

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMBAYAR ZIS DI LAZ RUMAH ZAKAT PUSAT

Abdullah Mushlihuddin Khalwani

UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, mushlih.khalwani@gmail.com

Abstract

In Indonesia, the inadequate realization of zakat, infaq and sadaqah (ZIS) capabilities requires specific attention. This is caused by several problems that need to be addressed with concrete solutions. Increasing public intention in paying ZIS through amil zakat institutions (LAZ) is one of the solutions. To reach these refinements, it is significant to build trust and provide quality services. The purpose of this study is to analyze the effect of trust and service quality on public intention in paying ZIS through LAZ Rumah Zakat Pusat. This research utilizes a quantitative approach with multiple linear regression analysis techniques. The findings of this study are that trust and service quality have a positive and significant effect on interest in paying ZIS at LAZ Rumah Zakat Pusat.

Keywords : *Trust, Service Quality, Paying Intention*

Abstrak

Di Indonesia, tidak maksimalnya realisasi penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) membutuhkan perhatian yang spesifik. Hal ini diakibatkan oleh beberapa masalah yang perlu ditangani melalui solusi konkret. Peningkatan minat masyarakat dalam menunaikan ZIS melalui lembaga amil zakat (LAZ) merupakan salah satu solusinya. Untuk mencapai peningkatan tersebut, penting untuk membangun kepercayaan masyarakat dan memberikan pelayanan berkualitas yang dilakukan oleh LAZ. Tujuan dari penelitian ini ialah melakukan analisis pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam membayar ZIS melalui LAZ Rumah Zakat Pusat. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Temuan dari penelitian ini yakni kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Minat Membayar

Pendahuluan

Mengusahakan kesejahteraan untuk setiap masyarakat merupakan tugas utama dari pemerintah. Di Indonesia, menciptakan kemakmuran merupakan

amanah dari para pejuang kemerdekaan. Perkara ini dititikberatkan dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 yang mengungkapkan jika ekonomi negara ini harus didasarkan atas dasar kekeluargaan serta bertujuan agar terciptanya kesejahteraan secara menyeluruh. Maka dari itu, berkurangnya kemiskinan adalah salah satu faktor penting dari keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan (Annisa & Nasruddin, 2022).

Pada Maret 2022, Badan Pusat Statistik (BPS) mengumumkan tingkat kemiskinan nasional dengan nilai 9,54% yang berarti bahwa terdapat 26,16 juta penduduk Indonesia yang tergolong sebagai masyarakat miskin (Badan Pusat Statistik, 2023). Angka kemiskinan yang tinggi ini menjadi penegas vitalnya ikhtiar pemerintah untuk mempunyai skema yang cerdas agar membendung peningkatan tingkat kemiskinan.

Agar dapat mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia, solusi yang dapat dilaksanakan ialah dengan melakukan distribusi pendapatan yang merata antara kumpulan masyarakat yang mampu dengan golongan kurang mampu. Dalam Islam, konsep pendapatan yang didistribusikan ini diterapkan dengan kerangka zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Tiap bagian ZIS mempunyai peran yang hampir serupa dalam memberikan partisipasi yang penting dalam mengurangi kemiskinan. ZIS dapat mengembangkan perekonomian jangka pendek ataupun panjang dengan berperan sebagai alat untuk meratakan pendapatan yang dapat mewujudkan masyarakat sejahtera apabila dilakukan dengan adil. Hal ini dapat meminimalisasi kemiskinan sehingga tercipta masyarakat yang makmur (Indriati & Fahrullah, 2019). Dalam perekonomian, potensi ZIS mempunyai peran yang dapat dilihat apabila dibandingkan dengan produk domestik bruto (PDB). Pada rentang tahun 2018 hingga 2020, proporsi antara potensi ZIS jika dibandingkan dengan PDB selalu mengalami kenaikan. Jika dioptimalkan dengan baik, potensi ZIS tersebut dapat menjadi salah satu faktor tumbuhnya perekonomian Indonesia.

Tabel 1

Proporsi Potensi ZIS Dibandingkan dengan PDB Tahun 2018-2020

Tahun	Potensi ZIS (Triliun rupiah)	PDB (Triliun rupiah)	Persentase (%)
2018	217	14.837,4	1,46
2019	233,8	15.833,9	1,48
2020	327,6	15.434,2	2,12

Sumber: Badan Pusat Statistik, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV, Tahun 2018-2020

Tetapi di lapangan, fakta menerangkan bahwa potensi ZIS masih belum semua dapat direalisasikan sesuai potensinya. Penelitian yang dilakukan secara bersama oleh BAZNAS dengan berbagai lembaga lain menunjukkan bahwa pada tahun 2020, potensi dari zakat menyentuh angka 327,6 triliun rupiah tetapi perwujudannya hanya sekitar 21,7% saja atau setara 61,2 triliun rupiah. Lebih jauh lagi, hanya 10,2 triliun rupiah dana zakat yang dihimpun melalui berbagai lembaga pengelola zakat, sedangkan sisanya tidak melalui lembaga-lembaga tersebut (Puskas BAZNAS, 2021).

Belum maksimalnya perwujudan potensi ZIS di negara ini disebabkan oleh berbagai aspek penghambat seperti minimnya pengetahuan masyarakat terkait kewajiban membayar zakat. Banyak masyarakat yang masih belum mengetahui jika mereka tidak hanya perlu menunaikan zakat fitrah pada bulan Ramadhan saja, namun terdapat beragam jenis zakat lain yang harus ditunaikan sesuai dengan jenis harta yang dimiliki. Aspek penghambat lainnya adalah keengganan sebagian orang dalam membayar zakat atau masih rendahnya tingkat kesadaran dalam berzakat. Sebagian masyarakat yang tidak membayar zakat disebabkan sifat kikir yang dimiliki, sehingga menyebabkan mereka memiliki persepsi bahwa zakat itu hukumnya tidak wajib. Terakhir, adanya ketidakpercayaan masyarakat pada organisasi yang mengelola zakat. Hal ini menyebabkan mereka yang ingin berzakat lebih condong untuk menunaikan secara langsung kepada orang yang berhak menerima zakat tersebut. Mereka menganggap bila menyalurkannya langsung untuk orang yang berhak atas zakat akan terasa lebih afdal dibandingkan menunaikan kewajiban mereka melalui lembaga amil zakat (LAZ) (Yazid, 2017).

Untuk mengoptimalkan realisasi potensi zakat, satu dari sekian ikhtiar yang dapat dilaksanakan yaitu dengan meningkatkan minat masyarakat sehingga mau untuk menunaikan ZIS melalui lembaga-lembaga resmi (Canggih et al., 2017). Lembaga resmi tersebut salah satunya ialah LAZ Rumah Zakat Pusat. Rumah Zakat ialah LAZ yang berfokus pada pengelolaan zakat, infak, sedekah, maupun bantuan kemanusiaan lain lewat berbagai aktivitas pemberdayaan yang terintegrasi di bidang ekonomi, pendidikan, lingkungan, dan kesehatan agar terjadinya kebahagiaan bagi orang-orang yang memerlukan (Rumah Zakat, 2022). Aktivitas pendayagunaan sebagai bagian dari pengelolaan ZIS pada LAZ Rumah Zakat tersebut diwujudkan melalui empat kegiatan kunci, yaitu program ekonomi (Senyum Mandiri), pendidikan (Senyum Juara), lingkungan (Senyum Lestari), serta kesehatan (Senyum Sehat).

Pada seluruh LAZ, tidak terkecuali LAZ Rumah Zakat Pusat, efisiensi dari sebuah LAZ menjadi faktor dari baiknya manajemen pengelolaan ZIS di lembaga

tersebut. Suatu LAZ dapat dikatakan efisien jika mampu mengelola dana ZIS yang dikumpulkan maupun disalurkan secara teratur (Gholiyah et al., 2023) yang mengakibatkan pandangan masyarakat terhadap lembaga tersebut menjadi baik sehingga terjadi peningkatan minat masyarakat untuk mau menunaikan ZIS melalui LAZ tersebut.

Dalam penelitian ini, yang dikatakan sebagai minat yaitu kecondongan hati untuk menunaikan ZIS pada suatu LAZ. Minat terbagi menjadi empat indikator, yaitu transaksional (kecenderungan untuk bertransaksi), referensial (kecenderungan mereferensikan), preferensial (memiliki preferensi utama), dan eksploratif (selalu mencari informasi). Minat tersebut disebabkan oleh banyak hal, antara lain ialah kepercayaan dan kualitas pelayanan (Awaluddin et al., 2021).

Kepercayaan terhadap LAZ ditafsirkan menjadi ketersediaan memanfaatkan suatu LAZ sebagai mitra penyalur ZIS untuk yang berhak menerimanya karena merasa yakin bahwa LAZ tersebut profesional, amanah, dan transparan (Muhammad et al., 2023). Selain akan meningkatkan ketersediaan masyarakat, dana ZIS yang dikumpulkan dan kemudian disalurkan oleh lembaga terpercaya juga ikut bertumbuh dan memberikan manfaat yang optimal. Dengan begitu, masyarakat yang telah percaya pada suatu LAZ akan memiliki minat serta kemauan yang tinggi untuk menunaikan ZIS pada lembaga tersebut (Rosalinda et al., 2021). Kepercayaan terbagi menjadi beberapa indikator, yaitu *integrity* (kejujuran), *benevolence* (kemurahan hati), *competency* (keterampilan), dan *predictability* (konsistensi perilaku).

Kepercayaan yang tinggi merupakan satu dari sekian banyak aspek yang harus dimiliki oleh LAZ dikarenakan LAZ termasuk lembaga filantropi keagamaan. Sehingga dengan kepercayaan, kegiatan operasional lembaga dapat dilaksanakan menurut rencana. Terlebih lagi semenjak adanya perkara penyalahgunaan dana oleh lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) sehingga lembaga-lembaga filantropi yang lain secara tidak langsung turut menerima konsekuensinya. Sebuah survei mengenai kepercayaan terhadap lembaga semisal ACT mengungkapkan bahwa terdapat 44,7% masyarakat yang akhirnya tidak mempercayai lagi lembaga-lembaga tersebut, berbanding dengan 30,1% yang masih percaya (Fiqri, 2022). Hal ini dapat dijadikan tolok ukur mengenai betapa berharganya kepercayaan bagi suatu lembaga filantropi sehingga masyarakat mau untuk menyalurkan dana kemanusiaannya melalui berbagai lembaga tersebut.

Sedangkan kualitas pelayanan pada LAZ didefinisikan sebagai suatu upaya LAZ dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan melebihi harapan mereka terhadap pelayanan yang diterima sehingga menimbulkan kepuasan bagi

masyarakat tersebut (Suharli & Bahariska, 2021). Itulah sebabnya jika sebuah LAZ dinilai mampu menyediakan layanan yang diharapkan oleh masyarakat, maka minat masyarakat membayar ZIS di LAZ tersebut tentu akan meningkat. Terdapat indikator pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu *tangible* (bukti fisik), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Kualitas pelayanan merupakan komponen yang sangat esensial dalam memberikan pengaruh pada minat pembayaran ZIS masyarakat di sebuah LAZ. Pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan ZIS utamanya dalam memberikan pelayanan yang berkualitas merupakan sebuah inovasi yang berpotensi meningkatkan pengumpulan dan pendistribusian ZIS (Rachman & Salam, 2018). Parameter kualitas pelayanan di LAZ Rumah Zakat Pusat dapat diketahui dari perolehan dana zakat nontunai melalui media-media digital. Pada tahun 2019 hingga 2021, laporan internal LAZ Rumah Zakat Pusat mengungkapkan bahwa terjadi peningkatan perolehan dana zakat nontunai secara konstan. Hal ini berarti layanan yang diberikan pada media digital tersebut dirasa cukup baik oleh masyarakat sehingga mereka memilih untuk berdonasi melalui media tersebut.

Tabel 2

Perolehan Dana Zakat Nontunai LAZ Rumah Zakat Pusat Tahun 2019-2021

Tahun	Dana Zakat Nontunai (Rupiah)	Peningkatan Dibanding Tahun Sebelumnya Jumlah (Rupiah)	Persentase (%)
2019	92.441.891	47.422.863	105,34
2020	608.374.200	515.932.309	558,12
2021	855.976.550	247.602.350	40,70

Sumber: Rumah Zakat, Annual Report, Tahun 2019-2021

Berdasarkan data-data yang telah dipaparkan, kepercayaan dan kualitas pelayanan adalah variabel yang amat krusial dalam menetapkan seberapa besar minat masyarakat dalam menyalurkan ZIS melalui LAZ, salah satunya ialah LAZ Rumah Zakat Pusat. Apabila masyarakat percaya terhadap LAZ Rumah Zakat Pusat tentu mereka akan lebih tertarik untuk menyalurkan ZIS di lembaga tersebut dan dengan baiknya layanan yang diberikan pasti akan membuat LAZ Rumah Zakat Pusat sebagai preferensi primer penyalur dana ZIS masyarakat.

Dari uraian pendahuluan di atas, menarik untuk diteliti kembali mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud ialah masyarakat yang dalam 3 tahun terakhir pernah melakukan donasi secara langsung melalui LAZ Rumah Zakat Pusat tanpa melalui kantor cabang. Penelitian ini memiliki distingsi dengan berbagai penelitian sebelumnya yang

serupa, yaitu dari sisi kumpulan variabel yang digunakan serta subjek maupun objek penelitiannya. Subjek penelitian ini adalah masyarakat yang berdonasi langsung melalui LAZ Rumah Zakat Pusat. Sedangkan objek penelitiannya adalah minat masyarakat menunaikan ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat.

Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan memanfaatkan metode analisis regresi linear berganda, yakni sebuah instrumen analisis untuk meramalkan nilai pengaruh dua atau lebih variabel independen (X) bagi sebuah variabel dependen (Y). Populasi penelitian ini merupakan masyarakat yang menunaikan pembayaran zakat, infak, dan sedekahnya langsung kepada LAZ Rumah Zakat Pusat tanpa melalui kantor cabang dalam kurun waktu 3 tahun terakhir yakni berjumlah 76.571 orang. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability* melalui prosedur *purposive sampling*. Jumlah sampel minimal yang diperlukan berjumlah 100 responden yang berasal dari hasil kalkulasi rumus Slovin dengan nilai kritis 10%. Dari target perolehan sampel minimal 100 orang, ditambahkan 25 sampel karena telah mengisi kuesioner dan sesuai dengan kriteria. Berikut adalah karakteristik responden penelitian ini:

Tabel 3
Karakteristik Responden

Karakteristik	Kelompok	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	30	24
	Perempuan	95	76
Usia	17-25 Tahun	95	76
	26-35 Tahun	24	19,2
	36-45 Tahun	5	4
	46-55 Tahun	1	0,8
Cara Berdonasi	Datang Langsung ke Kantor	23	18,4
	Jemput Donasi	2	1,6
Jenis Donasi (Dapat >1)	Donasi <i>Online</i>	100	80
	Zakat	57	45,6
	Infak	50	40
	Sedekah	87	69,6

Data yang digunakan bersumber dari data primer berupa kuesioner yang kemudian dikonfirmasi berdasarkan wawancara dengan Bapak Radifan Hilfi Assyuhada, S.E. selaku Kepala Departemen *Business Research* LAZ Rumah Zakat Pusat. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan dukungan *software SPSS*

Statistics Version 25 yang akan menghasilkan persamaan regresi linier berganda dengan model sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

- Y = Minat membayar ZIS
- α = Konstanta
- β_1 = Koefisien variabel X_1 (kepercayaan)
- X_1 = Kepercayaan
- β_2 = Koefisien variabel X_2 (kualitas pelayanan)
- X_2 = Kualitas pelayanan

Tahapan pengujian pada penelitian ini mencakup uji instrumen agar mengetahui apakah alat ukur layak atau tidak untuk dimanfaatkan menjadi instrumen penelitian dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Lalu dilaksanakan uji asumsi klasik yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas yang bertujuan agar sahnya penelitian yang dihasilkan, stabil dan tidak biasanya data teoritis, dan koefisien regresi yang taksirannya efisien. Terakhir dilakukan uji hipotesis agar mendapatkan hasil penelitian melalui uji signifikansi pengaruh parsial (uji t), uji signifikansi pengaruh simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (uji R^2) (Sugiyono, 2019).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Uji Instrumen

Dalam menguji instrumen penelitian ini digunakan uji validitas dan reliabilitas. Perhitungan pengujian validitas memanfaatkan rumus *Pearson Product Moment* mengungkapkan nilai r hitung setiap item pernyataan dari variabel-variabel pada penelitian ini melebihi r tabel, maka total item pernyataan dari ketiga variabel tersebut ditetapkan valid (Ghozali, 2011).

Sedangkan uji reliabilitas dalam penelitian ini dijalankan dengan memanfaatkan perangkat lunak *SPSS Statistic Version 25* melalui *Reliability Analysis Statistic* dengan *Cronbach's Alpha*. Sebuah variabel ditetapkan reliabel jika hasil *Cronbach's Alpha* nilainya melebihi 0,60 (Ghozali, 2011). Hasil pengujian mengungkapkan jika koefisien *Cronbach's Alpha* variabel kepercayaan (X_1) senilai 0,705, kualitas pelayanan (X_2) senilai 0,744, dan minat membayar ZIS (Y) senilai 0,800. Masing-masing nilai koefisien *Cronbach's Alpha* ketiga variabel tersebut melebihi 0,60 yang berarti ketiga variabel tersebut ditetapkan reliabel.

Analisis Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik melalui uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Berikut adalah *output* dari ketiga pengujian tersebut:

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas dan Multikolinearitas

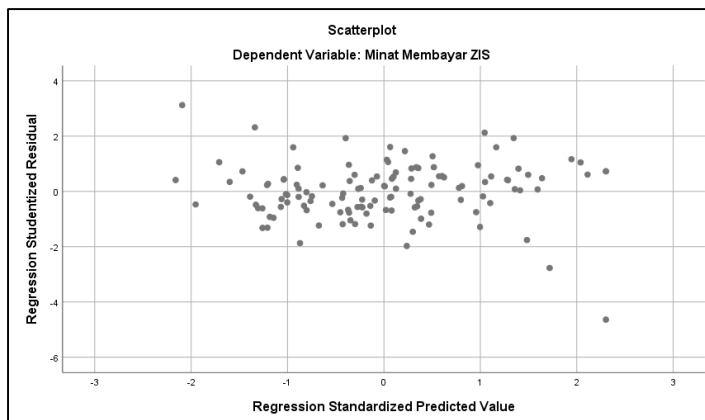
Uji Normalitas	Signifikansi	
	0,200	
Uji Multikolinearitas	Tolerance	VIF
Kepercayaan x Kualitas Pelayanan	0,425	2,352

Uji normalitas dilaksanakan dengan maksud agar mendapatkan informasi residual data yang telah dikumpulkan apakah normal atau tidak pendistribusiannya. Pengujian normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan jika perhitungan signifikansi yang didapatkan melebihi 0,05 maka residual data ditetapkan terdistribusi normal dan apabila berbanding terbalik maka residual data berdistribusi abnormal. Hasil pengujian normalitas yang dilakukan menghasilkan nilai signifikansi yang didapatkan sebesar 0,200 yang melebihi 0,05 (Ghozali, 2011). Maka, residual data terdistribusi dengan normal.

Uji multikolinearitas dilaksanakan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi apakah antar variabel-variabel dependen suatu model regresi mempunyai korelasi atau hubungan yang kuat. Apabila tidak terindikasi mengalami multikolinearitas, model regresi tersebut adalah model yang baik. Indikasi dari multikolinearitas dapat diketahui dengan merujuk pada tingkat *tolerance* dan VIF. Jika hasil pengujian menampilkan tingkat *tolerance* yang melebihi 0,10 dan VIF di bawah 10, maka indikasi multikolinearitas tidak terjadi. Sedangkan, apabila hasil pengujian menampilkan tingkat *tolerance* kurang dari 0,10 dan VIF melebihi 10, terdapat indikasi gejala multikolinearitas (Ghozali, 2011). Hasil perhitungan menetapkan bahwa hubungan antara variabel independen memiliki tingkat *tolerance* di atas 0,10 yaitu 0,425 dan VIF kurang dari 10 yaitu 2,352. Sehingga, tidak ada indikasi multikolinearitas yang terjadi.

Uji heteroskedastisitas bermaksud untuk mengungkapkan residual pada suatu model regresi apakah tersebar secara acak atau tidak. Apabila tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas, model regresi tersebut adalah model yang baik. Hasil pengujian diketahui pada pola yang ada pada *scatter plot* (Ghozali, 2011). Gambar 1 menunjukkan bahwa residual data menghasilkan suatu pola yang

tidak jelas serta titik-titik tersebar di bagian atas dan bawah angka 0 sumbu Y yang menjadi kesimpulan bahwa pada penelitian ini tidak terbentuk indikasi heteroskedastisitas.



Gambar 1
 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengungkapkan pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu kepercayaan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) serta variabel minat membayar ZIS (Y) sebagai variabel dependen. Berikut adalah *output* pengujiannya:

Tabel 5
 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t hitung	Signifikansi
Konstanta	10,369	3,571	0,001
Kepercayaan	0,324	2,641	0,009
Kualitas Pelayanan	0,764	6,649	0,000
F hitung	Signifikansi	R Squares	Adjusted R-Squares
91,515	0,000	0.600	0.593

Uji t digunakan untuk mengukur pengaruh variabel X secara parsial atau masing-masing terhadap variabel Y. T tabel didapatkan berdasarkan rumus Excel =TINV(probability, deg_freedom) dengan *probability* adalah taraf signifikansi 5% dan *deg_freedom* adalah jumlah sampel yang dikurangi oleh jumlah variabel dan

1. Maka, *probability* adalah sebesar 0,05 dan *deg_freedom* adalah sebesar 125-2-1 = 122. Dari rumus Excel =TINV(0.05, 122) tersebut didapatkan *t* tabel sebesar 1,97.

Variabel kepercayaan atau X_1 memiliki *t* hitung senilai 2,641 dan nilai signifikansi 0,009. Nilai *t* hitung melebihi *t* tabel (1,97) dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05. Sedangkan variabel kualitas pelayanan atau X_2 memiliki *t* hitung senilai 6,649 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai *t* hitung tersebut melebihi *t* tabel (1,97) dan nilai signifikansinya lebih rendah dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan variabel X_1 (kepercayaan) dan X_2 (kualitas pelayanan) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel variabel Y (minat Membayar ZIS).

Uji *F* digunakan untuk menguji pengaruh variabel X secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Y . *F* tabel diperoleh menggunakan rumus Excel =FINV(*probability*, *deg_freedom1*, *deg_freedom2*) dengan *probability* adalah taraf signifikansi 5%, *deg_freedom1* adalah jumlah variabel independen, dan *deg_freedom2* adalah jumlah sampel dikurangi oleh jumlah variabel independen dan 1. Maka, *probability* adalah sebesar 0,05, *deg_freedom1* adalah sebesar 2, dan *deg_freedom2* adalah sebesar 125-2-1 = 122. Dari rumus Excel =FINV(0.05, 2, 122) tersebut didapatkan *F* tabel sebesar 3,07.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *F* hitung adalah senilai 91,505 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai *F* hitung itu melebihi *F* tabel sebesar 3,07 dan nilai signifikansinya di bawah taraf signifikansi sebesar 0,05. Sehingga, peneliti menyimpulkan bahwa variabel-variabel X yakni kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan bagi variabel Y atau minat membayar ZIS.

R^2 atau koefisien determinasi berfungsi untuk memahami besaran penjabar variasi seluruh variabel X terhadap variasi variabel Y . Dari *output* pengujian Tabel 5, diketahui bahwa nilai R^2 adalah 0,600 atau sebesar 60%. Artinya, variasi variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi variabel minat membayar ZIS sebesar 60%. Sedangkan sisanya sebesar 40% dijelaskan oleh berbagai variabel lain di luar model penelitian.

Dari hasil regresi sebagaimana Tabel 5 dapat diketahui konstanta dan koefisien regresi dan tiap-tiap variabel X . Berikut adalah persamaan regresinya:

$$Y = 10,369 + 0,324X_1 + 0,764X_2$$

Nilai dari konstanta sebesar 10,369 berarti jika nilai masing-masing variabel X (kepercayaan dan kualitas pelayanan) adalah 0, maka tingkat minat masyarakat menunaikan ZIS pada LAZ Rumah Zakat Pusat sebagai variabel Y adalah senilai 10,369 satuan.

Koefisien regresi dari variabel kepercayaan atau X1 adalah senilai 0,324 yang mempunyai arah positif. Artinya, jika kepercayaan pada LAZ Rumah Zakat Pusat naik sebesar 1 satuan, maka minat masyarakat menunaikan ZIS pada LAZ Rumah Zakat Pusat sebagai variabel Y akan memperoleh peningkatan senilai 0,324 satuan dengan anggapan variabel X lain diasumsikan tetap (*ceteris paribus*).

Koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan atau X2 adalah senilai 0,764 yang mempunyai arah positif. Artinya, jika kualitas pelayanan pada LAZ Rumah Zakat Pusat naik sebesar 1 satuan, maka minat masyarakat menunaikan ZIS pada LAZ Rumah Zakat Pusat sebagai variabel Y akan memperoleh peningkatan senilai 0,764 satuan dengan anggapan variabel X lainnya diasumsikan tetap (*ceteris paribus*).

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat

Perhitungan uji regresi linear berganda menyimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat masyarakat membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat. Temuan ini didukung hasil riset yang dilaksanakan oleh Pertiwi (2020) yang mengungkapkan jika variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat. Hal ini senada dengan konsep McKnight dan Chervany (2001) yang memaparkan bahwa kepercayaan adalah yakinnnya konsumen terhadap kapasitas penjual pada berbagai kondisi, sanggupnya menanggung risiko, dan kemauan menyediakan penjelasan diri ketika terjadi transaksi. Sehingga, dapat diketahui bahwa minat masyarakat sangat bergantung pada keyakinan masyarakat mengenai lembaga tersebut yang apabila masyarakat mempunyai keyakinan yang tinggi, maka mereka akan dengan senang hati mengandalkan LAZ Rumah Zakat Pusat sebagai pihak yang dapat dipercaya untuk mengelola dana ZIS yang masyarakat salurkan, begitupun sebaliknya.

Hal ini juga selaras dengan hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa memang terdapat dampak negatif yang terjadi pada LAZ Rumah Zakat Pusat ketika situasi yang membuat keyakinan masyarakat terhadap lembaga-lembaga seperti LAZ Rumah Zakat Pusat menurun, salah satunya adalah dugaan penyelewengan dana yang dilakukan oleh salah satu lembaga filantropi. Dampak ini ditunjukkan dengan adanya stagnasi pertumbuhan penghimpunan atau bahkan terdapat lembaga filantropi lain yang terpaksa harus “gulung tikar”. Hal ini menunjukkan bahwa apabila keyakinan atau kepercayaan terhadap LAZ Rumah Zakat Pusat menurun, maka akan mempunyai dampak pada berkurangnya minat

Abdullah Mushlihuddin Khalwani

Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat

membayar ZIS masyarakat yang membuat pertumbuhan lembaga mengalami perlambatan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat

Berdasarkan analisis regresi linear berganda diperoleh temuan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat masyarakat dalam membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat. Temuan ini didukung hasil riset yang dilaksanakan oleh Amalia dan Widiastuti (2019) yang mengungkapkan jika variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan bagi minat *muzakki* dalam membayar zakat. Hal ini senada dengan konsep Lupiyoadi (2001) yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan adalah selisih atas harapan dan kenyataan dari pelayanan yang diperoleh konsumen. Konsumen akan merasa puas jika layanan yang didapatkan sesuai ekpektasi mereka. Sehingga dapat diketahui bahwa masyarakat menilai kecakapan LAZ Rumah Zakat Pusat dalam menyediakan layanan berkualitas dapat berefek pada kepuasan masyarakat yang pada akhirnya turut memberikan dampak terhadap minat masyarakat dalam menggunakan LAZ Rumah Zakat Pusat sebagai tempat penyaluran dana ZIS masyarakat. Maka dari itu, jika LAZ Rumah Zakat Pusat dapat memberikan pelayanan yang sempurna dan dapat memenuhi keinginan atau harapan masyarakat, tentulah minat masyarakat untuk membayar ZIS pada LAZ Rumah Zakat Pusat akan meningkat.

Hal ini juga selaras dengan hasil wawancara yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu *concern* utama yang diperhatikan oleh LAZ Rumah Zakat Pusat. LAZ Rumah Zakat Pusat tidak hanya melakukan peningkatan kualitas pelayanan, namun juga evaluasi apakah layanan yang disediakan perlu diberikan *upgrade* atau sudah cukup memberikan kepuasan kepada *muzaki*. Salah satu contohnya seperti notifikasi SMS yang dialihkan kepada notifikasi Whatsapp. Hal ini ditujukan agar kualitas pelayanan menjadi maksimal yang menyebabkan terjadinya kepuasan pada masyarakat yang menggunakan layanan LAZ Rumah Zakat Pusat sehingga minat membayar ZIS juga ikut meningkat.

Simpulan

Hasil dari analisis data pengaruh variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat membayar ZIS. Minat masyarakat membayar ZIS sangatlah bergantung pada

kepercayaan dan kualitas pelayanan, oleh karena itu LAZ Rumah Zakat Pusat perlu melakukan analisis lebih mendalam terkait hal-hal yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat kemudian mengimplementasikannya dan berinovasi dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada masyarakat baik sebelum, sedang, atau setelah proses transaksi ZIS. Penelitian ini masih menggunakan variabel-variabel independen yang umum digunakan dan karakteristik responden yang ternyata terfokus pada kelompok tertentu. Oleh karena itu bagi penelitian sejenis selanjutnya diharapkan dapat menambah variasi variabel-variabel lain yang belum ditemukan dalam penelitian sebelumnya serta menggunakan lebih banyak sampel dengan demografi yang lebih beragam.

Referensi

- Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat (Studi pada LAZ Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(9), 1756–1769.
- Annisa, V. L., & Nasruddin. (2022). Pengaruh Tingkat Pengangguran, Indeks Pembangunan Manusia dan Investasi Terhadap Kemiskinan di Kalimantan Selatan. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 203–216.
- Awaluddin, M. A., Marpaung, M., & Fatira, M. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Muzakki pada Inisiatif Zakat Indonesia Perwakilan Sumut. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 489–496.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2023*.
- Canggih, C., Fikriyah, K., & Yasin, A. (2017). Potensi dan Realisasi Dana Zakat Indonesia. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 14–26.
- Fiqri, A. Al. (2022). *Survei Median: Publik Tak Percaya Lembaga Amal Pascakusus ACT*. <https://nasional.sindonews.com/read/843065/13/survei-median-publik-tak-percaya-lembaga-amal-pascakusus-act-1659341322>
- Gholiyah, G. N., Hasanuddin, M., & Widiawati. (2023). Analisis Tingkat Zakat Disbursement Efficiency di Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Daarut Tauhid (DT) Peduli. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 3(1), 90–110.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriati, C., & Fahrullah, A. (2019). Efektivitas Pendayagunaan Zakat Produktif pada Pemberdayaan Ekonomi di Baznas Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 148–155.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2001). What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 35–59.
- Muhammad, Aliamin, & Mulyany, R. (2023). Pengetahuan, Religiusitas, Budaya

Abdullah Mushlihuiddin Khalwani

Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat

- dan Kepercayaan dan Minat Muzakki Membayar Zakat. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1698–1706.
- Pertiwi, I. S. M. (2020). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat pada BAZNAS Provinsi Lampung. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 1–9.
- Puskas BAZNAS. (2021). *Outlook Zakat Indonesia 2021*.
- Rachman, M. A., & Salam, A. N. (2018). The Reinforcement of Zakat Management through Financial Technology Systems. *International Journal of Zakat*, 3(1), 57–69.
- Rosalinda, M., Abdullah, & Fadli. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan Muzakki terhadap Minat Pelaku UMKM Untuk Membayar Zakat Niaga di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 67–80.
- Rumah Zakat. (2022). *Tentang Kami*. <https://www.rumahzakat.org/id/tentang-kami>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharli, & Bahariska. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Muzakki Menjadi Nasabah di BAZNAS Kota Makassar. *EL-IQTISHOD: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1–26.
- Yazid, A. A. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Menunaikan Zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 8(2), 173–199.