Tingkat kepercayaan dengan arah pengaruh positif, Transparansi berpengaruh terhadap terhadap Tingkat kepercayaan dengan arah pengaruh positif, Literasi zakat berpengaruh terhadap terhadap Tingkat kepercayaan dengan arah pengaruh positif, Tingkat Kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat pada LAZISMU, Tingkat Kepercayaan terbukti menjadi variabel intervening yang memperkuat hubungan Akuntabilitas terhadap Keputusan Membayar Zakat pada LAZISMU, Tingkat Kepercayaan terbukti menjadi variabel intervening yang memperkuat hubungan Transparansi terhadap Keputusan Membayar Zakat pada LAZISMU dan Tingkat Kepercayaan terbukti menjadi variabel intervening yang memperkuat hubungan Literasi zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat pada LAZISMU, tentang informasi positif lembaga zakat akan meningkatkan kepercayaan masyarakat yang pada akhirnya mendorong masyarakat untuk membayar zakat pada lembaga tersebut

ABSTRACT (In English)

This research uses a quantitative approach with an associative approach. The data source in this research is a primary data source. The population in this research is all muzakki registered at LAZISMU throughout Indonesia with an unknown number. The sampling technique used is using the lemeshow formula so that the target respondents are 100 people. The technique used to collect data in this research is a questionnaire and this data will be analyzed using a quantitative approach using statistical analysis, namely the partial least squares – structural equation model (PLSSEM) which aims to carry out path analysis with latent variables. The results of the research show that Accountability influences the Decision to Pay Zakat with a positive influence, Transparency influences the Decision to Pay Zakat with a positive influence, Zakat literacy influences the Decision to Pay

Kata Kunci :

Akuntabilitas, Transparansi, Literasi zakat, Tingkat Kepercayaan dan Keputusan Membayar Zakat

Keywords :

Accountability, Transparency, Zakat Literacy, Level of Trust and Decision to Pay Zakat



Zakat with a positive influence, Accountability influences the level of trust with a positive influence. Transparency influences the level of trust with a positive influence. Zakat literacy influences the level of trust with a positive influence. The level of public trust in zakat institutions has a positive and significant influence on the decision to pay zakat at LAZISMU. The level of trust is proven to be an intervening variable that strengthens the relationship. intervention that strengthens the relationship between zakat literacy and the decision to pay zakat to LAZISMU, regarding positive information about zakat institutions will increase public trust which ultimately encourages people to pay zakat to these institutions. contains a maximum of 250 words written in one paragraph in Indonesian which is the essence of the introduction, theoretical basis, research methods, results and discussion, conclusions and suggestions without citations. Typed Using This Template Using Font Times New Roman 10 pt, 1 Space Distance with Left Align Justification.

PENDAHULUAN

LAZISMU adalah lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. Latar belakang berdirinya LAZISMU terdiri atas dua faktor. Pertama, fakta Indonesia yang berselimut dengan kemiskinan yang masih meluas, kebodohan dan indeks pembangunan manusia yang sangat rendah. Semuanya berakibat dan sekaligus disebabkan tatanan keadilan sosial yang lemah. Kedua, zakat diyakini mampu bersumbangsih dalam mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia dan mampu mengentaskan kemiskinan. Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi zakat, infaq dan wakaf yang terbilang cukup tinggi. Namun, potensi yang ada belum dapat dikelola dan didayagunakan secara maksimal sehingga tidak memberi dampak yang signifikan bagi penyelesaian persoalan yang ada. Berdirinya LAZISMU dimaksudkan sebagai institusi pengelola zakat dengan manajemen modern yang dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dari penyelesai masalah (problem solver) sosial masyarakat yang terus berkembang. Lembaga zakat dituntut mampu untuk menjamin adanya transparansi dan akuntabilitas dari organisasi. Dalam hal ini terkait dengan UUKP yang diberlakukan sejak tanggal 1 Mei 2010 lalu, bahwa undang-undang tersebut memberikan jaminan atas hak masyarakat untuk memperoleh informasi publik, sekaligus memberikan tanggung jawab kepada lembaga publik untuk menyediakan dan menyajikan informasi kepada masyarakat. Lembaga zakat merupakan salah satu lembaga yang termasuk dalam lembaga publik dikarenakan dananya yang terkumpul bersumber dari sumbangan masyarakat atau donatur yang berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf (Grahesti et al., 2023).

.LANDASAN TEORITIS

Zakat

Zakat merupakan salah satu dari rukun Islam, yaitu rukun Islam ketiga. Zakat merupakan ibadah yang wajib dan penting. Banyak ayat dalam Al Qur'an menerangkan zakat beriringan dengan ibadah wajib yang lain yaitu syahadat, shalat, puasa, dan haji bagi orang mampu. Terdapat delapan puluh dua ayat yang menyebutkan zakat beriringan dengan shalat. Hal ini menunjukkan bahwa zakat mempunyai keterkaitan hubungan yang erat dengan urusan shalat. (Ahmad Hudaifah, dkk. 2020)

Keputusan Membayar Zaka

Keputusan Membayar Zakat adalah tahap proses Keputusan Membayar Zakat dimana konsumen menentukan jadi tidanya membeli, dan jika ya, apa yang dibeli, dan kapan dibeli. Keputusan Membayar Zakat merupakan tindakan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan - permasalahan yang terjadi dan harus di hadapi atau merupakan langkah-langkah yang diambil untuk dapat mencapai tujuan dengan secepat mungkin dengan biaya yang efisien. (Arianty & Andriani, 2021). Keputusan merupakan suatu hasil dari memilih beberapa pilihan yang diyakini sebagai pilihan terbaik dari beberapa pilihan yang tersedia. Dalam proses pengambilan keputusan, seseorang biasanya menunjukkan semua yang terlintas dalam pikiran dan melakukan apa yang menurut mereka perlu untuk membuat pilihan terbaik. Adapun indikator yang digunakan yaitu kemantapan, kebiasaan, melakukan kegiatan ulang.



Tingkat Kepercayaan

Kepercayaan muzaki dalam penelitian ini diartikan sebagai bentuk penilaian dan pengetahuan muzaki mengenai apa yang telah diberikan oleh lembaga pengelolaan zakat kepada muzaki. (Aristi & Azhari, 2021)

Morgan dan Hunt dalam Ferdinand (2016: 21), mendefinisikan kepercayaan adalah “suatu rasa percaya kepada mitra dimana seseorang berhubungan”. Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama. Apabila kepercayaan sudah timbul antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan lebih mudah. Kehadiran komitmen dan kepercayaan menjadi pusat kesuksesan relationship marketing. Relationship marketing mampu memberdayakan kekuatan keinginan konsumen dengan tekanan teknologi informasi untuk memberikan kepuasan konsumen. Adapun indikator yang digunakan yaitu kesungguhan dan ketulusan, Kemampuan dan Integritas.

Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan bentuk pertanggungjawaban yang harus disampaikan oleh suatu entitas yang memperoleh tanggungjawab tersebut kepada pihak yang memberikan tanggungjawab, terkhusus dalam pengelolaan keuangan organisasi ataupun entitas yang bersumber dari eksternal organisasi atau entitas tersebut. Akuntabilitas akan menjadi standar bagi keberhasilan tujuan organisasi dan realisasi prinsip-prinsipnya. (Maret, Masyarakat, & Al-washliyah, 2024) Akuntabilitas merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban dari pihak yang diberi kepercayaan oleh stakeholders dimana nantinya akan menghasilkan keberhasilan atau kegagalan dalam pelaksanaan tugasnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Fajar, 2020). Sementara itu menurut (Garung & Ga, 2020) akuntabilitas merupakan suatu upaya untuk memberikan pertanggungjawaban mengenai segala aktivitas dan kinerja yang telah dilakukan oleh suatu entitas kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun indikator yang digunakan yaitu standar operasional pengelolaan dana, pertanggung jawaban atas kegiatan yang dilakukan

Transparansi

Menurut (Garung & Ga, 2020) transparansi adalah prinsip yang menjamin akses atau kebebasan bagi setiap orang untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, yakni informasi tentang kebijakan, proses pembuatan dan pelaksanaannya, serta hasil-hasil yang dicapai. Sementara itu (Ramadhani, 2021) menyatakan transparansi sebagai prinsip membuka diri kepada hak masyarakat untuk memperoleh akses informasi yang benar, jujur, dan tidak diskriminatif mengenai penyelenggaraan organisasi dengan memperhatikan perlindungan atas hak asasi pribadi, golongan, dan rahasia Negara. Transparansi mengacu pada tingkat keterbukaan dan kejelasan dalam pengelolaan dana zakat oleh organisasi atau entitas yang mengelolanya (Yunus et al., 2023). Ketika organisasi zakat secara aktif memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang bagaimana dana zakat digunakan, ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para pemberi zakat tentang tujuan dan efek dari zakat yang mereka bayar (Rahmat, 2022). Hal ini membuat mereka merasa lebih yakin bahwa zakat mereka akan digunakan dengan benar. Adapun indikator yang digunakan yaitu kualitas informasi dan kebebasan arus informasi.

Literasi Zakat

Menurut BAZNAS (2019) literasi adalah kemampuan menulis, membaca, berbicara dan menghitung. Konsep literasi juga tidak hanya terbatas dalam keempat hal tersebut, tetapi literasi juga akan berdampak ke perilaku seseorang dimasa yang akan datang. Tingkat literasi yang baik akan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan yang berdampak pada perubahan sikap individu ke arah yang lebih baik. Tingkat literasi memiliki hubungan linier dengan perubahan perilaku masyarakat dan juga kehidupan sosial-ekonomi mereka, sehingga pada tahap awal dapat disimpulkan bahwa tinggi dan rendahnya tingkat literasi seseorang akan memberikan dampak terhadap tinggi dan rendahnya kehidupan sosial ekonomi orang tersebut. Literasi zakat merupakan kemampuan seseorang untuk membaca, memahami, menghitung dan mengakses informasi tentang zakat yang dapat meningkatkan kesadaran dalam membayar zakat. (Clarashinta, C., & Rachma, I. 2021) Untuk mengetahui tingkat literasi zakat maka diperlukan alat ukur yang dapat mengukur literasi zakat masyarakat. Adapun indikator yang digunakan yaitu pengetahuan kewajiban membayar zakat, pengetahuan perhitungan, pengetahuan asraf zakat, pengetahuan institusi zakat.

METODE PENELITIAN

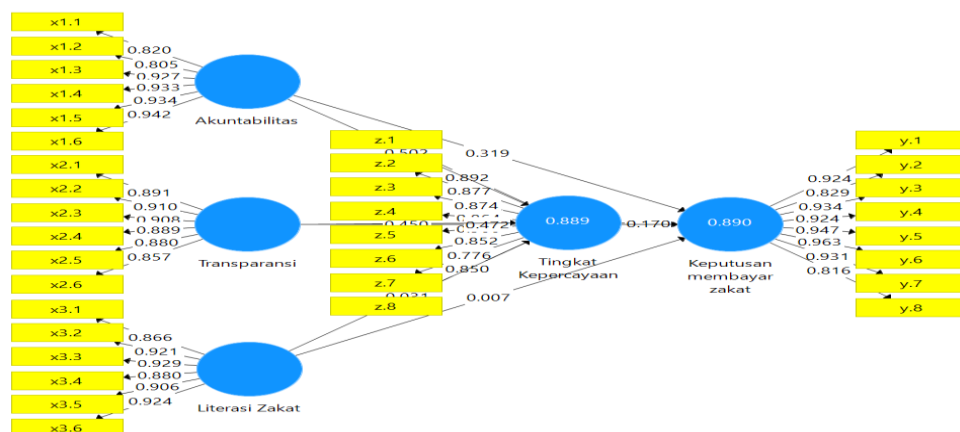
Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif menurut (Sugiyono, 2019) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini juga menggunakan analisis jalur (path), dengan menghubungkan variabel-variabel sesuai dengan arah hubungan yang akan dianalisis. Analisis ini sering disebut sebagai generasi kedua dari analisis multivariate. (Ghozali & Latan 2015) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh muzakki yang terdaftar di LAZISMU seluruh Indonesia dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik lemeshow dengan mengambil 100 responden. Data ini akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis statistik yakni *partial least square – structural equation model* (PLSSEM) yang bertujuan untuk melakukan analisis jalur (path) dengan variabel laten. Analisis ini sering disebut sebagai generasi kedua dari analisis multivariate (Ghozali & Latan 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis model pengukuran (*outer model*) bertujuan untuk mengevaluasi variabel konstruk yang diteliti, validitas (ketepatan), dan reliabilitas (kehandalan) dari suatu variabel. Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis PLS memerlukan 2 tahap untuk menilai fit model dari sebuah model penelitian (Ghozali). Salah satunya adalah analisis *outer model*. Analisis *outer model* digunakan untuk menguji pengukuran yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran yang valid. Ada beberapa indikator dalam analisis *outer model*, diantaranya *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*

1) Convergent Validity

Validitas konvergen digunakan untuk melihat sejauh mana sebuah pengukuran berkorelasi secara positif dengan pengukuran alternative dari konstruk yang sama. Untuk melihat suatu indikator dari suatu variabel konstruk adalah valid atau tidak, maka dilihat dari nilai *outer loading*-nya. Jika nilai *outer loading* lebih besar dari (0,4) maka suatu indikator adalah valid (Hair Jr, et.al, 2017).



Gambar 1. Pengujian Hipotesis

2) Discriminant Validity

Pada bagian ini akan diuraikan hasil uji *discriminant validity*. Uji *discriminant validity* menggunakan nilai *cross loading*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai *cross loading* indikator pada variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya (Ghozali, 2017). Berikut adalah nilai *Average Variant Extracted* (AVE) untuk masing-masing indikator dipersyaratkan nilainya harus $>0,5$ untuk model yang baik (Ghozali, 2017).

Tabel 1
Average Variant Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Akuntabilitas	0.802
Keputusan Membayar Zakat	0.828
Literasi Zakat	0.818
Tingkat Kepercayaan	0.742
Transparansi	0.792

Sumber: Pengolahan Data (2024)

Berdasarkan pada tabel di atas diperoleh hasil bahwa nilai AVE variabel Akuntabilitas, Transparansi, Literasi zakat, Keputusan Membayar Zakat dan Tingkat Kepercayaan $> 0,500$ maka dinyatakan bahwa setiap variabel telah memiliki discriminant validity yang baik.

3) *Composite Reliability*

Composite Reliability adalah bentuk reliabilitas yang digunakan untuk menilai konsistensi hasil lintas item pada suatu tes yang sama. Pengujian konsistensi internal menggunakan nilai reliabilitas komposit dengan kriteria suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai reliabilitas komposit $> 0,600$ (Hair Jr, et.al, 2017).

Tabel 2
Composite Reliability

	Composite Reliability
Akuntabilitas	0.960
Keputusan Membayar Zakat	0.975
Literasi Zakat	0.964
Tingkat Kepercayaan	0.958
Transparansi	0.958

Sumber: Pengolahan Data (2024)

Berdasarkan pada tabel di atas diperoleh hasil bahwa nilai *Composite reliability* variabel Akuntabilitas, Transparansi, Literasi zakat, Keputusan Membayar Zakat dan Tingkat Kepercayaan $> 0,600$ maka dinyatakan bahwa setiap variabel telah reliabel.

4) *Cronbach's Alpha*

Uji reliabilitas dengan *composite reliability* sebelumnya dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach's alpha*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,7$. Berikut adalah nilai *cronbach's alpha* masing-masing variable.

Tabel 3
Cronbachs Alpha

	Cronbach's Alpha
Akuntabilitas	0.950
Keputusan Membayar Zakat	0.970
Literasi Zakat	0.958
Tingkat Kepercayaan	0.950
Transparansi	0.947

Sumber: Pengolahan Data (2024)

Berdasarkan pada tabel di atas diperoleh hasil bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel Akuntabilitas, Transparansi, Literasi zakat, Keputusan Membayar Zakat dan Tingkat Kepercayaan $> 0,700$ maka masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan reliabilitas yang tinggi.

Analisis Model Struktural (*inner Model*)

Setelah memenuhi kriteria *outer model*, selanjutnya dilakukan pengujian model struktural (*inner model*). Pada peneltian ini akan dijelaskan mengenai uji *goodness of fit*.

1) Uji *Path Coefficient*

Evaluasi *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Berdasarkan gambar Skema Penelitian Struktural SEM-PLS menjelaskan bahwa nilai *path coefficient* variabel akuntabilitas sebesar 0,309, variabel Transparansi 0,478,

variabel tingkat kepercayaan sebesar 0,175, berdasarkan uraian tersebut menunjukkan arah hubungan yang positif antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Uji *Goodness of fit*

Koefisien Determinasi (*R Square*) bertujuan untuk mengevaluasi keakuratan prediksi suatu variabel. Dengan kata lain untuk mengevaluasi bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas pada sebuah model jalur (Hair Jr, et.al, 2017). Nilai *R Square* sebesar 0,75 menunjukkan model PLS yang kuat kuat, *R Square* sebesar 0,50 menunjukkan model PLS yang moderat/ sedang dan nilai *R Square* sebesar 0,25 menunjukkan model PLS yang lemah (Ghozali, 2016).

Tabel 4
Koefisien Determinasi

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Membayar Zakat	0.890	0.885
Tingkat Kepercayaan	0.889	0.885

Sumber : Pengolahan Data (2024)

Pada tabel di atas diperoleh hasil pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi terhadap Keputusan Membayar Zakat adalah sebesar 0,890, artinya besaran pengaruh 89%, hal ini berarti menunjukkan PLS yang kuat. Kemudian, Akuntabilitas dan Transparansi terhadap Tingkat Kepercayaan adalah sebesar 0,889, artinya besaran pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi terhadap Tingkat Kepercayaan 88,9% hal ini berarti menunjukkan PLS yang kuat.

a) Pengujian Pengaruh Langsung

Pengujian hipotesis pengaruh langsung bertujuan untuk membuktikan hipotesis-hipotesis pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya secara langsung (tanpa perantara). Jika nilai koefisien jalur adalah positif mengindikasikan bahwa kenaikan nilai suatu variabel diikuti oleh kenaikan nilai variabel lainnya, jika nilai koefisien jalur adalah negatif mengindikasikan bahwa kenaikan suatu variabel diikuti oleh penurunan nilai variabel lainnya. (Hair Jr, et.al, 2017).

Jika nilai probabilitas (*P-Value*) < Alpha (0,05) maka H_0 ditolak (pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya adalah signifikan). Jika nilai probabilitas (*P-Value*) > Alpha (0,05) maka H_0 ditolak (pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya adalah tidak signifikan) (Hair Jr, et.al, 2017).

Tabel 5
Hipotesis Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Akuntabilitas -> Keputusan membayar zakat	0.319	0.311	0.120	2.654	0.008
Akuntabilitas -> Tingkat Kepercayaan	0.502	0.500	0.125	4.005	0.000
Literasi Zakat -> Keputusan membayar zakat	0.007	0.006	0.139	2.272	0.000
Literasi Zakat -> Tingkat Kepercayaan	0.031	0.035	0.135	3.891	0.000
Tingkat Kepercayaan -> Keputusan membayar zakat	0.170	0.173	0.141	3.682	0.000
Transparansi -> Keputusan membayar zakat	0.472	0.475	0.138	3.429	0.001
Transparansi -> Tingkat Kepercayaan	0.450	0.453	0.130	3.461	0.001

Sumber : Pengolahan Data (2024)

b) Pengujian hipotesis intervening

Pengujian hipotesis intervening bertujuan untuk membuktikan hipotesis-hipotesis pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya secara tidak langsung (melalui perantara). Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung > koefisien pengaruh langsung, maka variabel intervening bersifat memediasi hubungan antara satu

variabel dengan variabel lainnya. Sebaliknya, Jika nilai korfisien pengaruh tiak langsung < koefisien pengaruh langsung, maka variabel intervening tidak bersifat memediasi hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Hair Jr, et.al, 2017).

Tabel 5
Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Akuntabilitas -> Tingkat Kepercayaan -> Keputusan Membayar Zakat	0.185	0.086	0.153	2.600	0.000
Transparansi -> Tingkat Kepercayaan -> Keputusan Membayar Zakat	0.177	0.079	0.156	2.357	0.001
Literasi zakat -> Tingkat Kepercayaan -> Keputusan Membayar Zakat	0.115	0.006	0.108	2.675	0.000

Sumber : Pengolahan Data (2024)

Pembahasan

Pengaruh Akuntabilitas terhadap Keputusan Membayar Zakat pada muzakki.

Akuntabilitas yang baik dapat membangun kepercayaan para pemberi zakat terhadap organisasi zakat (Rahmat, 2022). Ketika organisasi secara terbuka melaporkan bagaimana dana zakat digunakan, melakukan audit, dan memberikan transparansi dalam pengelolaan dana, para pemberi zakat merasa yakin bahwa organisasi tersebut bertanggung jawab dan dapat dipercaya (Yunus et al., 2023). Kepercayaan yang dibangun ini dapat menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan mereka untuk membayar zakat. Akuntabilitas yang tinggi juga dapat menciptakan harapan bahwa dana zakat akan memiliki dampak positif yang signifikan. Ketika organisasi zakat menjelaskan dengan jelas bagaimana dana tersebut akan digunakan untuk membantu orang-orang yang membutuhkan, para pemberi zakat merasa bahwa kontribusi mereka akan memberikan manfaat yang nyata. Ini dapat memotivasi mereka untuk membayar zakat secara aktif.

Pengaruh langsung variabel X1 (Akuntabilitas) terhadap variabel Y (Keputusan Membayar Zakat) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,309 (positif), maka peningkatan nilai variabel Akuntabilitas akan diikuti peningkatan variabel Keputusan Membayar Zakat. Pengaruh variabel Akuntabilitas terhadap Keputusan Membayar Zakat memiliki nilai *P-Values* sebesar $0,012 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara Akuntabilitas terhadap Keputusan Membayar Zakat adalah signifikan

Penelitian sebelumnya secara empiris juga telah membuktikan bahwa akuntabilitas mempengaruhi keputusan muzaki untuk membayar zakat di LAZIS (Bolita & Murtani, 2021; Fikri & Najib, 2021; Asminar, 2017).

Pengaruh Transparansi terhadap Keputusan Membayar Zakat pada muzakki.

Transparansi mengacu pada tingkat keterbukaan dan kejelasan dalam pengelolaan dana zakat oleh organisasi atau entitas yang mengelolanya (Yunus et al., 2023). Ketika organisasi zakat secara aktif memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang bagaimana dana zakat digunakan, ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para pemberi zakat tentang tujuan dan efek dari zakat yang mereka bayar (Rahmat, 2022). Hal ini membuat mereka merasa lebih yakin bahwa zakat mereka akan digunakan dengan benar.

Pengaruh langsung variabel X2 (Transparansi) terhadap variabel Y (Keputusan Membayar Zakat) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,478 (positif), maka peningkatan nilai variabel Transparansi akan diikuti peningkatan variabel Keputusan Membayar Zakat. Pengaruh variabel Transparansi terhadap Keputusan Membayar Zakat memiliki nilai *P-Values* sebesar $0,0001 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara Transparansi terhadap Keputusan Membayar Zakat adalah signifikan.

Penelitian sebelumnya secara empiris juga telah membuktikan bahwa transparansi mempengaruhi keputusan muzaki untuk membayar zakat di LAZIS (Bolita & Murtani, 2021; Fikri & Najib, 2021; Asminar,

2017).

Pengaruh Literasi Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat pada muzakki

Literasi zakat dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam membaca, memahami, menghitung dan mengakses informasi tentang zakat yang pada akhirnya tingkat kesadaran dalam membayar zakat akan semakin tinggi. Literasi zakat yang baik untuk seorang muzaki akan berdampak pada kepatuhannya dalam mengeluarkan hartanya untuk berzakat. Cara pandang ekonomi dan sosial agaknya dapat ditambahkan dalam melihat kewajiban zakat, jika selama sebagian masyarakat memandang zakat sebagai iman yang terlepas kaitannya dengan persoalan sosial dan ekonomi, maka saat ini zakat harus dipandang sebagai sumber kekuatan ekonomi yang dapat dipergunakan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan sosial umat Islam. Literasi zakat merupakan kemampuan seseorang untuk membaca, memahami, menghitung dan mengakses informasi tentang zakat yang dapat meningkatkan kesadaran dalam membayar zakat.

Pengaruh langsung variabel X3 (Literasi Zakat) terhadap variabel Y (Keputusan Membayar Zakat) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,007 (positif), maka peningkatan nilai variabel Literasi zakat akan diikuti peningkatan variabel Keputusan Membayar Zakat. Pengaruh variabel Literasi zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat memiliki nilai *P-Values* sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara Literasi zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat adalah signifikan. Peneliti ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Achi Rinaldi (2022) Anton Priyo Nugroho (2024) menyatakan bahwa literasi zakat memiliki pengaruh terhadap keputusan membayar zakat.

Pengaruh Akuntabilitas terhadap Tingkat kepercayaan pada muzakki.

Akuntabilitas merujuk pada sejauh mana organisasi atau entitas yang mengelola zakat bertanggung jawab atas penggunaan dana zakat dengan benar (Kamaruddin et al., 2021). Ketika organisasi zakat menjalankan akuntabilitas yang tinggi, ini menciptakan keyakinan di kalangan muzaki bahwa dana zakat mereka akan dikelola dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip agama atau nilai-nilai yang diinginkan (Walidah & Anah, 2020). Muzaki merasa bahwa organisasi tersebut memiliki komitmen untuk bertanggung jawab terhadap dana yang diberikan oleh muzaki (Jumriani, 2021). Salah satu bagian dari akuntabilitas adalah memberikan informasi yang jelas dan terperinci kepada muzaki tentang penggunaan dana zakat. Ketika organisasi zakat secara aktif memberikan laporan dan informasi yang transparan tentang alokasi dan penggunaan dana zakat, ini membangun kepercayaan muzaki karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana dana zakat mereka digunakan (Rinaldi & Devi, 2022).

Pengaruh langsung variabel X1 (Akuntabilitas) terhadap variabel Z (Tingkat Kepercayaan) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,520 (positif), maka peningkatan nilai variabel Akuntabilitas akan diikuti peningkatan variabel Tingkat Kepercayaan. Pengaruh variabel Akuntabilitas terhadap Tingkat Kepercayaan memiliki nilai *P-Values* sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara Akuntabilitas terhadap Tingkat Kepercayaan adalah signifikan. Penelitian yang dilakukan (Rapindo et al., 2021), Rahayu et al., (2019) dan Hasrina et al., 2018) membuktikan jika akuntabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan muzaki.

Pengaruh Transparansi terhadap Tingkat kepercayaan pada muzakki.

Transparansi membantu muzaki merasa lebih nyaman dan yakin bahwa dana zakat mereka tidak akan disalahgunakan atau digunakan dengan tidak benar (Walidah & Anah, 2020). Muzaki dapat melihat secara langsung bagaimana dana zakat digunakan dan apakah penggunaannya sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Hal ini dapat mengurangi ketidakpastian dan kekhawatiran tentang pengelolaan dana zakat. Transparansi yang baik dapat membangun dan memperkuat kepercayaan muzaki terhadap organisasi atau entitas yang mengelola zakat (Istikhomah & Asrori, 2019). Ketika organisasi zakat secara terbuka melaporkan bagaimana dana zakat digunakan, melakukan audit, dan memberikan akuntabilitas dalam pengelolaan dana, muzaki merasa yakin bahwa organisasi tersebut bertanggung jawab dan dapat dipercaya. Ini membangun hubungan kepercayaan yang positif antara muzaki dan organisasi zakat.

Pengaruh langsung variabel X2 (Transparansi) terhadap variabel Z (Tingkat Kepercayaan) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,434 (positif), maka peningkatan nilai variabel Transparansi akan diikuti peningkatan variabel Tingkat Kepercayaan. Pengaruh variabel Transparansi terhadap Tingkat Kepercayaan memiliki nilai *P-Values* sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara Transparansi terhadap Tingkat Kepercayaan adalah signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Rinaldi & Devi (2022), Ardini &

Asrori (2020), Junjuna et al., (2020) dan Aristi & Azhari (2021) membuktikan bahwa transparansi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan muzaki.

Pengaruh Literasi Zakat terhadap Tingkat Kepercayaan pada muzakki

Literasi merupakan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan seseorang terhadap suatu hal yang dapat mengubah perilaku dan keputusan seseorang akan hal tersebut. (Clarashinta, C., & Rachma, I. 2021) Perkembangan literasi sangat penting untuk diperhatikan, karena literasi merupakan kemampuan awal yang harus dimiliki oleh setiap individu untuk menjalani hidup di masa sekarang dan masa yang akan datang

Zakat adalah sistem sosial, karena ia berfungsi menyelamatkan masyarakat dari kelemahan baik karena bawaan ataupun karena keadaan. Zakat dapat menanggulangi berbagai bencana dan kecelakaan, memberikan santunan kemanusiaan, orang yang berada menolong yang tidak punya, yang kuat membantu yang lemah, orang miskin dan ibn sabil, memperkecil perbedaan antar si kaya dan si miskin. Pengaruh langsung variabel X3 (Literasi zakat) terhadap variabel Z (Tingkat Kepercayaan) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,031 (positif), maka peningkatan nilai variabel Literasi zakat akan diikuti peningkatan variabel Tingkat Kepercayaan. Pengaruh variabel Literasi zakat terhadap Tingkat Kepercayaan memiliki nilai *P-Values* sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara Literasi zakat terhadap Tingkat Kepercayaan adalah signifikan.

Pengaruh Tingkat kepercayaan terhadap Keputusan Membayar Zakat pada muzakki.

Kepercayaan merupakan keyakinan pihak pertama bahwa pihak kedua akan bertindak secara bertanggung jawab tanpa mengambil keuntungan atau mengeksploitasinya (Bin-Nashwan et al., 2023). Kepercayaan dalam konteks penelitian ini dapat berupa kepercayaan terhadap entitas dan kepercayaan terhadap sistem (Bin-Nashwan, 2022). Kepercayaan terhadap entitas berupa kepercayaan individu terhadap lembaga yang mengelola Zakat. Sementara kepercayaan terhadap sistem terkait dengan adanya kepercayaan dari masyarakat bahwa pembayaran Zakat akan disalurkan kepada masyarakat yang berhak. Kepercayaan ini sangat dibutuhkan agar masyarakat bersedia memanfaatkan teknologi dalam pembayaran Zakat (Kusuma & Hardiningsih, 2022).

Pengaruh langsung variabel Z (Tingkat Kepercayaan) terhadap variabel Y (Keputusan Membayar Zakat) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,175 (positif), maka peningkatan nilai variabel Tingkat Kepercayaan akan diikuti peningkatan variabel Keputusan Membayar Zakat. Pengaruh variabel Tingkat Kepercayaan terhadap Keputusan Membayar Zakat memiliki nilai *P-Values* sebesar $0,07 > 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara Tingkat Kepercayaan terhadap Keputusan Membayar Zakat adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lembaga zakat yang dapat mempertanggungjawabkan setiap aktivitasnya secara transparan dan akuntabel akan menciptakan kepercayaan lebih besar dikalangan masyarakat sehingga akan meningkatkan keputusan masyarakat memilih lembaga tersebut dalam membayar zakat. Hal ini sejalan dengan teori kepercayaan dalam pengelolaan organisasi non profit. Penelitian empiris telah memberikan bukti bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran zakat di LAZIS (Aisyah & Sutejo, 2020 dan Elpina & Lubis, 2022).

Pengaruh Akuntabilitas terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan Tingkat kepercayaan sebagai variabel intervening pada muzakki.

Tingkat akuntabilitas yang tinggi oleh LAZIS menciptakan persepsi positif di kalangan muzaki (Bolita & Murtani, 2021). Ini bisa menghasilkan peningkatan kepercayaan bahwa organisasi akan mengelola dana zakat dengan baik.

Nilai *P Values* variabel Akuntabilitas terhadap Keputusan Membayar Zakat yang diintervening Tingkat Kepercayaan sebesar $0,001 < 0,05$, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Tingkat Kepercayaan memediasi pengaruh antara Akuntabilitas terhadap Keputusan Membayar Zakat. Para pemberi zakat yang memiliki kepercayaan yang kuat kepada organisasi zakat cenderung lebih cenderung memberikan zakat secara sukarela dan dalam jumlah yang lebih besar (Kementerian Agama Islam, 2017). Dengan demikian, kepercayaan berfungsi sebagai perantara antara akuntabilitas terhadap keputusan membayar zakat. Dalam konteks pembayaran zakat, kepercayaan memiliki fungsi sebagai intervening, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Maftachul Ningrum (2022) dan Hasibuan (2021).

Pengaruh Transparansi terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan Tingkat kepercayaan sebagai variabel intervening pada muzakki.

Transparansi yang baik menguatkan kepercayaan para pemberi zakat karena mereka memiliki akses

yang jelas dan lengkap ke informasi tentang bagaimana dana zakat digunakan. Transparansi yang baik juga dapat memperkuat persepsi positif terkait akuntabilitas. Sementara itu tingkat kepercayaan yang tinggi pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan para pemberi zakat untuk membayar zakat (Istikhomah & Asrori, 2019). Dengan demikian, kepercayaan berfungsi sebagai perantara antara transparansi terhadap keputusan membayar zakat.

Nilai *P Values* variabel Transparansi terhadap Keputusan Membayar Zakat yang diintervening Tingkat Kepercayaan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Tingkat Kepercayaan memediasi pengaruh antara Transparansi terhadap Keputusan Membayar Zakat. Dalam konteks pembayaran zakat, kepercayaan memiliki fungsi sebagai intervening, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Maftachul Ningrum (2022) dan Hasibuan (2021). Dalam konteks zakat kepercayaan menjadi kunci utama, masyarakat membutuhkan jaminan bahwa dana zakat akan disalurkan secara amanah dan efektif oleh karena itu membangun kepercayaan melalui transparansi laporan keuangan dan akuntabilitas adalah langkah strategis bagi lembaga zakat.

Pengaruh Transparansi terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan Tingkat kepercayaan sebagai variabel intervening pada muzakki.

Literasi adalah kemampuan menulis, membaca, berbicara dan menghitung. Konsep literasi juga tidak hanya terbatas dalam keempat hal tersebut, tetapi literasi juga akan berdampak ke perilaku seseorang dimasa yang akan datang. Tingkat literasi yang baik akan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan yang berdampak pada perubahan sikap individu ke arah yang lebih baik. Tingkat literasi memiliki hubungan linier dengan perubahan perilaku masyarakat dan juga kehidupan sosial-ekonomi mereka, sehingga pada tahap awal dapat disimpulkan bahwa tinggi dan rendahnya tingkat literasi seseorang akan memberikan dampak terhadap tinggi dan rendahnya kehidupan sosial ekonomi orang tersebut.

Dengan adanya pengetahuan yang baik atas lembaga atau institusi penghimpun dan penyaluran zakat ditambah dengan tingkat kepercayaan atas reputasi baik dari lembaga atau institusi penghimpun dan penyaluran zakat maka akan meningkatkan keputusan muzakki dalam membayar zakat. Nilai *P Values* variabel Literasi Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat yang diintervening Tingkat Kepercayaan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Tingkat Kepercayaan memediasi pengaruh antara Literasi Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat.

KESIMPULAN DAN UCAPAN TERIMA KASIH

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat kesimpulan sebagai berikut Akuntabilitas berpengaruh terhadap terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan arah pengaruh positif, hal ini menunjukkan jika Akuntabilitasnya baik maka akan meningkatkan Keputusan Membayar Zakat pada LAZISMU. Transparansi berpengaruh terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan arah pengaruh positif, hal ini menunjukkan jika Transparansinya baik maka akan meningkatkan Keputusan Membayar Zakat pada LAZISMU. Literasi zakat berpengaruh terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan arah pengaruh positif, hal ini menunjukkan jika Literasi zakat nya baik maka akan meningkatkan Keputusan Membayar Zakat pada LAZISMU. Akuntabilitas berpengaruh terhadap terhadap Tingkat kepercayaan dengan arah pengaruh positif, hal ini menunjukkan jika Akuntabilitasnya baik maka akan meningkatkan Tingkat kepercayaan pada LAZISMU. Transparansi berpengaruh terhadap terhadap Tingkat kepercayaan dengan arah pengaruh positif, hal ini menunjukkan jika Transparansi baik maka akan meningkatkan Tingkat kepercayaan pada LAZISMU. Literasi zakat berpengaruh terhadap terhadap Tingkat kepercayaan dengan arah pengaruh positif, hal ini menunjukkan jika Literasi zakat nya baik maka akan meningkatkan Tingkat kepercayaan pada LAZISMU. Tingkat Kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat pada LAZISMU, hal ini menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan menciptakan rasa aman dan keyakinan bahwa dana zakat akan digunakan dengan baik. Tingkat Kepercayaan terbukti menjadi variabel intervening yang memperkuat hubungan Akuntabilitas terhadap Keputusan Membayar Zakat pada LAZISMU, artinya akuntabilitas yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat yang pada akhirnya mendorong masyarakat untuk membayar zakat pada lembaga tersebut. Tingkat Kepercayaan terbukti menjadi variabel intervening yang memperkuat hubungan Transparansi terhadap Keputusan Membayar Zakat pada LAZISMU, artinya transparansi yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat yang pada akhirnya mendorong masyarakat untuk membayar zakat pada lembaga tersebut. Tingkat Kepercayaan terbukti menjadi variabel intervening yang memperkuat hubungan Literasi zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat pada LAZISMU, artinya literasi zakat yang baik tentang informasi positif

lembaga zakat akan meningkatkan kepercayaan masyarakat yang pada akhirnya mendorong masyarakat untuk membayar zakat pada lembaga tersebut.

REFERENSI

- Ahmad Hudaifah, B Tutuko, Salman Abdurrubi P., Aisyah Adina Ishaq, Maulidy Albar. 2020. Sinergi Pengelolaan Zakat Di Indonesia. Surabaya. Scopindo Media Pustaka, 2-3
- Al Balushi, Y., Locke, S., & Boulanouar, Z. (2019). Determinants of the decision to adopt Islamic finance: Evidence from Oman. *ISRA: International Journal of Islamic Finance*, 11(1), 6-26. <https://doi.org/10.1108/IJIF-02-2018-0020>
- Ardini, Y., & Asrori. (2020). Kepercayaan Muzakki pada Organisasi Pengelola Zakat: Studi Empiris tentang Pengaruh Mediasi Akuntabilitas dan Transparansi. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 133–149. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37241>.
- Annur, C. M. (2023). Populasi Muslim Indonesia Terbanyak di Asia Tenggara, Berapa Jumlahnya? *dataooks*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/populasi-muslim-indonesia-terbanyak-di-asia-tenggara-berapa-jumlahnya>
- April, N., & Arwani, A. (2024). Eksplorasi Peran Teknologi Blockchain dalam Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas dalam Keuangan Islam : Tinjauan Sistematis, 2(2), 23–37.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Arifin, W. U., Muchlis, S., & Suhartono, S. (2020). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Fairness Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah dengan Pemanfaatan Accounting Information System Sebagai Pemoderasi. *ISAFIR: Islamic Accounting and Finance Review*, 1(2), 67–82.
- Fajar Panuluh, G. (2020). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Partisipasi Terhadap Pengelolaan Dana Desa Di Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun, 2(1), 10–20. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Febri, R. Y. (2024). Pengaruh Transparansi dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Muzzaki dalam Membayar Zakat di Baznas Kota Jambi, (1).
- Garung, C. Y., & Ga, L. L. (2020). Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Pengelolaan Alokasi Dana Desa (Add) Dalam Pencapaian Good Governance Pada Desa Manulea, Kecamatan Sasitamean, Kabupaten Malaka. *Jurnal Akuntansi: Transparansi Dan Akuntabilitas*, 8(1), 19–27.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Grahesti, A., Hutami, A. S., & Rohmah, J. M. (2023). Pengaruh Akuntabilitas, Kredibilitas, dan Transparansi Terhadap Minat Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1421–1429.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). *Advanced Issues In Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Sage Publications.
- Harjono, I., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Pengelolaan Lembaga Amil Zakat dan Pengentasan Kemiskinan Terhadap Kepercayaan Muzakki, 3(2), 61–69.
- Hermawati, A. I., & Setia, N. N. (2024). Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Kepercayaan Muzzaki dalam Membayar Zakat di Baznas Provinsi Jawa Barat. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 4(2), 264–272. Retrieved from <https://doi.org/10.35313/jaief.v4i2.5741>
- Huda, N., Anggraini, D., Ali, K. M., Mardoni, Y., & Rini, N. (2014). Prioritas solusi permasalahan pengelolaan zakat dengan metode AHP (studi di Banten dan Kalimantan Selatan). *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(2).



- Irwansyah, Subhan, M., & Alawiyah, R. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi yang mempengaruhi Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(2), 40–57.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mardiasmo, D., Barnes, P. H., & Sakurai, Y. (2008). Implementation of good governance by regional governments in Indonesia: the challenges. *Twelfth Annual Conference of the International Research Society for Public Management*.
- Maret, N., Masyarakat, M., & Al-washliyah, A. Z. (2024). Pengaruh Transparansi , Akuntabilitas dan Kualitas Pengelolaan Zakat , Tuti Anggraini Arnida Wahyuni Lubis Masyarakat Miskin Infaq / Sedekah maupun penyaluran dana zakat , serta masih banyaknya masyarakat dalam penyaluran dana sistem maupun manajemen deng, 3(1).
- Marwa, K. S., & Torano, S. (2023). Akuntabilitas dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, , 5(2), 425-435.
- Nugraha, E.-. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan Muzakkisebagai Variabel Intervening. *Akuntabilitas*, 13(2), 167–186.
- Nugroho, A. P., Syam, F., Semmawi, R., Sasono, H., & Hasibuan, K. (2024). Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, dan Literasi Zakat terhadap Preferensi Muzakki Dalam Memilih Distribusi Zakat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 3193–3204.
- Ramadhani, S. W. (2021). PENGARUH AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI PENGELOLAAN DANA DESA TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT (Studi Kasus: Desa Tambar Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang Provinsi Jawa Timur). *Proaksi*, 8(2), 561–571.
- Rinaldi, A., & Devi, Y. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Propinsi Lampung). *Al-Mal: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 3(1), 64–84.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Soemitra, A. (2017). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah: Edisi Kedua*. Prenada Media.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Tarigan, E. S., Lubis, D. S., & Zein, A. S. (2022). Pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap keputusan muzakki menyalurkan zakat pada Badan Amil Zakat Nasional di Labuhanbatu Selatan. *Profjef*, 01, 236–252. Retrieved from <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/id/eprint/7502%0Ahttp://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/7502/1/1740200052.pdf>
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik (Edisi Kedu.)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.