

**Hubungan Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap
Loyalitas Muzakki Pada Badan Amil Zakat
(Studi Kasus di Kecamatan Tegalsari Banyuwangi)**

Nurul Inayah
IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi
ninailzam2015@gmail.com

Zahrotul Muanisah
IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi
Zahrotul.muani76@gmail.com

ABSTRAK : *The purpose of this discussion are: (1) To find out and analyze the relationship of muzakki trust (X1) to muzakki loyalty on BAZ (Amil Zakat Agency) in Tegalsari District, Banyuwangi Regency. (2) To find out and analyze the relationship of transparency (X2) to muzakki loyalty in BAZ (Badan Amil Zakat) Tegalsari sub-district of Banyuwangi Regency. (3) To determine the accountability relationship (X3) to the muzakki loyalty in BAZ (Amil Zakat Agency) Tegalsari District, Banyuwangi Regency. Based on the results of Product Moment correlation testing using the SPSS 16.0 application obtained: (1) Partially the trust variable is significantly related, with a correlation coefficient (r) 0.380 with a significance of 0.012 <0.05. This means that the confidence variable is related to the level of loyalty of muzakki in service. (2) Partially the transparency variable relates significantly, with a correlation coefficient (r) 0.304 with a significance of 0.038 <0.05. This means that transparency variables relate to the level of loyalty of Muzakki, but some muzakki issue zakat not because of transparency but because of government programs in reducing poverty. And to (3) partially the accountability variable is not significantly related, with the correlation coefficient (r) 0.355 > 0.05, accountability variables are not related to muzakki loyalty because some muzakki lack understanding about accountability.*

Keywords: *Trust, Transparency, Accountability, Loyalty*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam memiliki potensi zakat yang cukup besar. Ihsanuddin dalam Rachim, menyampaikan pernyataan ketua BAZNAS Bambang Sudibyo pada tanggal 30 juni 2016 bahwa zakat yang diserahkan ke BAZNAS atau pun badan penerima zakat yang diakui pemerintah, potensi zakat di Indonesia mencapai 3,7 triliun atau 1,3 persen pada tahun 2015¹.

¹ Rochim, Ainur, Muchamad. 2016. *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Muzakki Pada BAZNAS Kabupaten Tulungagung*. IAIN Tulungagung.

Angka tersebut menunjukkan bahwa Indonesia sebagai negara dengan mayoritas Muslim, bisa mempunyai dampak yang luar biasa dalam mengentaskan kemiskinan.

Namun edukasi yang minim mengenai zakat, infak maupun sedekah menjadi hambatan dalam pengumpulan ziswaf itu sendiri. Hal itu pula membuat masyarakat kebingungan untuk mendistribusikan zakat sehingga masih banyak masyarakat yang memilih untuk mendistribusikannya secara pribadi daripada menyalurkannya terlebih dahulu ke suatu lembaga. BAZNAS dan BAZ sebagai lembaga pengelola zakat harus terus berusaha keras untuk meningkatkan penerimaan zakat nasional. Peningkatan jumlah *muzakki* harus menjadi perhatian utama, namun BAZ juga harus berupaya keras untuk mempertahankan para *muzakki* yang telah membayar zakatnya melalui Badan Amil Zakat (BAZ). *Muzakki* yang terus menerus membayar zakatnya melalui Badan Amil Zakat (BAZ) akan berpengaruh pada peningkatan penerimaan zakat lembaga tersebut. Maka BAZ harus terus berupaya untuk mempertahankan para *muzakki* yang telah mereka miliki sehingga akan terbentuk loyalitas *muzakki* ².

Potensi zakat di Indonesia sangatlah besar. Salah satu contohnya potensi zakat yang berada di wilayah Jawa Timur. Dalam hitungan kasar, potensi zakat, infak, shodaqah di Jatim mencapai Rp. 5 Trilyun per tahun³. Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah yang telah menindaklanjuti keputusan Menteri Agama Nomor 373 Tahun 2003 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, yaitu dengan Surat Keputusan Bupati Banyuwangi Nomor: 188/468/ KEP/429.011/2013 tentang di bentuknya Susunan Keanggotaan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Banyuwangi periode 2013-2016. Sedangkan penerimaan dana zakat, infak dan shodaqoh di Kabupaten Banyuwangi yang di terima setiap tahunnya meningkat, dalam hitungan kasar Tahun 2011 diperoleh pemasukan ZIS sebesar Rp. 920.506.644 ⁴.

Badan Amil Zakat yang berada di Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi sebagai organisasi pengelola zakat yang berada dibawah pengawasan Pemerintah, sudah saatnya lebih terbuka untuk memberikan informasi dan terbuka untuk menerima masukan dari para *muzakki*, sebagai pihak yang berhak memberikan pengawasan, mengingat peran BAZ (Badan Amil Zakat) Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi terhadap kelayakitasan *muzakki*. Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut : 1). Adakah hubungan kepercayaan terhadap loyalitas *muzakki* pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. 2). Adakah hubungan transparansi terhadap loyalitas *muzakki* pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. 3). Adakah hubungan akuntabilitas terhadap loyalitas *muzakki* pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.

Dalam penelitian terdapat keterbatasan yaitu : 1). Objek penelitian yaitu di BAZ (Badan Amil Zakat) Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. 2). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada kepercayaan *muzakki* (X₁), transparansi (X₂), dan akuntabilitas (X₃) terhadap loyalitas *muzakki* (Y). 3). Jumlah sampel yang digunakan hanya terbatas berdasarkan karakteristik sampel. 4). Alat analisis data yang digunakan yaitu menggunakan Analisis Korelasi *product moment*. 5). Penelitian ini terbatas pada pembahasan studi kasus mengenai peran BAZ (Badan Amil Zakat) terhadap loyalitas *muzakki*.

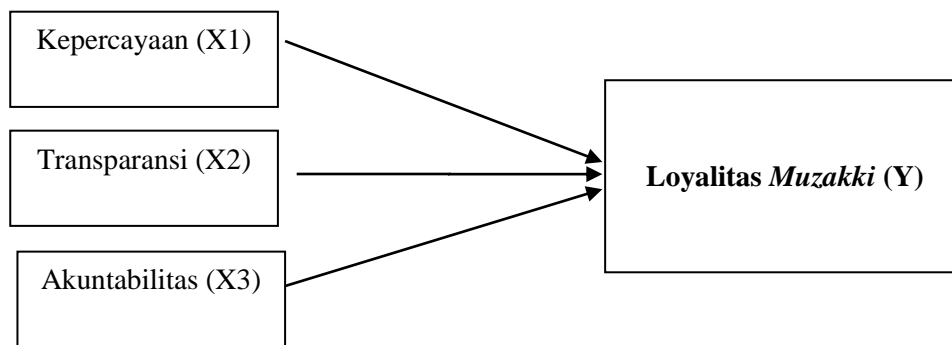
² ibid

³ Sambutan Ketua FOZWIL Jatim dalam Bulletin Tazakka.

⁴ Ibid

Kerangka Konseptual

Untuk mengetahui permasalahan yang akan dibahas perlu adanya kerangka konseptual yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan kebenaran suatu penelitian. Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar



Gambar. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Secara teknis, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pernyataan mengenai populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian ini, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

- H_{a1} : Adanya hubungan kepercayaan dalam meningkatkan loyalitas *muzakki* pada BAZ di Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.
- H_{a2} : Adanya hubungan transparansi dalam meningkatkan loyalitas *muzakki* pada BAZ di Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.
- H_{a3} : Adanya hubungan akuntabilitas dalam meningkatkan loyalitas *muzakki* pada BAZ di Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah pembahasan ini adalah *Explanatory research*. *Explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud untuk menguji hipotesis antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena untuk menunjukkan hubungan antar variabel, menguji teori, dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket, wawancara, dengan alat berupa kalkulator, komputer dan sebagainya ⁵.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi adalah semua nilai hasil perhitungan dan pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek

⁵ Abdullah, Boedi. DR, Prof. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia

lengkap dan jelas. Populasi harus disebutkan secara tersurat, yaitu berkenaan dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang dicakup⁶. Populasi dalam penelitian ini adalah *muzakki* BAZ (Badan Amil Zakat) Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.

Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif⁷. Pertimbangan harus dipenuhi dalam menentukan sampel berdasarkan tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Responden merupakan *muzakki* pada BAZNAS Kecamatan Tegalsari
- b. *Muzakki* yang menjadi responden berjenis kelamin dan perempuan
- c. *Muzakki* yang menjadi responden beragama Islam
- d. *Muzakki* yang menjadi responden mempunyai pekerjaan sebagai guru, PNS dan wiraswasta

Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- a. Kepercayaan (X_1)
Kepercayaan (*trust* atau *belief*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka menurut Jamilatun dalam Yuliafitri adalah, merupakan Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman. Kepercayaan merupakan penilaian atas kredibilitas pihak yang akan dipercaya atas kemampuan pihak yang dipercaya dalam menyelesaikan kewajiban-kewajibannya. Kepercayaan (*trust*) menurut Prasaranphanic, dalam Yuliafitri, merupakan pondasi dari bisnis. Membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan⁸.
- b. Transparansi (X_2)
Transparansi dalam peraturan perundang-undangan KK SAP merupakan ketersediaan informasi yang bersifat terbuka dan jujur kepada masyarakat berdasarkan pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggungjawaban pemerintah dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayakan. Transparansi adalah prinsip yang menjamin akses atau kebebasan bagi setiap orang untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, yakni informasi tentang kebijakan,

⁶ ibid

⁷ Sugiyono, DR, Prof. 2012. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.

⁸ Yuliafitri, Indri. Dan Khoiriyah, Asma, Nur. 2016. Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi, Dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki *Ekonomi Islam*, 1 (2) : 205-218.

proses pembuatan serta hasil yang dicapai menurut Lalolo, dalam Yuliafitri⁹.

c. Akuntabilitas (X_3)

Akuntabilitas dapat diartikan sebagai kewajiban-kewajiban dari individu-individu atau penguasa yang dipercayakan untuk mengelola sumber-sumber daya publik dan yang bersangkutan dengannya kemudian dapat menjawab hal-hal yang menyangkut pertanggungjawabannya. Akuntabilitas terkait erat dengan instrumen untuk kegiatan kontrol terutama dalam hal pencapaian hasil pada pelayanan publik dan menyampaikannya secara transparan kepada masyarakat Akuntabilitas adalah kemampuan memberi jawaban kepada otoritas yang lebih tinggi atas tindakan seseorang/sekelompok orang terhadap masyarakat luas dalam suatu organisasi menurut Syahrudin Rosul dalam Yuliafitri¹⁰.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen (Y) dalam penelitian yang dilakukan adalah Loyalitas. Definisi mengenai Loyalitas (loyalitas jasa), yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Dari definisi yang disampaikan konsumen yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa, ada beberapa faktor dalam meningkatkan loyalitas. Dari definisi yang disampaikan konsumen yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa, ada beberapa faktor dalam meningkatkan loyalitas diantaranya¹¹:

a. Faktor Kualitas Pelayanan

Secara ringkas, kelima dimensi kualitas pelayanan dan ukuran-ukurannya adalah sebagai berikut: *Tangible, Reliability, Responsivness, Assurance, Empathy*. Bagi Badan Amil Zakat (BAZ) kualitas pelayanan menjadi pertimbangan para *muzakki* untuk menyalurkan dana mereka pada suatu BAZ. Kemudahan dalam menyalurkan dana merupakan hal penting bagi para *muzakki*. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada donatormaka semakin baik tanggapan para *muzakki* untuk menyalurkan dana mereka ke lembaga zakat.

b. Faktor Produk

Sebagian perusahaan memberikan nilai unggul melalui kemudahan dan harga rendah yang lain dengan memanjakan pelanggannya dan membuat produk untuk memenuhi kebutuhan khusus yang secara tepat dibutuhkan oleh relung pasar. Hasilnya ialah kesetiaan (keloyalatan) dan preferensi pelanggan yang kuat. Bagi lembaga amil zakat produk yang

⁹ ibid

¹⁰ ibid

¹¹ Sutomo, Najib, Mukhamad. & Djohar, Setiadi. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta) *Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 1 (1): 59-70

diciptakan untuk kepuasan *muzakki* yaitu program-program pendayagunaan zakat, infaq, shadaqah (ZIS). Program yang dibentuk oleh BAZ yang tepat sasaran menjadi pertimbangan para *muzakki* menyalurkan dana mereka pada Badan Amil Zakat (BAZ). *Muzakki* yang lebih rasional dalam preferensi berdonasi akan memperhatikan keinginan dan ketertarikan mereka terhadap program-program yang ditawarkan dan yang telah dijalankan oleh lembaga amil zakat.

c. Faktor Kepercayaan

Dimensi kepercayaan terhadap suatu produk, karyawan, atau penyedia jasa adalah:

- 1) Kredibilitas, berhubungan dengan kepercayaan kepada penyedia jasa.
- 2) Kompetensi, artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penyedia jasa untuk melakukan pelayanan yang diharapkan
- 3) *Courtesy*, yaitu yang meliputi sikap atau moral para penyedia jasa terhadap pemakai.

d. Faktor Nilai Religius

Dalam pengelolaan dana zakat, infaq, shadaqah (ZIS) aspek religius sangat menentukan kelayakan dari para *muzakki*. Indikator dari faktor religius adalah prinsip-prinsip dari lembaga amil zakat. Para amil dituntut memiliki beberapa persyaratan moralitas seperti:

- 1) Amanah, dana ZIS merupakan amanah dari umat yang akan dititipi untuk para *mustahiq*.
- 2) *Sidiq*, semua tindakan yang dilakukan oleh amil harus benar. Baik itu dalam menghimpun, mendistribusikan dana zakat, infaq, shadaqah (ZIS) maupun dalam melayani para *muzakki*.
- 3) Bertanggung jawab, merupakan sifat yang harus dimiliki oleh amil untuk memberikan pertanggungjawaban terhadap dana ZIS yang diamanahi oleh *muzakki*.
- 4) Adil, adil dalam pengertian amil bisa memberikan akses info bantuan untuk seluruh *mustahiq*
- 5) Kasih, sifat kasih menjadi tuntunan untuk memberikan rasa kasih terhadap para *mustahiq* sehingga bagi para *mustahiq* memberikannya ketenangan bathin.
- 6) Gemar menolong, merupakan nilai Islam yang mencontohkan para *muzakki* menyalurkan dananya ke amil untuk distribusikan kepada kaum dhuafa
- 7) Tabah, yakni kuat terhadap problem kaum miskin yang beragam. Besabar dalam menangani berbagai persoalan kaum dhuafa¹².

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan pertimbangan karakteristik responden maka diperoleh 35 orang *muzakki* dari jumlah total *muzakki* pada BAZ Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi dengan perincian sebagai berikut:

- a. 17 orang jenis kelamin laki-laki

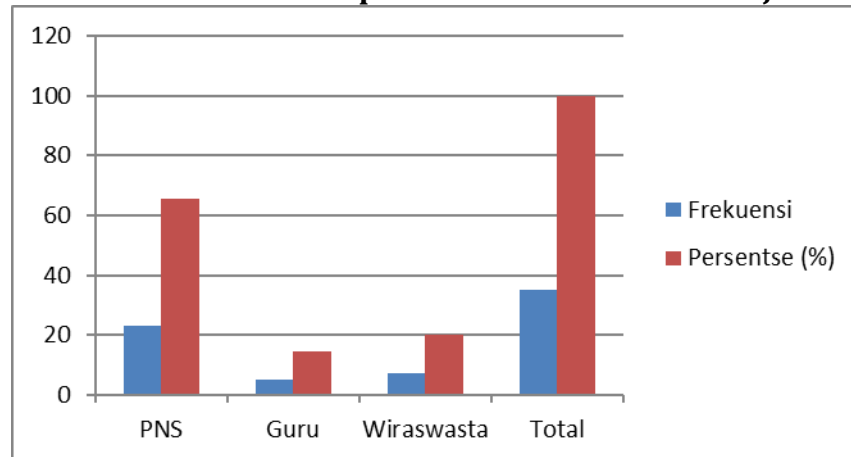
¹² Sutomo, Najib, Mukhamad. & Djohar, Setiadi. 2017

Hubungan Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas *Muzakki* Pada Badan Amil Zakat

- b. 18 orang dengan jenis kelamin perempuan
- c. 23 orang bekerja sebagai PNS
- d. 5 orang bekerja sebagai guru
- e. 7 orang sebagai wiraswasta

Dari perincian jumlah *muzakki* diatas, maka selanjutnya dilakukan tabulasi data dan diperoleh tabel responden berdasarkan Pekerjaan yang terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari pekerjaan warga yang dijadikan responden dapat diketahui bahwa dari 35 responden terdiri dari 23 (65,7%) bekerja sebagai PNS, 5 (14,28%) bekerja sebagai guru, 7 (20%) bekerja sebagai wiraswasta, ini menunjukkan bahwa komposisi responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh para guru.

Analisis Data

Hasil Uji Validitas

Berikut ini adalah kesimpulan dari hasil uji Validitas setiap variabel:

Tabel . Uji Validitas

| Variabel | No. Item | Koefisien korelasi r_{hitung} | Nilai t_{hitung} | Nilai t_{tabel} | Keputusan |
|-------------------|----------|---------------------------------|--------------------|-------------------|-----------|
| Kepercayaan (X1) | 1 | 0,964 | 18,2616 | 2,035 | Valid |
| | 2 | 0,679 | 5,321 | | Valid |
| | 3 | 0,598 | 4,295 | | Valid |
| | 4 | 0,954 | 18,266 | | Valid |
| | 5 | 0,954 | 18,266 | | Valid |
| Transparansi (X2) | 1 | 0,867 | 10,002 | 2,035 | Valid |
| | 2 | 0,867 | 10,002 | | Valid |
| | 3 | 0,676 | 5,268 | | Valid |
| | 4 | 0,757 | 6,660 | | Valid |
| | 5 | 0,761 | 6,736 | | Valid |
| Akuntabilitas | 1 | 0,578 | 4,068 | 2,035 | Valid |

| | | | | | |
|---------------|---|-------|--------|-------|-------|
| s (X3) | 2 | 0,725 | 6,053 | | Valid |
| | 3 | 0,910 | 12,597 | | Valid |
| | 4 | 0,685 | 5,397 | | Valid |
| | 5 | 0,910 | 12,597 | | Valid |
| Loyalitas (Y) | 1 | 0,696 | 5,568 | 2,035 | Valid |
| | 2 | 0,620 | 4,543 | | Valid |
| | 3 | 0,870 | 10,137 | | Valid |
| | 4 | 0,618 | 4,516 | | Valid |
| | 5 | 0,954 | 18,266 | | Valid |

Sumber: Hasil data yang di olah menggunakan excel, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,035). Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Suatu angket dikatakan reliabel, jika pertanyaan atau pernyataan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Rincian pengujian reliabilitas bisa dilihat di lampiran 5, berikut ini adalah kesimpulan dari hasil uji Reliabilitas setiap variabel.

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas

| Variabel | No. Item | Koefisien korelasi (r_b) | Nilai (r_{11}) | Nilai t_{tabel} | Keputusan |
|--------------------|----------|------------------------------|--------------------|-------------------|-----------|
| Kepercayaan (X1) | 1 | 0,964 | 0,976 | 0,344 | Reliabel |
| | 2 | 0,679 | 0,809 | | Reliabel |
| | 3 | 0,598 | 0,748 | | Reliabel |
| | 4 | 0,954 | 0,976 | | Reliabel |
| | 5 | 0,954 | 0,976 | | Reliabel |
| Transparansi (X2) | 1 | 0,867 | 0,929 | 0,344 | Reliabel |
| | 2 | 0,867 | 0,929 | | Reliabel |
| | 3 | 0,676 | 0,807 | | Reliabel |
| | 4 | 0,757 | 0,862 | | Reliabel |
| | 5 | 0,761 | 0,864 | | Reliabel |
| Akuntabilitas (X3) | 1 | 0,578 | 0,733 | 0,344 | Reliabel |
| | 2 | 0,725 | 0,841 | | Reliabel |
| | 3 | 0,910 | 0,953 | | Reliabel |
| | 4 | 0,685 | 0,813 | | Reliabel |
| | 5 | 0,910 | 0,953 | | Reliabel |
| Loyalitas (Y) | 1 | 0,696 | 0,821 | 0,344 | Reliabel |
| | 2 | 0,620 | 0,765 | | Reliabel |
| | 3 | 0,870 | 0,930 | | Reliabel |
| | 4 | 0,618 | 0,764 | | Reliabel |
| | 5 | 0,954 | 0,976 | | Reliabel |

Sumber: Hasil data yang di olah menggunakan excel, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,344). Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan *Reliabel*.

Uji Korelasi *Product moment*

Uji korelasi *Product Moment* adalah salah satu dari beberapa jenis uji korelasi yang digunakan untuk mengetahui derajat keeratan hubungan 2 variabel yang

**Hubungan Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas *Muzakki*
Pada Badan Amil Zakat**

berskala interval atau rasio, di mana dengan uji ini akan mengembalikan nilai koefisien korelasi yang nilainya berkisar antara -1, 0 dan 1. Nilai -1 artinya terdapat korelasi negatif yang sempurna, 0 artinya tidak ada korelasi dan nilai 1 berarti ada korelasi positif yang sempurna.

Tabel
Uji Korelasi *Product moment*
Correlations

| | | Loyalitas | kepercayaan | Transparansi | Akuntabilitas |
|---------------------|---------------|-----------|-------------|--------------|---------------|
| Pearson Correlation | Loyalitas | 1.000 | .380 | .304 | .065 |
| | Kepercayaan | .380 | 1.000 | .973 | .672 |
| | Transparansi | .304 | .973 | 1.000 | .800 |
| | Akuntabilitas | .065 | .672 | .800 | 1.000 |
| Sig. (1-tailed) | Loyalitas | . | .012 | .038 | .355 |
| | Kepercayaan | .012 | . | .000 | .000 |
| | Transparansi | .038 | .000 | . | .000 |
| | Akuntabilitas | .355 | .000 | .000 | . |
| | Loyalitas | 35 | 35 | 35 | 35 |
| | Kepercayaan | 35 | 35 | 35 | 35 |
| | Transparansi | 35 | 35 | 35 | 35 |
| | Akuntabilitas | 35 | 35 | 35 | 35 |

Sumber: Hasil olahan data SPSS 16.0, 2017

Berdasarkan data tersebut diatas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi (p -value) dengan galatnya.

- a. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima
- b. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak

Pada tabel *Correlation Product Moment*, antara variabel kepercayaan dengan loyalitas *muzakki* mempunyai koefisien korelasi (r) 0,380 dengan signifikansi $0,012 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan kepercayaan terhadap loyalitas *muzakki*. Variabel transparansi dengan loyalitas *muzakki* mempunyai koefisien korelasi (r) 0,304 dengan signifikansi $0,038 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan transparansi terhadap loyalitas *muzakki*. Variabel akuntabilitas dengan loyalitas *muzakki* mempunyai koefisien korelasi (r) 0,065 dengan signifikansi $0,355 > 0,05$, H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat hubungan akuntabilitas terhadap loyalitas *muzakki*.

Untuk mengetahui apakah koefisien korelasi hasil analisis korelasi *product moment* tersebut signifikan (dapat digeneralisasikan) atau tidak, maka perlu dibandingkan pengujian dengan r tabel.

Pengujian :

- a. Jika r hitung $> r$ tabel, maka H_0 ditolak
- b. Jika r hitung $< r$ tabel, maka H_a diterima

Taraf kepercayaan 0,05 (5%), dapat diperoleh dengan nilai r tabel sebesar 0,344. Ternyata nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel ($0,380 > 0,344$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan yang signifikan antara kepercayaan

terhadap loyalitas *muzakki*. Untuk taraf transparansi 0,05 (5%), maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,344. Ternyata nilai r hitung lebih kecil dari pada r tabel ($0,304 < 0,344$), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara transparansi terhadap loyalitas *muzakki*. Untuk taraf akuntabilitas 0,05 (5%), maka dapat diperoleh nilai r tabel sebesar 0,344. Ternyata nilai r hitung 0,065 lebih kecil dari pada r tabel ($0,065 < 0,344$), sehingga H_0 ditolak dan H_a . Artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara akuntabilitas terhadap loyalitas *muzakki*.

PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan pada BAZNAS Kecamatan Tegalsari yang beralamatkan di Jalan Imam Bonjol No. 07 Dusun Bulurejo Desa Tegalsari Kecamatan Tegalsari (Kode Pos 68486) Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian *Explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 259 dari berbagai macam jenis pekerjaan diantaranya bekerja sebagai guru, PNS, pedagang dan wirasawasta.

Sampel dalam penelitian ini melibatkan 35 *muzakki* dengan penelitian yang membahas variabel hubungan kepercayaan, transparansi, dan akuntabilitas sebagai variabel (X) terhadap loyalitas *muzakki* sebagai variabel (Y). penelitian data menggunakan instrument penelitian. Analisis data menggunakan rumus korelasi *Product Moment* dengan tujuan untuk mengetahui derajat keeratan hubungan 2 variabel. Dimana dengan uji ini akan mengembalikan nilai koefisien korelasi yang nilainya berkisar antara -1, 0 dan 1. Nilai -1 artinya terdapat korelasi negatif yang sempurna, 0 artinya tidak ada korelasi dan nilai 1 berarti ada korelasi positif yang sempurna.

Data yang di peroleh adalah hasil dari penyebaran kuesioner tentang hubungan kepercayaan, transparansi dan kepercayaan terhadap loyalitas *muzakki* pada BAZ Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Hasil penyebaran kuesioner kepada responden, maka dilakukan perhitungan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Dapat di lihat pada tabel 4.2 dan 4.3 hitungan validitas dan reliabilitas hasilnya melebihi dari angka yang telah ditentukan. Artinya semua data yang didapatkan oleh peneliti dari responden dinyatakan valid dan reliabel

Setelah seluruh data responden didapatkan hasil yang valid dan reabel, kemudian di lanjutkan dengan proses penelitian ke tahap berikutnya, yakni menganalisis data dengan menggunakan uji korelasi *Product Moment* dengan menggunakan aplikasi *SPSS 16.0*. Hal ini untuk mengetahui apakah variabel kepercayaan, transparansi, dan akuntabilitas berhubungan secara parsial terhadap loyalitas *muzakki* pada BAZ Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.

Hubungan Kepercayaan Muzakki Terhadap Loyalitas Muzakki Pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi

Salah satu masalah yang menarik untuk di kaji adalah mengenai hubungan kepercayaan *muzakki* terhadap lembaga amil zakat. Zakat sebagai salah satu rukun Islam mempunyai ciri khas yang berbeda karena zakat tidak hanya berhubungan ibadah kepada Allah SWT tetapi juga berhubungan ibadah terhadap sesama manusia. Dengan banyaknya lembaga amil zakat di Indonesia khususnya pada BAZ Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi, dapat memudahkan umat Islam untuk dapat membayar zakatnya. Kepercayaan adalah hal utama yang harus dimiliki oleh semua muslim, apalagi jika hal tersebut berkaitan dengan jabatan seseorang atau pihak yang mengurus kepentingan umat Islam.

Hubungan Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas *Muzakki* Pada Badan Amil Zakat

Kepercayaan *muzakki* sangat penting untuk lembaga amil zakat, agar dana dari para *muzakki* dapat terkumpul dan tersalurkan secara baik dan merata kepada mustahiq, akan tetapi pada kenyataannya masyarakat masih belum percaya dengan lembaga amil zakat karena dinilai kurang transparan.

Seperti yang diungkapkan oleh Indra Darmawan (2003) dalam penelitian yang dilakukan oleh Aprizal, pada menyatakan bahwa masyarakat sudah tidak percaya kepada Badan Amil, Zakat, Infaq dan Sadaqah (Bazis) karena tidak adanya transparansi penggunaan dana zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (*Zizwaf*) yang mereka kelola¹³.

Organisasi Pengelola Zakat di Indonesia terdiri atas Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). BAZ dibentuk oleh pemerintah di bawah naungan Kementerian Agama, dan tersebar hampir di setiap tingkatan baik tingkat nasional, provinsi, Kabupaten/kota, hingga Kecamatan. Perbedaan BAZ dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah, BAZ adalah lembaga yang dibentuk pemerintah, sementara LAZ adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang bertugas untuk mengumpulkan, mendistribusikan, dan mendayagunakan zakat (UU No. 23 Tahun 2011).

Perhatian pemerintah terhadap Organisasi Pengelola Zakat saat ini cukup besar. Setelah menerbitkan UU No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, pada tahun 2011, pemerintah kembali menerbitkan UU No. 23 tahun 2011 sebagai pengganti UU No. 38 Tahun 1999. Pembentukan Undang-undang ini diharapkan mampu memperbaiki sistem pengelolaan zakat di Indonesia, sehingga optimalisasi zakat dapat tercapai. Selain itu, para ahli profesi seperti Ikatan Akuntan Indonesia, juga turut memberikan sumbangsih guna mencapai pengelolaan zakat yang baik dengan menerbitkan PSAK 109 tentang Akuntansi Zakat, dengan harapan terwujudnya Organisasi Pengelola Zakat yang *akuntabel* dan transparan.

Tujuan lembaga amil zakat berdasarkan UU No. 23 Tahun 2011, tujuan pengelolaan zakat adalah meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat. Meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan. Agar tujuan tersebut dapat terlaksana maka lembaga amil zakat harus mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sehingga masyarakat akan membayarkan zakatnya pada lembaga amil zakat.

Hasil output pada *Correlation Product Moment* antara kepercayaan terhadap loyalitas *muzakki* membuktikan bahwa antara variabel kepercayaan dengan loyalitas *muzakki* mempunyai koefisien korelasi (r) 0,380 dengan signifikansi $0,012 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan kepercayaan terhadap loyalitas *muzakki* (lebih rincinya dapat dilihat pada tabel 4.7). Hal ini membuktikan bahwa variabel kepercayaan berhubungan dengan loyalitas *muzakki* secara parsial dan signifikan.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Rochim¹⁴ menyatakan bahwa tingkat kepercayaan *muzakki* kepada Lembaga Amil Zakat memiliki pengaruh terhadap loyalitas *muzakki*. Hasil penelitian empiris menunjukkan bahwa variabel pendapatan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat *muzakki* berzakat melalui Lembaga

¹³ Aprizal. 2015. *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Ummat*.

¹⁴ Rochim, Muchamad, Ainur. 2016. *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Muzakki Pada BAZNAS Kabupaten Tulungagung*.

Amil Zakat masyarakat membayar zakat penghasilan melalui Lembaga Amil Zakat. Hasil penelitian terdahulu dan sekarang menyimpulkan bahwa variabel kepercayaan sama-sama berhubungan dan signifikan terhadap minat dan loyalitas *muzakki* pada suatu lembaga yang dipercaya. Oleh karena itu lembaga yang sudah dipercaya oleh *muzakki* mempunyai kewajiban untuk mempertahankan kepercayaan tersebut atau menarik perhatian *muzakki* yang lain untuk ikut berzakat melalui lembaga yang telah di *amanahi* (dipercaya).

Hubungan Transparansi Terhadap Loyalitas Muzakki Pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi

Agus Dwiyanto (2006:80) dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuliafitri 2016,¹⁵ mendefinisikan transparansi sebagai penyediaan informasi tentang pemerintahan bagi publik dan dijaminnya kemudahan di dalam memperoleh informasi-informasi yang akurat dan memadai. Dari pengertian tersebut dijelaskan bahwa transparansi tidak hanya sekedar menyediakan informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, namun harus disertai dengan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi tersebut. Agus Dwiyanto mengungkapkan tiga indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat transparansi penyelenggaraan pemerintahan.

1. Mengukur tingkat keterbukaan proses penyelenggaraan pelayanan publik. Persyaratan, biaya, waktu dan prosedur yang ditempuh harus dipublikasikan secara terbuka dan mudah diketahui oleh yang membutuhkan, serta berusaha menjelaskan alasannya.
2. Merujuk pada seberapa mudah peraturan dan prosedur pelayanan dapat dipahami oleh pengguna dan stakeholders yang lain. Aturan dan prosedur tersebut bersifat *simple, straight forward and easy to apply* (sederhana, langsung dan mudah diterapkan) untuk mengurangi perbedaan dalam interpretasi.
3. Merupakan kemudahan memperoleh informasi mengenai berbagai aspek penyelenggaraan pelayanan publik. Informasi tersebut bebas didapat dan siap tersedia (*freely dan readily available*).

Melihat uraian di atas, prinsip transparansi penyelenggaraan pemerintahan paling tidak dapat diukur melalui sejumlah indikator sebagai berikut :

1. Adanya sistem keterbukaan dan standarisasi yang jelas dan mudah dipahami dari semua proses-proses penyelenggaraan pemerintahan.
2. Adanya mekanisme yang memfasilitasi pertanyaan-pertanyaan publik tentang proses-proses dalam penyelenggaraan pemerintahan.
3. Adanya mekanisme pelaporan maupun penyebaran informasi penyimpangan tindakan aparat publik di dalam kegiatan penyelenggaraan pemerintahan.

Transparansi berarti keterbukaan (*openness*) pemerintah dalam memberikan informasi yang terkait dengan aktivitas pengelolaan sumber daya publik kepada pihak-pihak yang membutuhkan informasi. Menurut Hari Sabarno (2007:38) transparansi merupakan salah satu aspek mendasar bagi terwujudnya penyelenggaraan pemerintahan yang baik. Perwujudan tata pemerintahan yang baik mensyaratkan adanya keterbukaan, keterlibatan, dan kemudahan akses bagi

¹⁵ Yuliafitri, Indri. Dan Khoiriyah, Asma, Nur. 2016. Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi, Dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki *Ekonomi Islam*, 1 (2) : 205-218.

masyarakat terhadap proses penyelenggaraan pemerintah. Keterbukaan dan kemudahan informasi penyelenggaraan pemerintahan memberikan pengaruh untuk mewujudkan berbagai indikator lainnya.

Makna dari transparansi dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah dapat dilihat dalam dua hal yaitu:

1. Salah satu wujud pertanggung jawaban pemerintah kepada rakyat, dan
2. Upaya peningkatan manajemen pengelolaan dan penyelenggaraan pemerintahan yang baik dan mengurangi kesempatan praktek kolusi, korupsi dan nepotisme (KKN).

Transparansi lembaga pengelola zakat bertujuan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan kepada lembaga pengelola zakat bahwa lembaga pengelola zakat bersih, berwibawa dan profesional. Prinsip transparansi bertujuan menciptakan kepercayaan timbal balik antara lembaga pengelola zakat dengan publik melalui informasi yang memadai dan menjamin kemudahan dalam memperoleh informasi yang akurat. Keberhasilan transparansi dapat dilihat oleh indikator meningkatnya keyakinan dan kepercayaan publik, meningkatnya partisipasi publik, serta bertambahnya wawasan dan pengetahuan publik terhadap penyelenggaraan suatu lembaga.

Hasil output pada *Correlation Product Moment* antara transparansi terhadap loyalitas *muzakki* membuktikan bahwa antara variabel transparansi dengan loyalitas *muzakki* mempunyai koefisien korelasi (r) 0,304 dengan signifikansi $0,038 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan transparansi terhadap loyalitas *muzakki*, yang dapat dilihat pada tabel 4.7. Hal ini membuktikan bahwa variabel transparansi berhubungan dengan loyalitas *muzakki* secara parsial dan signifikan. Dalam konteks pengelolaan zakat, prinsip transparansi yang dimaksud adalah keterbukaan informasi yang berkaitan dengan pengelolaan zakat itu sendiri. Hal ini sangat penting dilakukan oleh lembaga pengelola zakat karena aktivitas utama yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tersebut adalah menjalankan amanah publik dalam pengelolaan dana umat.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Jessica Franciska HY, Kania Nurcholisah dan Nurhayati dalam jurnalnya yang berjudul Analisis akuntabilitas dan transparansi laporan keuangan terhadap retensi *muzakki* pada lembaga amil zakat menunjukkan bahwa Akuntabilitas dan Transparansi Laporan Keuangan LAZ Rumah Yatim ini sudah cukup, dan kaitan hubungan antara Akuntabilitas dan Transparansi dengan Retensi *Muzakki* adalah memiliki hubungan yang erat dan positif¹⁶. Berdasarkan hasil output pengolahan data yang dilakukan oleh Jessica Franciska HY, Kania Nurcholisah dan Nurhayati, diperoleh nilai koefisien korelasi untuk akuntabilitas sebesar 0,682, sedangkan untuk transparansi keuangan sebesar 0,785. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat dan positif antara akuntabilitas terhadap retensi *muzakki*, dan hubungan yang cukup erat dan positif dari transparansi laporan keuangan terhadap retensi *muzakki*. Nilai Signifikan pada kedua variabel juga menandakan bahwa signifikannya peran variabel independen dalam hubungannya

¹⁶ Fransiska HY, Jesica. Nurcholisah, Karnia. Nurhayati, 2014-2015. Analisis akuntabilitas dan transparansi laporan keuangan terhadap retensi muzakki pada lembaga amil zakat. *Akuntansi, Gelombang 2, Tahun Akademik 2014-2015*

dengan variabel dependen, sehingga dapat dinyatakan bahwa hubungan antar kedua variabel independennya adalah signifikan¹⁷.

Hasil penelitian terdahulu dan sekarang menyimpulkan bahwa transparansi dalam kegiatan pengelolaan dana zakat sangat penting untuk menghindari persepsi negatif dari publik terhadap kinerja lembaga. Sejalan dengan akuntabilitas, tansparansi/keterbukaan juga tidak hanya ditujukan kepada pihak eksternal, namun juga harus diterapkan dilingkungan internal organisasi.

Oleh karena itu lembaga yang sudah dipercaya dengan ketransparanannya dalam melaporkan baik kegiatan atau keuangan mempunyai kewajiban menjaga atas kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut. Wujud transparansi tidak cukup melalui media masa yang berupa buletin atau majalah saja, tetapi bisa melalui surat kabar/koran, radio dan televisi.

Hubungan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Muzakki Pada BAZ (Badan Amil Zakat) Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi

Akuntabilitas merupakan istilah yang terkenal dalam Administrasi Negara Republik Indonesia menjadi pendorong pembentukan Undang-undang Nomor 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Negara yang bersih dan bebas dari Korupsi, kolusi dan Nepotisme. Dalam Kamus Besar bahasa Indonesia akuntabilitas adalah hal-hal yang bertanggung jawab atau keadaan yang bisa dimintai pertanggungjawabannya.

Akuntabilitas dapat dipahami sebagai suatu kewajiban pihak pemegang amanah (*agent*) untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan dan mengungkapkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggungjawabnya kepada pihak pemberi amanah (*principal*) yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban tersebut.

Islam memiliki pandangan bahwa akuntabilitas merupakan pertanggungjawaban seorang manusia sebagai khalifah di bumi kepada sang pencipta yaitu Allah, karena apapun yang telah dititipkan kepada manusia merupakan Amanah dan setiap manusia harus mempertanggungjawabkan apa yang telah dikerjakan atau diperbuat.

Hasil output pada *Correlation Product Moment* antara akuntabilitas terhadap loyalitas *muzakki* membuktikan bahwa antara variabel akuntabilitas dengan loyalitas *muzakki* mempunyai koefisien korelasi korelasi (r) 0,065 dengan signifikasi 0,355 > 0,05, H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat hubungan akuntabilitas terhadap loyalitas *muzakki*, yang dapat dilihat pada tabel 4.7. Hal ini membuktikan bahwa variabel akuntabilitas tidak berhubungan dengan loyalitas *muzakki* secara parsial dan signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa antara akuntabilitas dan loyalitas tidak signifikan artinya tidak terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut, hal ini dikarenakan adanya beberapa kendala diantaranya :

1. Kurangnya pengetahuan tentang makna dari akuntabilitas dari setiap *muzakki*
2. Kurangnya pihak lembaga dalam melaporkan hasil kegiatan dalam bentuk media cetak seperti majalah, buletin, dan surat kabar dan juga seperti sosial media seperti facebook, twiter, instagram, radio dan televisi.
3. Kurangnya pengetahuan *muzakki* dengan program-program dari UPZ BAZNAS Kecamatan Tegalsari, karena terbatasnya pihak lembaga dalam

¹⁷ ibid

mensosialisasikan tentang program anjuran wajib zakat pada lembaga-lembaga atau instansi.

4. Sebagian *muzakki* yang menjadi responden ada yang belum pernah sama sekali datang ke UPZ BAZNAS Tegalsari apalagi mengetahui tentang program, kinerja pegawai, dan bukti-bukti kegiatan yang di bukukan dalam buku laporan pertanggungjawaban, majalah atau yang lain sehingga menjadikan *muzakki* kurang mengetahui tentang perkembangan BAZNAS.
5. Program pemerintah menganjurkan para PNS untuk wajib zakat dalam setiap penerimaan gaji yang dipotong langsung oleh pihak yang berwenang, menjadikan sebagian PNS yang juga statusnya menjadi *muzakki* terkadang tidak semuanya menyetujui program tersebut.
6. *Muzakki* yang menjadi responden tidak terlalu membutuhkan dengan keakuntabilisan laporan dari lembaga, karena selama ini gaji PNS yang statusnya menjadi *muzakki* langsung dipotong oleh pihak kantor UPTD dan langsung disetorkan pada UPZ BAZNAS Tegalsari.

Dana zakat yang diambil dari sebagian *muzakki* yang menjadi guru PNS tersebut langsung diambil oleh pihak kantor UPTD, yang akhirnya *muzakki* tersebut mengetahui bahwa sebagian dari gaji yang dipotong untuk di zakatkan sebagian pada lembaga yang di *amanahi* (dipercaya), namun para *muzakki* sendiri kurang faham betul dengan program dan realisasi kerja yang telah dilakukan oleh pihak UPZ BAZNAS Tegalsari tersebut.

Program pemerintah dalam mempromosikan zakat untuk mengurangi tingkat kemiskinan sangatlah baik. Namun dana zakat guru PNS yang di dipotong langsung diserahkan kepada UPZ BAZNAS Tegalsari menjadikan *muzakki* kurang mengetahui secara langsung lokasi kantor UPZ BAZNAS Tegalsari, program-program dari BAZNAS, buku laporan keuangan yang akuntabel dan lain sebagainya. Sehingga ketika mengisi kuesioner ada sebagian responden yang mengisi hanya sekedar karena kurangnya pengetahuan dengan makna akuntabilitas sendiri.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian dan hasil analisis penelitian terhadap 35 responden yaitu *muzakki* pada BAZ yang beralamatkan di jalan Imam Bonjol No. 07 Dusun Bulurejo Desa Tegalrejo Kecamatan Tegalsari (kode pos 68486) Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara variabel kepercayaan dengan tingkat loyalitas *muzakki* dan bernilai signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan Badan Amil Zakat (BAZ) dalam melayani pembayaran zakat *muzakki* melalui BAZ sangat berhubungan dalam meningkatkan loyalitas *muzakki*.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel transparansi terhadap variabel loyalitas *muzakki*. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi pada Badan Amil Zakat (BAZ) berhubungan dalam meningkatkan loyalitas *muzakki*. Sebagian *muzakki* yang mengeluarkan zakat bukan karena faktor transparansinya suatu lembaga dan kesadaran tiap individu, akan tetapi karena program pemerintah untuk mengeluarkan zakat dalam mengurangi kemiskinan.
3. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel akuntabilitas terhadap loyalitas *muzakki*. Hal ini menunjukkan bahwa akuntabilitas pada

Badan Amil Zakat (BAZ) tidak dibutuhkan para *muzakki* dalam meningkatkan loyalitas *muzakki* karena selama ini dana zakat yang diperoleh dari gaji PNS dipotong langsung oleh pihak kantor UPTD. Selain alasan tersebut ternyata akuntabilitas juga tidak begitu difahami oleh sebagian *muzakki* yang menjadi responden.

Saran

Dalam upaya meningkatkan loyalitas *muzakki*, ada hal yang dapat dilakukan oleh pemerintah, dan organisasi zakat, diantaranya:

1. UPZ BAZNAS Tegalsari bersama pemerintah melakukan sosialisasi tentang zakat. Sosialisasi zakat dilakukan melalui berbagai media baik cetak maupun elektronik. Dari hasil studi lapangan ditemukan banyak masyarakat yang kurang merespon baik dengan adanya peran BAZNAS sebagai lembaga pengelola zakat.
2. Dalam melaporkan kegiatan dan keuangan lembaga tidak terbatas pada majalah dan buletin saja, tetapi bisa melewati *website*, surat kabar/ koran, radio, maupun televisi.
3. Menjaga kepercayaan *muzakki* selama ini terhadap penyaluran zakat yang dilakukan oleh UPZ BAZNAS Kecamatan Tegalsari kepada asnaf zakat.
4. Membuat layanan jemput zakat dan sistem pembayaran online, hal ini untuk mempermudah wajib zakat dalam melakukan pembayaran zakat terutama bagi mereka yang sibuk kerja dan yang didaerah pedalaman.
5. UPZ BAZNAS memperbaiki sistem informasi di media elektronik (seperti internet), kemudian di situsnya dapat ditampilkan program-program UPZ BAZNAS, laporan dana zakat, kegiatan-kegiatan, sehingga menjadi lebih transparan dalam menarik perhatian masyarakat untuk membentuk karakter agar suka berbagi dengan yang lain melalui program wajib zakat yang dilakukan oleh pemerintah.
6. Amil zakat memerlukan pengurus yang mempunyai ilmu-ilmu seperti manajemen, akuntansi, kewirausahaan, dan teknologi. Karena hal ini dapat meningkatkan profesionalisme pengurus zakat, meningkatkan pembayaran zakat, dan akhirnya akan meningkatkan lagi dana zakat.
7. Sosialisai tentang program-program BAZNAS melalui sekelompok pengajian atau intansi-intansi yang didalamnya terdapat golongan dari *muzakki* yang tetap atau tidak tetap.
8. Menambah petugas untuk mensosialisasikan program-program pemerintah tentang wajib zakat dalam pengentasan kemiskinan.
9. Mengadakan pertemuan yang diagendakan dengan seluruh *muzakki* sekecamatan Tegalsari untuk melaporkan, mengevaluasi, dan musyawarah dengan program-program yang telah dilaksanakan, agar para *muzakki* mengetahui kinerja BAZNAS Kecamatan Tegalsari setiap bulannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi. DR,Prof. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia
- Abidin, Zaenal. 2015. Potensi Dan Sistem Zakat Fitrah Santri Darussalam Pada Yayasan Pondok Pesantren Darussalam, Blokagung, Tegalsari, Banyuwangi, *Hukum Islam Ekonomi Dan Bisnis* 1(1):-

**Hubungan Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Muzakki
Pada Badan Amil Zakat**

- Aprizal. 2015. *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Ummat*. Skripsi tidak diterbitkan: Program Sarjana Strata Satu UIN Syarif Hidayatullah.
- Azizy, Prof, A.Qodri. 2004. *Membangun Fondasi Ekonomi Umat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- BAZNAS Kabupaten Banyuwangi. 2014. *Pengelolaan Zakat*, Banyuwangi: Undang-undang republik Indonesia nomor 23 tahun 2011.
- Fauzan. dan Nuryana, Ida. 2014. Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H.Slamet Di Kota Malang *Modernisasi*, 1 (1): 38-55.
- Fransiska HY, Jesica. Nurkholisah, Karnia. Nurhayati, 2015. Analisis akuntabilitas dan transparansi laporan keuangan terhadap retensi muzakki pada lembaga amil zakat. *Akuntansi, Gelombang 2, Tahun Akademik 2014-2015*.
- Hadi, Dr. Muhammad. 2010. *Problematika Zakat Profesi dan Solusinya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kementrian agama RI. 2012. *Manajemen Pengelolaan Zakat*, Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat.
- Maghfiroh, Siti. 2015. Model Manajemen Strategis Pemberdayaan Ekonomi Umat Melalui Zakat, Infak, Sedekah, *Ekonomi Dan Hukum Islam* 1 (2): 81-111.
- Pasaribu, Fadhillah, Aini. 2015. *Pengaruh Profesionalisme Kerja Pegawai Terhadap Kepuasan Mahasiswa*. Skripsi Tidak Diterbitkan: Program Sarjana Strata Satu Universitas Sumatera Utara.
- Rahmawati, Rika, Yuni. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzakki Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Gunung Kidul. Skripsi Tidak Diterbitkan: Program Sarjana Strata Satu UIN Sunan Kalijaga.
- Rochim, Ainur, Muchamad. 2016. *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Muzakki Pada BAZNAS Kabupaten Tulungagung*. Skripsi Tidak Diterbitkan : Program Sarjana Strata Satu IAIN Tulungagung.
- Syafa'at, Abdul, Kholiq. & Ekaningsih, Lely Ana, Ferawati. 2015. Potensi Zakat, Infaq, Shodaqoh Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Di Kabupaten Banyuwangi *Penelitian Sosial Kegamaan*, 1 (1): 25-46.
- Sugiyono, DR,Prof. 2006. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sutomo, Najib, Mukhamad. & Djohar, Setiadi. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta) *Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 1 (1): 59-70.
- Tazaka, Buletin, 2012, Buletin Tazakka Jawa Timur, edisi 12, Indo Pres, Surabaya.
- Yuliafitri, Indri. Dan Khoiriyah, Asma, Nur. 2016. Pengaruh Kepuasan Muza 31 Transparansi, Dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki *Ekonomi Islam*.