ECOUNTBIS Economics, Accounting and Business Journal
Vol. 1 No. 1, September 2021

Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Pada Baznas Provinsi Riau

Rapindo[1], Mentari Dwi Aristi[2], Intan Putri Azhari[3]
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau
E-mail: rapindo.pd@gmail.com

Abstrak

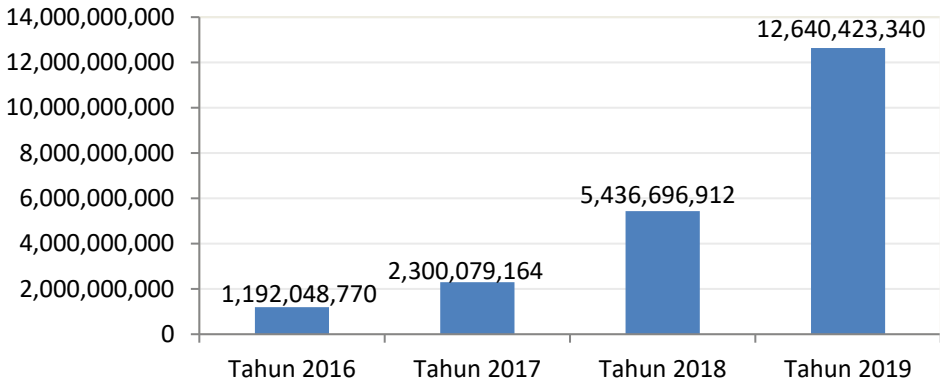
Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki dalam menyalurkan zakat pada BAZNAS Provinsi Riau. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah muzakki ASN yang mulai membayar zakat di BAZNAS Provinsi Riau pada Tahun 2019 sampai tahun 2020 yang berjumlah sebanyak 1.462 muzakki. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 94 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner. Uji analisis data menggunakan metode regresi linier berganda yang pengolahannya dengan menggunakan program SPSS versi 21. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki dalam menyalurkan zakat pada BAZNAS Provinsi Riau. Keterbatasan penelitian ini yaitu kuesioner disebarkan melalui googleform, dimana peneliti tidak dapat mendampingi langsung responden dalam mengisi kuesioner sehingga bisa saja saat pengisian kuesioner tidak dapat berkonsentrasi penuh dan memungkinkan terjadinya perbedaan penafsiran saat mengisi kuesioner serta variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas yaitu akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Akuntabilitas, Transparansi, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

PENDAHULUAN

Zakat termasuk rukun Islam ke empat yang hukumnya wajib bagi umat Islam yang mampu untuk menunaikannya. Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 dijelaskan mengenai pengertian zakat, bahwa zakat merupakan sejumlah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada pihak yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Orang yang wajib membayar zakat disebut muzakki, sedangkan orang yang berhak menerima zakat disebut mustahik. Pemerintah Indonesia telah memfasilitasi muzakki dalam menunaikan kewajiban membayar zakat yaitu dengan mendirikan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Organisasi Pengelola terdiri atas Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Badan Amil Zakat (BAZ) adalah lembaga yang dibentuk oleh pemerintah di bawah naungan Kementerian Agama, dan tersebar hampir disetiap tingkatan baik tingkat nasional, provinsi, hingga kabupaten/kota. Sedangkan Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah lembaga yang dibentuk masyarakat, kedua organisasi pengelola zakat ini pada hakikatnya memiliki tugas yang sama yakni membantu mengumpulkan, mendistribusikan, dan mendayagunakan dana zakat.

Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki pertumbuhan ekonomi cukup baik secara nasional. Hal ini tentunya berimbas pada tingginya potensi zakat di Provinsi Riau yang diperkirakan mencapai lebih dari Rp1 triliun (Riaupos.jawapos.com, 2020). Perolehan zakat yang dikumpulkan oleh BAZNAS Provinsi Riau dapat dilihat pada grafik berikut ini.



Gambar 1.1 Pengumpulan Dana Zakat BAZNAS Provinsi Riau Tahun 2016-2019

Sumber: Data BAZNAS Provinsi Riau

Berdasarkan data di atas terlihat pengumpulan dana zakat oleh BAZNAS Provinsi Riau setiap tahun terus mengalami peningkatan. Dimulai dari Tahun 2016 zakat yang berhasil dihimpun adalah sebesar Rp1.192.048.770 mengalami peningkatan pada Tahun 2017 sebesar Rp2.300.079.164, kemudian mengalami peningkatan lagi pada Tahun 2018 sebesar Rp5.436.696.912, dan pada Tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar Rp12.640.423.340. Meskipun terjadi peningkatan zakat yang terhimpun secara keseluruhan, namun dana zakat yang diperoleh dari kalangan Aparatur Sipil Negara (ASN) hanya sekitar 10% kemudian sisanya dari masyarakat artinya penyaluran dana zakat dari kalangan ASN belum maksimal (Riau.go.id, 2019). Hal ini juga dibenarkan oleh ketua forum komunikasi kelompok bimbingan ibadah haji (FK-KBIHI) Provinsi Riau, menyampaikan bahwa potensi zakat di Riau sangat besar sebenarnya terdapat pada zakat para ASN dengan jumlah sekitar 13.000 orang. Namun belum optimal penyaluran zakat yang dilakukan, karena masih banyaknya dari kalangan ASN yang belum membayar zakat. Potensi zakat yang hendaknya dicapai dari kalangan ASN adalah sekitar Rp2 miliar per bulan atau sekitar Rp25 miliar per tahun. Tetapi dari hasil yang didapat masih jauh dari yang diharapkan yaitu hanya sekitar Rp500 juta per tahun. Oleh karena itu, melihat permasalahan yang terjadi, sangat diharapkan ada keberpihakan dari pimpinan ASN yang mengharuskan penyaluran zakat ASN ini melalui BAZNAS Provinsi Riau dan sebaiknya zakat ASN tersebut dipotong langsung dari gaji yang diterima setiap bulannya (Infopublik.id, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan bapak Ade Kurniawan selaku staff bagian pengumpulan zakat BAZNAS Provinsi Riau, menyebutkan bahwa kesadaran masyarakat Riau dalam membayar zakat masih rendah terutama dikalangan ASN karena masih ada yang belum melaksanakan kewajiban membayar zakat. Permasalahan lain yang terjadi yaitu masih adanya muzakki yang membayarkan zakat secara langsung kepada mustahik tanpa melewati Amil yang telah ditetapkan oleh pihak BAZNAS Provinsi Riau. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Canggih et al., (2017) menyatakan bahwa masih banyaknya masyarakat yang memilih menyalurkan dana zakatnya secara langsung kepada mustahik disebabkan karena rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat.

Kepercayaan muzakki harus menjadi perhatian utama bagi BAZNAS. Karena muzakki memiliki pengaruh yang besar bagi BAZNAS yaitu apabila muzakki terus-menerus membayarkan zakatnya di BAZNAS maka akan terjadi peningkatan penerimaan dana zakat pada BAZNAS tersebut. Peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat dengan cara menerapkan tata kelola zakat yang baik seperti menyampaikan laporan keuangan secara terbuka dan relevan (Nurhasanah, 2018).

Dalam Undang-Undang Zakat Pasal 02 No. 23 Tahun 2011 menyatakan bahwa pengelolaan zakat harus berasaskan syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi, dan akuntabilitas. Hal tersebut selaras dengan prinsip-prinsip dasar *Good Corporate Governance* (GCG) yang berupa *Transparency* (keterbukaan informasi), *Akuntability* (akuntabilitas), *Responsibility* (pertanggungjawaban), *Independent* (kemandirian), dan *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran). *Good Corporate Governace* (GCG) adalah sistem pengelolaan organisasi yang dapat mendorong terbentuknya pola kerja suatu manajemen yang bersih, transparan, dan professional. *Good Corporate Governace* dalam organisasi pengelola zakat merupakan suatu hal yang penting bagi pembayar zakat karena dengan tata kelola yang baik muzakki akan merasa yakin bahwa zakat yang mereka bayarkan digunakan dengan semestinya (Lovenia dan Adnan, 2017).

Akuntabilitas dan transparansi merupakan dua dari kelima prinsip dasar GCG yang memiliki pengaruh cukup besar dalam meningkatkan kepercayaan muzzaki terhadap lembaga pengelola zakat, baik dalam hal publikasi maupun pengelolaannya. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Rahayu et al., (2019) menyatakan bahwa akuntabilitas dan transparansi merupakan faktor yang mampu mempengaruhi keinginan seseorang membayar zakat sehingga tercipta kepercayaan muzakki terhadap lembaga pengelola zakat. Akuntabilitas berkaitan dengan pertanggungjawaban lembaga pengelola zakat dalam bentuk pelaporan segala kegiatan terutama mengenai aliran dana zakat dan laporan keuangan lembaga pengelola zakat, apabila semakin bagus akuntabilitas dalam organisasi pengelola zakat maka semakin tinggi pula kepercayaan muzakki. Sedangkan transparansi berkaitan dengan cara mempublikasikan semua laporan meliputi laporan kegiatan, program, hingga keuangan serta mendistribusikannya kepada para muzakki. Semakin transparan lembaga pengelola zakat, maka muzakki akan semakin percaya untuk menyalurkan dana zakatnya melalui lembaga pengelola zakat tersebut (Assa'diyah dan Pramono, 2019).

Kepercayaan muzzaki selain dipengaruhi oleh faktor akuntabilitas dan transparansi juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh suatu lembaga atau perusahaan. Apabila masyarakat mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu dan yang dirasakannya pelayanan yang lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan masyarakat tersebut tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut berarti masyarakat tersebut dapat dikatakan percaya terhadap suatu lembaga atau perusahaan (Pramana dan Rastini, 2016). Dalam lembaga pengelola zakat, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai bentuk penilaian terhadap pengelolaan zakat dan sikap pengelola lembaga zakat yang diberikan kepada muzakki yang menimbulkan kepuasan bagi muzakki. Ketika kepuasan didapatkan oleh muzakki akibat dari tingginya kualitas layanan dari lembaga zakat, maka secara otomatis kepercayaan muzakki akan didapatkan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasrina et al., (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel akuntabilitas berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. Sedangkan variabel transparansi tidak berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Assa'diyah dan Pramono, (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. Sedangkan variabel transparansi berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Husna dan Farid, (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ernawati dan Yuliawati, (2020) menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pengguna jasa klinik kesehatan di Kota Bandung.

Penelitian ini didasari dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasrina et al., (2018) yang berjudul "Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Banda Aceh". Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian, objek penelitian dan menambahkan variabel independen yaitu kualitas pelayanan. Penelitian Hasrina et al., (2018) subjek yang digunakan adalah muzakki pribadi dan objek yang digunakan adalah pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. Sedangkan dalam penelitian ini subjek yang digunakan adalah muzakki dari kalangan ASN. Dalam penelitian ini pemilihan subjek ditentukan berdasarkan permasalahan zakat yang ada di Provinsi Riau bahwa penyaluran dana zakat dari kalangan ASN belum maksimal (Riau.go.id, 2019). Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada BAZNAS Provinsi Riau. Selain itu, pada penelitian Hasrina et al., (2018) variabel independen yang digunakan adalah akuntabilitas dan transparansi sedangkan dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan. Alasan peneliti menambahkan variabel kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap layanan yang diberikan oleh lembaga pengelola zakat kepada muzakki. Ketika muzakki mendapatkan pelayanan yang berkualitas atau sesuai yang diharapkan maka muzakki akan merasakan kepuasaan. Kepuasan yang didapatkan oleh muzakki dari tingginya kualitas pelayanan yang diberikan lembaga pengelola zakat akan menyebabkan muzakki terus percaya untuk membayarkan zakat melalui lembaga pengelola zakat. Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan penerimaan dana zakat di lembaga zakat tersebut (Safitri dan Nurkhin, 2019). Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki dalam Menyalurkan Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Riau"**.

TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Keagenan *(Agency Theory)*

Menurut Jensen dan Meckling, (1976) teori keagenan adalah kontrak antara satu orang atau lebih yang bertindak sebagai pemegang saham (pemilik) yang menunjuk orang lain sebagai agen dengan kata lain manajer untuk membantu melakukan jasa untuk kepentingan pemilik termasuk mendelegasikan kekuasaan dalam pengambilan keputusan. Manajer sebagai pengelola (dalam hal ini adalah agen) perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang dibandingkan pemilik karena manajer langsung melakukan tindakan manajemen dalam perusahaan sedangkan pemilik terkadang tidak secara langsung mengelola perusahaan.

Zakat

Zakat merupakan rukun Islam keempat yang diwajibkan kepada setiap umat muslim yang sudah dianggap mampu mengeluarkannya, karena dengan mengeluarkan harta untuk berzakat kita dapat membersihkan harta agar kembali kepada hakekatnya yaitu kesucian. Dalam Qs. Al-Baqarah ayat 43 disampaikan bahwa "Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku" di mana perintah menunaikan zakat beriringan dengan perintah sholat yang mana wajib dijalankan bagi seorang muslim. Pengertian zakat menurut bahasa (*etimologi*) berasal dari kata dasar "zaka" yang berarti tumbuh, berkah, bersih, dan berkembang (Lovenia dan Adnan, 2017).

Organisasi Pengelola Zakat (OPZ)

Definisi pengelola zakat menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengoordinasian, pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) merupakan institusi yang bergerak dibidang pengelolaan dana zakat, infak dan sedekah. Dalam Undang-Undang Nomor 23. Tahun 2011 juga menjelaskan bahwa Organisasi Pengelola Zakat yang diakui pemerintah ada dua jenis organisasi yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). BAZNAS merupakan lembaga yang memiliki Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang merupakan satuan organisasi yang dibentuk untuk membantu pengumpulan dana zakat. Biasanya UPZ terdapat dikecamatan maupun dikelurahan. Sedangkan LAZ merupakan lembaga yang dibentuk oleh masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat (Lovenia dan Adnan, 2017).

Kepercayaan Muzakki

Menurut Syafei, (2016) kepercayaan adalah faktor yang menentukan komitmen konsumen dalam hubungan dengan perusahaan. Dalam konteks lembaga pengelola zakat, konsep ini diterapkan dalam hubungan antara amil dan muzakki. Kepercayaan muzakki juga dapat diartikan sebagai bentuk penilaian dan pengetahuan muzakki mengenai apa yang telah diberikan oleh lembaga pengelolaan zakat kepada muzakki sehingga muzakki dapat merasakan manfaatnya.

Akuntabilitas

Berdasarkan keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor: Kep-117/M-Mbu/2002 Pasal 3 Tentang Penerapan Praktik *Good Corporate Governance* pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menyebutkan bahwa akuntabilitas adalah kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organisasi sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Penerapan prinsip akuntabilitas dalam pengelolaan zakat merupakan bagian dari penerapan *Good Corporate Governance* yang dapat mencegah praktik pengungkapan laporan keuangan perusahaan yang dilakukan tidak transparan kepada pemegang saham dan pihak lain yang berkepentingan. Akuntabilitas lembaga pengelola zakat bertujuan untuk membangun kepercayaan muzakki dan masyarakat luas secara umum. Kepercayaan yang tinggi akan mendorong partisipasi muzakki yang lebih tinggi pula dalam membayar zakat (Nugraha, 2019).

Transparansi

Berdasarkan keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor: Kep-117/M-Mbu/2002 Pasal 3 Tentang Penerapan Praktik *Good Corporate Governance* pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menyebutkan bahwa transparansi adalah keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan. Transparansi berarti terbuka, mudah dimengerti, dan dapat diakses oleh pihak yang membutuhkan secara memadai. Transparansi merupakan salah satu prinsip dalam perwujudan good governance yang dibangun atas dasar kebebasan memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Artinya, informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik secara langsung dapat diperoleh oleh mereka yang membutuhkan (Fitrisia, 2011).

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014) kualitas pelayanan atau jasa adalah suatu cara yang digunakan untuk memenuhi keinginan dan harapan dengan ketepatan penyampaiannya. Kualitas pelayanan diukur dari lima dimensi yaitu keandalan, daya tanggap, bukti fisik, jaminan dan empati.

Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Muzakki

Mardiasmo (2005) mengartikan akuntabilitas adalah kewajiban pihak pemegang amanah (*agent*) untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan dan mengungkapkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya kepada pihak pemberi amanah (*principal*) yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban tersebut. Hubungan yang terjadi antara *agent* dan *principal* inilah yang dinamakan hubungan keagenan. Kaitannya dengan lembaga zakat, terdapat hubungan keagenan antara muzakki dan pengelola. Muzakki adalah *principal* yang mendelegasikan kepercayaannya kepada pengelola lembaga zakat sebagai agen. Agen kemudian memiliki kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan periodik sebagai bentuk pertanggungjawabannya. BAZNAS sebagai lembaga pengelola zakat dituntut harus memiliki tanggungjawab yang jelas dalam menerapkan sistem akuntansi yang efektif untuk menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya oleh masyarakat dan pihak yang berkepentingan terutama oleh muzakki yang merupakan seseorang membayar zakat. Jika lembaga publik seperti BAZNAS mampu melaksanakan tanggungjawab atas kewenangan yang telah ditetapkan, maka akan membuat muzakki merasa puas terhadap kinerja BAZNAS dan tetap mempercayai BAZNAS dalam menyalurkan zakat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Rahayu et al., (2019) yang menyatakan akuntabilitas berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki.

H1: Diduga Akuntabilitas Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Muzakki.

Pengaruh Transparansi Terhadap Kepercayaan Muzakki

Muzakki membutuhkan transparansi dalam hal informasi mengenai penyaluran maupun penerimaan zakat. Oleh sebab itu, BAZNAS harus mengungkapkan informasi yang dimiliki secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat, serta mudah diakses oleh muzakki sesuai dengan haknya. Muzakki yang memperoleh kemudahan dalam mengakses informasi akan merasa senang karena kebutuhan akan informasi tercukupi dan akan membuat muzakki tersebut tetap percaya terhadap BAZNAS serta enggan untuk berpindah dalam menyalurkan zakatnya ke tempat lain. Teori keagenan berhubungan dengan transparansi karena semakin terbukanya lembaga pengelola zakat sebagai *agent* (pihak pemegang amanah) dalam memberikan informasi mengenai pengelolaan dana zakat maka semakin meningkat pula kepercayaan muzakki sebagai *principal* (pihak pemberi amanah). Hal ini didukung oleh penelitian Assa'diyah dan Pramono, (2019) yang menyatakan Transparansi mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan muzakki.

H2: Diduga Transparansi Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Muzakki.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh suatu lembaga atau perusahaan. Apabila masyarakat mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakan pelayanan yang lebih tinggi dari apa yang diharapkan maka masyarakat tetap menggunakan produk atau pelayanan dari lembaga tersebut. Hal ini berarti dapat dikatakan bahwa masyarakat percaya terhadap suatu lembaga atau perusahaan (Pramana dan Rastini, 2016). Teori keagenan berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu lembaga pengelola zakat yang bertindak sebagai *agent* (pihak pemegang amanah), karena ketika suatu pelayanan diberikan dengan baik maka akan mampu memenuhi harapan dan meningkatkan kepercayaan muzakki yang bertindak sebagai *principal* (pihak pemberi amanah), sehingga muzakki akan terus-menerus membayarkan zakatnya pada lembaga zakat tersebut. Hal ini

didukung oleh penelitian Husna dan Farid, (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki.

H3: Diduga Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Muzakki.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang berlandasan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen peneliti, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah muzakki ASN yang mulai membayar zakat di BAZNAS Provinsi Riau pada tahun 2019 sampai tahun 2020 yang berjumlah sebanyak 1.462. untuk menentukan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh sampel sebesar 94 muzakki. Teknik pengambilan sampel adalah *simple random sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner. Uji analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang pengolahannya dengan menggunakan program *SPSS* versi 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2021 sampai dengan Mei 2021. Peneliti membagikan kuesioner kepada responden, yaitu muzakki ASN yang mulai membayar zakat di BAZNAS Provinsi Riau pada tahun 2019 sampai tahun 2020. Kuesioner dibagikan dengan cara menyebar *link google form* melalui sosial media seperti *WhatsApp*. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 94 kuesioner dengan tingkat persentase 100%.

Uji Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Akuntabilitas	94	11	22	15,81	2,524
Transparansi	94	9	20	13,21	2,026
Kualitas_Pelayanan	94	7	22	15,69	2,859
Kepercayaan	94	11	23	16,12	2,552
Valid N (listwise)	94				

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Variabel kepercayaan (Y) dari 94 sampel yang diolah, diperoleh nilai minimum sebesar 11, nilai maksimum 23 dan nilai rata-rata *(mean)* sebesar 16,12 dengan standar deviasi sebesar 2,552. Variabel akuntabilitas (X1) memiliki nilai minimum sebesar 11, nilai maksimum 22 dan nilai rata-rata *(mean)* sebesar 15,81 dengan standar deviasi sebesar 2,524. Variabel transparansi (X2) memiliki nilai minimum sebesar 9, nilai maksimum 20 dan nilai rata-rata *(mean)* sebesar 13,21 denggan standar deviasi sebesar 2,026. Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai minimum sebesar 7, nilai maksimum 22 dan nilai rata-raata *(mean)* sebesar 15,69 dengan standar deviasi sebesar 2,859. Yang artinya nilai rata-rata *(mean)* lebih tinggi dari nilai deviasi, sehingga mengindikasi bahwa hasil cukup baik. Hal tersebut dikarenakan standar deviasi adalah

pencerminan penyimpangan yang sangat tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang baik.

Uji Validitas

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

No.	Item pertanyaan	R hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
1.	Y.1	0,339	0,1707	0,001	Valid
2.	Y.2	0,300	0,1707	0,003	Valid
3.	Y.3	0,426	0,1707	0,000	Valid
4.	Y.4	0,553	0,1707	0,000	Valid
5.	Y.5	0,546	0,1707	0,000	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Dilihat dari hasil tabel 2 diatas, uji validitas data variabel kepercayaan terdapat 5 item pertanyaan. Dari masing-masing item pertanyaan tersebut memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan kurang dari 0,1. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Akuntabilitas

No.	Item pertanyaan	R hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
1.	X1.1	0,710	0,1707	0,000	Valid
2.	X1.2	0,669	0,1707	0,000	Valid
3.	X1.3	0,791	0,1707	0,000	Valid
4.	X1.4	0,756	0,1707	0,000	Valid
5.	X1.5	0,570	0,1707	0,000	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Dilihat dari hasil tabel 3 diatas, uji validitas data variabel akuntabilitas terdapat 5 item pertanyaan. Dari masing-masing item pertanyaan tersebut memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan kurang dari 0,1. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Transparansi

No.	Item pertanyaan	R hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
1.	X2.1	0,703	0,1707	0,000	Valid
2.	X2.2	0,794	0,1707	0,000	Valid
3.	X2.3	0,759	0,1707	0,000	Valid
4.	X2.4	0,752	0,1707	0,000	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Dilihat dari hasil tabel 4 diatas, uji validitas data variabel transparansi terdapat 4 item pertanyaan. Dari masing-masing item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan kurang dari 0,1. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Item pertanyaan	R hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
1.	X3.1	0,808	0,1707	0,000	Valid

2.	X3.2	0,712	0,1707	0,000	Valid
3.	X3.3	0,752	0,1707	0,000	Valid
4.	X3.4	0,764	0,1707	0,000	Valid
5.	X3.5	0,808	0,1707	0,000	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Dilihat dari hasil tabel 5 diatas, uji validitas data variabel kualitas pelayanan terdapat 5 item pertanyaan. Dari masing-masing item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan kurang dari 0,1. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Alpha Cronbach's	R kriteria	Keterangan
Akuntabilitas	0,736	0,60	Reliabel
Transparansi	0,741	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,822	0,60	Reliabel
Kepercayaan	0,630	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Suatu variabel dalam penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2013). Pada tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel akuntabilitas, transparansi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan dinyatakan reliabel (konsisten).

Uji Normalitas Data

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,46045212
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,056
Kolmogorov-Smirnov Z		,706
Asymp. Sig. (2-tailed)		,701

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Dilihat dari tabel 7 diatas, hasil perhitungan *Kolmogorov Smirnov* (K-S) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,701> 0.1. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi layak digunakan karena telah memenuhi uji normalitas atau data residual terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,415	5,339		-,265	,791
	Akuntabilitas	,093	,166	,058	,562	,575
	Transparansi	,071	,170	,043	,419	,676
	Kualitas_Pelayanan	,097	,175	,057	,554	,581

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Dilihat dari hasil tabel 8, menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel akuntabilitas sebesar 0,575, variabel transparansi sebesar 0,676 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,581. Semua variabel independen memiliki nilai signifikansi > 0.1 maka dapat disimpulkan bahwa variabel akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan tidak terjadi gejala heterokedasitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,147	1,525		1,408	,162		
	Akuntabilitas	,136	,046	,248	2,937	,004	,640	1,562
	Transparansi	,120	,047	,208	2,537	,012	,674	1,483
	Kualitas_Pelayanan	,142	,033	,351	4,355	,000	,699	1,431

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui nilai tolerance variabel akuntabilitas sebesar 0,640, variabel transparansi sebesar 0,674 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,699. Maka nilai *tolerance* dari masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel akuntabilitas sebesar 1,562, variabel transparansi sebesar 1,483 dan kualitas pelayanan sebesar 1,431. Maka nilai VIF dari masing-masing variabel independen kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam penelitian ini, karena nilai *tolerance* >0,10 dan nilai VIF <10.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 10
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2,147	1,525		1,408	,162
	Akuntabilitas	,136	,046	,248	2,937	,004
	Transparansi	,120	,047	,208	2,537	,012
	Kualitas_Pelayanan	,142	,033	,351	4,355	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 10 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Y = 2,147 + 0,136X1 + 0,120 X2 + 0,142X3 + e

Interpretasi dari hasil regresi adalah sebagai berikut:

1. Hasil regresi diatas menunjukkan nilai konstanta sebesar 2,147. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen diasumsikan bernilai nol (0), maka variabel dependen (Beta) sebesar 2,147. Maka akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan sebesar 2,147.
2. Koefisien regresi variabel akuntabilitas (X1) bernilai positif sebesar 0,136. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan akuntabilitas 1 satuan, maka akan menaikan variabel kepercayaan (Y) sebesar 0,136 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Koefisien regresi variabel transparansi (X2) bernilai positif sebesar 0,120. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan transparansi 1 satuan, maka akan menaikan variabel kepercayaan (Y) sebesar 0,120 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
4. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X3) bernilai positif sebesar 0,142. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan 1 satuan, maka akan menaikan variabel kepercayaan (Y) sebesar 0,142 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Uji Hipotesis

Tabel 11
Hasil Analisis Uji t
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,147	1,525		1,408	,162
	Akuntabilitas	,136	,046	,248	2,937	,004
	Transparansi	,120	,047	,208	2,537	,012
	Kualitas_Pelayanan	,142	,033	,351	4,355	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 11 diatas dapat dilihat bahwa:

1. Variabel akuntabilitas terhadap kepercayaan memberikan hasil perhitungan t_{hitung} = 2,937 > t_{tabel} = 1,662 dengan tingkat signifikan sebesar 0,004 < 0,1 dengan nilai koefisiennya 0,136.

Hal ini menunjukkan bahwa akuntabilitas berpengaruh terhadap kepercayaan, artinya hipotesis 1 dalam penelitian ini **diterima**.

2. Variabel transparansi terhadap kepercayaan memberikan hasil perhitungan t_{hitung} = 2,537 > t_{tabel} = 1,661 dengan tingkat signifikan sebesar 0,012 < 0,1 dengan nilai koefisiennya 0,120. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh terhadap kepercayaan, artinya hipotesis 2 dalam penelitian ini **diterima**.
3. Variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan memberikan hasil perhitungan t_{hitung} = 4,355 > t_{tabel} = 1,661 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,1 dengan nilai koefisiennya 0,142. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan, artinya hipotesis 3 dalam penelitian ini **diterima**.

Uji Determinasi (R^2)

Tabel 12
Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,608[a]	,370	,349	2,059

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Transparansi, Akuntabilitas

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 12, diperoleh nilai Adjusted R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,349 yang artinya pengaruh variabel independen (X) yaitu akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepercayaan sebesar 34,9%, sedangkan sisanya sebesar 65,1%.

PEMBAHASAN

Pengaruh Akuntabilitas terhadap Kepercayaan Muzakki

Berdasarkan hasil penelitian yang terjadi di lapangan dan kuesioner rata-rata responden menjawab setuju. Hal ini berarti akuntabilitas yang dilaksanakan oleh BAZNAS Provinsi Riau dinilai baik oleh responden karena telah menjalankan fungsi, tugas dan tanggung jawab sebagai lembaga pengelola zakat, salah satunya menyampaikan laporan pertanggungjawaban secara berkala serta amanah dalam menyalurkan dana zakatnya kepada mustahik yang membutuhkan. Akuntabilitas yang dilaksanakan oleh BAZNAS Provinsi Riau ini merupakan bentuk pertanggungjawaban lembaga pengelola zakat terkait pelaporan segala kegiatan terutama mengenai aliran dana zakat dan laporan keuangan kepada muzakki. Maka dari itu, semakin bagus akuntabilitas dalam BAZNAS Provinsi Riau maka semakin tinggi pula kepercayaan muzakki menyalurkan zakatnya pada BAZNAS Provinsi Riau.

Hasil ini juga sesuai dengan teori keagenan *(agency theory)* yang menjelaskkan hubungan akuntabilitas dengan kepercayaan muzakki bahwa akuntabilitas merupakan 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 pertanggungjawabannya. Oleh karena itu, jika BAZNAS Provinsi Riau mampu melaksanakan tanggungjawab atas kewenangan yang telah ditetapkan, maka akan membuat muzakki merasa puas terhadap kinerja BAZNAS Provinsi Riau dan tetap mempercayai BAZNAS Provinsi Riau dalam menyalurkan zakat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang

dilakukan Rahayu et al., (2019) menunjukkan bahwa akuntabilitas berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki.

Pengaruh Transparansi terhadap Kepercayaan Muzakki

Berdasarkan hasil penelitian yang terjadi di lapangan dan kuesioner rata-rata responden menjawab setuju. Hal ini berarti transparansi yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Riau dinilai baik oleh responden karena telah memberikan informasi terkait pengelolaan dana zakat secara jelas dan akurat serta senantiasa melakukan publikasi terkait laporan penghimpunan dan pendistribusian pengelolaan zakatnya secara terbuka melalui media cetak maupun media sosial. Dengan adanya transparansi pengelolaan dana zakat, muzakki akan mengetahui kegiatan hingga pengelolaan dana zakat oleh BAZNAS Provinsi Riau benar-benar digunakan dengan seharusnya atau disalahgunakan.

Hasil ini sesuai dengan teori keagenan yang menjelaskan hubungan transparansi dengan kepercayaan muzakki, karena semakin terbukanya lembaga pengelola zakat sebagai *agent* (pihak pemegang amanah) dalam memberikan informasi mengenai pengelolaan dana zakat maka semakin meningkat pula kepercayaan muzakki sebagai *principal* (pihak pemberi amanah). BAZNAS Provinsi Riau harus mengungkapkan informasi yang dimiliki secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat, serta mudah diakses oleh muzakki sesuai dengan haknya. Muzakki yang memperoleh kemudahan dalam mengakses informasi akan merasa senang karena kebutuhan akan informasi tercukupi dan akan membuat muzakki tersebut tetap percaya terhadap BAZNAS Provinsi Riau serta enggan untuk berpindah dalam menyalurkan zakatnya ke tempat lain. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Assa'diyah & Pramono, (2019) menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Muzakki

Berdasarkan hasil penelitian yang terjadi di lapangan dan kuesioner rata-rata responden menjawab setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas amil BAZNAS Provinsi Riau dinilai baik oleh responden karena telah memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan akurat kepada muzakki. Selain itu, ketika melayani muzakki petugas amil zakat ramah dan sopan sehingga hal tersebut memberikan kenyamanan bagi muzakki dalam menyalurkan zakatnya dan meningkatkan kepercayaan muzakki pada BAZNAS Provinsi Riau

Hasil ini sesuai dengan teori keagenan yang menjelaskan hubungan kualitas pelayanan dengan kepercayaan muzakki yakni ketika muzakki yang bertindak sebagai *principal* (pihak pemberi amanah) mendapatkan pelayanan yang berkualitas atau sesuai yang diharapkan dari BAZNAS Provinsi Riau yang bertindak sebagai *agent* (pihak pemegang amanah) maka akan membuat muzaki percaya dan terus-menerus membayarkan zakat di BAZNAS Provinsi Riau sehingga hal ini juga akan berdampak pada peningkatan penerimaan zakat di BAZNAS Provinsi Riau. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Husna dan Farid, (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian yang telah dilakukan masih banyak memiliki kekurangan dan keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini kuesioner disebarkan melalui googleform, dimana peneliti tidak dapat mendampingi langsung responden dalam mengisi kuesioner sehingga bisa saja saat pengisian kuesioner tidak dapat berkonsentrasi penuh dan memungkinkan terjadinya perbedaan penafsiran saat mengisi kuesioner.

2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas yaitu akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan. Variabel-variabel tersebut hanya dapat menjelaskan kepercayaan muzakki sebesar 34,9%, sedangkan sisanya sebesar 65,1% dipengaruhi variabel lain. Hal ini dibuktikan dengan nilai R^2 sebesar 0,349. Sehingga dimungkinkan ada variabel lain yang lebih mempengaruhi kepercayaan muzaki.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh akuntabilitas, transparansi dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki dalam menyalurkan zakat pada BAZNAS Provinsi Riau, dapat ditarik kesimpulan yaitu (1) Variabel akuntabilitas berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. (2) Variabel transparansi berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. (3) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, serta pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu (1) Penelitian selanjutnya sebaiknya membagikan kuesioner secara langsung agar dapat mendampingi serta membimbing responden dalam pengisian kuesioner apabila ada pertanyaan yang tidak dimengerti. (2) Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel-variabel lain yang belum ada seperti religiusitas, kompetensi amil dan lain sebagainya. Sehingga hasil penelitian akan lebih meluas dari penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Assa'diyah, H., dan Pramono, S. (2019). Kenapa Muzakki Percaya kepada Lembaga Amil Zakat? *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, *7*(1), 81–100. https://doi.org/10.35836/jakis.v7i1.68.

Canggih, C., Fikriyah, K., dan Yasin, A. (2017). Potensi dan Realisasi Dana Zakat Indonesia. *Journal of Islamic Economics:*, *1*(1), 14–26. https://doi.org/10.26740/jie.v1n1.p14-26.

Ernawati, N., dan Yuliawati, Y. (2020). Dampak Pelayanan Terhadap Loyalitas dan Kepercayaan yang Dimoderasi oleh Kepuasan Konsumen: Kasus Klinik Kesehatan Di Kota Bandung. *Jurnal Ekubis*, *2*(1), 11–30.

Fitrisia, S. D. (2011). Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap Pengumpulan Dana Zakat, Infaq dan Shodaqoh pada Laz Di Surabaya. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, *2*(2), 172–199. https://doi.org/10.26740/jaj.v2n2.p172-199.

Hasrina, C. D., Yusri, dan Sy, D. R. A. (2018). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora*, *2*(1), 1–9.

Husna, N., dan Farid. (2020). Pengaruh Reputasi, Kepuasan dalam Distribusi Zakat, dan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, *5*(3), 456–468.

Jensen, M. c., dan Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, *3*(4), 305–360. https://doi.org/10.1177/0018726718812602.

Lovenia, N., dan Adnan, M. A. (2017). Analisis Kepuasan Muzakki Terhadap Implementasi Good Corporate Gevernance pada Organisasi Pengelola Zakat di Kota Yogyakarta (Studi kasus pada Lembaga Amil Zakat di Yogyakarta). *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, *1*(1), 57–67. https://doi.org/10.18196/rab.010106.

Mardiasmo. (2005). *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: Andi.

https://infopublik.id/kategori/nusantara/308175/baznas-riau-sudah-himpun-dana-rp-39miliar. Diakses pada tanggal 25 Agustus 2020.

https://riaupos.jawapos.com/.pekanbaru/27/02/2020/225257/3-kategoriberita-riau.html.Diakses pada tanggal 20 April 2020.

https://www.riau.go.id/home/content/2019/04/01/7832-gubernur-riau-terbitkan-instruksi-zakat-asn-dan-karyawan.Diakses pada tanggal 7 Maret 2020.

Nugraha, E. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan Muzakki sebagai Variabel Intervening. *Akuntabilitas*, *13*(2), 167–186. https://doi.org/10.29259/ja.v13i2.9592.

Nurhasanah, S. (2018). Akuntabilitas Laporan Keuangan Lembaga Amil Zakat dalam Memaksimalkan Potensi Zakat. *Akuntabilitas*, *11*(2), 327–348. https://doi.org/10.15408/akt.v11i2.8826.

Pramana, G. Y., dan Rastini, N. M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen*, *5*(1), 706–733.

Rahayu, S. B., Widodo, S., dan Binawati, E. (2019). Pengaruh akuntabilitas dan transparansi lembaga zakat terhadap tingkat kepercayaan muzakki (Studi Kasus pada Lembaga Amil Zakat Masjid Jogokariyan Yogyakarta). *Journal of Business and Information Systems (e-ISSN: 2685-2543)*, *1*(2), 103–114. https://doi.org/10.36067/jbis.v1i2.26.

Safitri, D., dan Nurkhin, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Muzaki melalui Kepuasan Muzaki dan Kepercayaan Muzaki. *Economic Education Analysis Journal*, *8*(2), 501–515. https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31479.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syafei, Z. (2016). The Increasing of Zakat Management toward Muzakkis' Trust at the Office of Religious Affairs. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, *3*(12), 3158–3170. https://doi.org/10.18535/ijsshi/v3i12.12.

Tjiptono, F. (2014). *Kualitas Jasa*. Jakarta: Andy Offset.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.2011.Jakarta.