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

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Tingkat Kepuasan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Pada Lazismu Di Kota Pekanbaru

Siti Aisyah Nasution
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru, Indonesia
Email : 170301067@student.umri.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* yang terdiri dari prinsip *Transparancy*, *Accountability*, *Responsibility*, *Independency*, dan *Fairness* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat ke Lazismu Kota Pekanbaru. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh *muzakki* yang ada pada Lazismu kota Pekanbaru yang berjumlah 1.325 *muzakki* baik itu *muzakki* tetap maupun *muzakki* tidak tetap. Sedangkan sampel penilitian ini adalah 86 *muzakki* Lazismu Pekanbaru. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan kuisioner. Metode analisis yang dilakukan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh *Transparancy*, *Responsibility*, dan *Fairness* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru. Sedangkan *Accountability* dan *Independency* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan *muzakki* pada Lazismu di Kota Pekanbaru. Keterbatasan penelitian ini adalah peneliti hanya menggukan metode pengumpulan data dengan kuisioner dan dilakukan pada 86 orang *muzakki* Lazismu Kota Pekanbaru. Hal ini dikarenakan penelitian ini dilaksanakan pada pandemi COVID-19, sehingga belum mampu untuk menjangkau seluruh *muzakki* Lazismu Kota Pekanbaru secara umum.

kata kunci : Zakat, Good Corporate Governance, Transparancy, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness, Muzakki.

PENDAHULUAN

Latar belakang

Zakat merupakan rukun keempat dari Rukun Islam. Zakat adalah ibadah maaliyyah ijtima‟iyyah yang memiliki posisi sangat penting, strategis, dan menentukan baik dilihat dari sisi ajaran islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat islam (Sari, 2006). Indonesia merupakan negara mayoritas penduduk yang beragama islam, sehingga zakat adalah kewajiban yang dilakukan oleh seluruh masyarakat yang beragama islam. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 menjelaskan zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Undang-undang No. 23 Tahun 2011 ini juga memberikan arahan kepada seluruh lembaga zakat untuk mampu memperbaiki sistem pengelolaan zakat di Indonesia, sehingga optimalisasi pembayaran dan penyaluran zakat dapat lebih terarah, professional dan transparan. Pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Dalam hal ini tentunya seseorang yang berzakat atau *muzakki* memiliki kepuasan tersendiri ketika melakukan kewajibannya tersebut. Setiap *muzakki* yang menyalurkan zakat sudah pasti memiliki kepuasan tersendiri.

Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kepuasan pelanggan itu sendiri karena kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama untuk mencapai keberhasilan setiap perusahaan. Tanpa adanya kepuasan dari pelanggan maka perusahaan tidak dapat mempertahankan kelangsungan

perusahaannya. Untuk itu perusahaan di tuntut untuk memberikan tata kelola yang baik bagi setiap perusahaan terhadap pelanggannya. Tata kelola perusahaan yang baik disebut dengan *Good Corporate Governance* yaitu memberikan tata kelola yang baik dalam perusahaan. Perusahaaan khususnya lembaga zakat yang menjadi dasar penting berjalannya kegiatan perusahaan adalah pelanggannya sendiri. Untuk itu perusahaan harus meyakini dan memberikan kepuasan bagi pelanggan atau *muzakki* bahwa zakat yang mereka bayarkan digunakan secara efisien atau tepat sasaran. Prinsip – *prinsip good corporate governance* sangatlah penting bagi setiap perusahaan. Prinsip tersebut sudah banyak di gunakan oleh perusahaan – perusahaan di indonesia baik itu yang sudah *go public* maupun menuju *go public.* Tujuan perusahaan menjalankan prinsip tersebut adalah untuk menjadikan perusahaannya maju dimasa yang akan datang dan diterima oleh masyarakat luas. Prinsip tersebut juga ternyata sudah banyak diterapkan dalam pengelolaan organisasi zakat baik itu Badan Amil Zakat maupun Lembaga Amil Zakat dalam mengelola zakat itu sendiri.

Good Corvarate Governance merupakan hal yang paling penting untuk Lembaga Amil Zakat guna untuk memberikan keyakinan kepada para *muzakki* atau pemberi zakat menyalurkan dananya sebagai zakat bagi masyarakat yang membutuhkan khususnya pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru yang ada di Jalan. Tuanku Tambusai Kota Pekanbaru. Lazismu pekanbaru ini merupakan lembaga amil zakat yang mengelola zakat dari *muzakki*. Pembayaran zakat melalui Lazismu Pekanbaru ini memiliki potensi yang sangat besar. Hal tersebut didukung dengan jumlah *muzakki* yang terus menerus meningkat disetiap tahunnya sehingga mempengaruhi penghimpunan dana yang diperoleh oleh Lazismu Pekanbaru. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel Penghimpunan dana Lazismu Pekanbaru

No.	Tahun	Target	Penerimaan Dana	Persentase
1	2017	Rp.1. 200.000.000,-	Rp. 1.0807.56. 080,-	90,00%
2	2018	Rp. 1. 200.000.000,-	Rp. 1.111.351.030,-	92,58%
3	2019	Rp. 1. 200.000.000,-	Rp. 1.194.300.760, -	99,50%

Sumber : Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh Muhammadiyah, 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah dana yang diperoleh oleh Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh Muhammadiyah semakin meningkat. Namun adapun penomena berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di kantor Lazismu Pekanbaru, benar bahwa *muzakki* dalam satu tahun terus menerus meningkat khususnya di bulan romadhon dan hari Qurban. *Muzakki* pada lazismu ini membayarkankan zakatnya dapat melalui transfrer, datang ke kantor dan dapat juga di jemput oleh pihak kantor lazismu. Dalam menyalurkan zakat tersebut pihak lazismu sudah menjalankan prinsip *good corparate governance* itu sendiri baik itu *transparancy*, *accountabily*, *responsibility*, dan *independency* serta *fairness* dalam melaksanakan kewajibannya. Lazismu memberikan informasi kepada *muzakki* berupa laporan atau surat serta foto-foto yang bisa dijadikan sebagai dokumentasi dari seluruh kegiatan zakat yang disalurkan kepada masyarakat dan di kirim melalui media seperti kantor pos, whatsaap, instargram, email, dan media lainnya. Namun dari hasil obervasi yang dilakukan, *muzakki* masih banyak yang tidak aktif dalam menyalurkan zakat, bahkan banyak *muzakki* yang hanya membayar sekali dalam beberapa bulan. Kemudian adanya keterlambatan dalam menyampaikan

informasi kepada *muzakki* sehingga beberapa *muzakki* tidak menerima laporan secara tepat waktu. Kasus lainnya adalah sebagian *muzakki* tidak menerima laporan dari lazismu dan *muzakki* itu sendiri berfikir bahwa ketika menerima laporan dari lazismu *muzakki* tersebut merasa seperti ria atau pamer, dan begitu juga sebaliknya dimana sebagian *muzakki* harus menerima laporan dari pihak lazismu karena zakat yang sudah disalurkan oleh *muzakki* itu sendiri harus jelas kemana dana itu sendiri diberikan oleh pihak lazismu yang ada pada kota pekanbaru, hingga pembayaran zakat dapat dikatakan sampai saat ini masih banyak *muzakki* yang tidak teratur atau tidak aktif dalam menyalurkan zakatnya. Hal ini menjadi pertanyaan bagi perusahaan khususnya Lazismu Pekanbaru untuk mengetahui bagaimana kepuasan *muzakki* itu sendiri, karena kepuasan *muzakki* merupakan peran penting bagi lazismu sehingga masih banyaknya *muzakki* yang tidak aktif dalam menyalurkan zakat.

Research gap

Berdasarkan *research gap* penelitian terdahulu mengenai tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya, yaitu prinsip *Good Corparate Governance* berupa *transparancy, accountabily, responsibility,* dan *independency* serta *fairness.* Penelitian Kuncaraningsih (2015) menemukan bahwa *Good Corparate Governance* berpengaruh terhadap kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat. Ini menunjukkan semakin tinggi tingkat *Good Corparate Governance* maka semakin tinggi tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat. Sejalan dengan penelitian Sari (2017) menemukan bahwa *Good Corparate Governance* berpengaruh positif terhadap kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat. Namun berbeda dengan penelitian Wulandari (2019) bahwa penelitian yang dilakukan hanya dua variabel dari *Good Corporate Governance,* yaitu transparansi berpengaruh positif terhadap kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat. Sedangkan akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui penelitian terdahulu melakukan penelitian secara umum tentang *Good Corporate Governance* dan melakukan penelitian beberapa prinsip *Good Corporate Governance* saja. Untuk itu penelitian ini menguji lebih lanjut pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat dengan fokus pada prinsip - prinsip *Good Corporate Governance* dan menambahkan variabel *responsibility, independency* dan *fairness.* Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Diantaranya adalah Penelitian Wulandari (2019), dengan judul Pengaruh prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap kepuasan *muzakki* pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah menggunakan variabel *Good Corporate Governance* terhadap kepuasan muzaki. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian yaitu penelitian terdahulu dilakukan di BAZNAS kabupaten Rejang Lebong. Sedangkan penelitian sekarang dilakukan di Lazismu kota Pekanbaru. Perbedaan kedua terletak pada variabel independennya yaitu penelitian terdahulu hanya menggunakan dua prinsip *good corporate governance* yaitu *transparancy* dan *accountability* sementara pada penelitian sekarang menggunakan lima prinsip *good corporate governance* yaitu *transparancy, accountability, responsibility, independency,* dan *fairness.*

Penelitian yang dilakukan oleh Kuncaraningsih (2015) dengan judul *Good corporate governance* dalam meningkatkan kepuasan *muzakki* di badan amil zakat nasional. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah menggunakan variabel *good corporate governance* terhadap kepuasan *muzakki*. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian yaitu penelitian terdahulu dilakukan di kabupaten Sleman. Perbedaan kedua terletak

pada variabel independen yaitu penelitian terdahulu hanya menggunakan *good corporate governance* secara umum sementara pada penelitian sekarang menggunakan lima prinsip *good corporate governance* sebagai variabel independen.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *transparancy* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.
2. Untuk mengetahui apakah *accountability* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.
3. Untuk mengetahpui apakah *responsibility* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.
4. Untuk mengetahui apakah *independency* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.
5. Untuk mengetahui apakah *fairness* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Atribusi *(Atribution Theory)*

Teori atribusi memiliki dua makna utama. Pertama untuk menjelaskan perilaku seseorang dan kedua untuk menyimpulkan perilaku seseorang (Malle, 2011). Teori atribusi yaitu sebuah percobaan untuk menentukan apakah perilaku seorang individu disebabkan dari internal atau eksternal. Perilaku yang disebabkan internal adalah yang dipercaya pengamat berada dalam kendali perilaku pribadi dari individu, sedangkan perilaku yang disebabkan eksternal adalah apa yang kita bayangkan situasi memaksa individu untuk melakukannya. Perilaku yang disebabkan eksternal dapat diartikan sebagai perilaku yang dipengaruhi dari luar individu, artinya individu akan berperilaku bukan karena keinginannya sendiri, melainkan karena desakan atau keadaan yang tidak bisa terkontrol (Robbins, 2015).

Teori ini menunjukkan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Teori ini relevan untuk menjelaskan pengaruh *good corporate governance* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam meyalurkan zakat, pada seseorang dilandasi dari berbagai persepsi serta memberi penilaian terhadap *good corporate governance* dalam perusahaan itu sendiri, lalu pribadinya sendiri yang dapat merasakan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu terhadap *muzakki* itu sendiri. Dengan adanya pengaruh internal dalam penelitian ini adalah variabel *good corporate governance* yang didalam nya ada 5 prinsip yaitu *transparancy*, *accountability*, *independency*, dan *responsibility*, serta *fairness*. Dan pengaruh eksternal yaitu variabel tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.

Good Corparate Governance

Good Corporate Governance merupakan mekanisme administratif yang mengatur hubungan-hubungan antara manajemen perusahaan, komisaris, direksi, pemegang saham dan kelompok- kelompok kepentingan (*stakeholders*) yang lain. Hubungan - hubungan ini dimanifestasikan dalam bentuk berbagai aturan permainan dan sistem insentif sebagai kerangka kerja yang diperlukan untuk menentukan tujuan-tujuan perusahaan dan cara - cara pencapaian tujuan - tujuan serta pemantauan kinerja yang dihasilkan (Prakarsa, 2007). Sedangkan menurut Agoes (2011), Tata kelola juga disebut sebagai suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaiannya, dan penilaian kinerjanya..

Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Menurut Sutedi (2012), ada beberapa prinsip dasar yang harus diperhatikan dalam *Good Corporate Governance*, yaitu: Transparancy (Keterbukaan), Accountability (kejelasan/dapat dipertanggungjawabkan), Independency (kemandirian), Fairness (Kesetaraan/keadilan) dan Responsibility (pertanggungjawaban)

Muzakki

Pembayar zakat (*muzakki*) adalah pihak yang berperan penting dalam sistem perzakatan. Mereka yang merupakan penggerak roda sistem zakat berhak mendapatkan pemenuhan kebutuhan atas zakat yang telah diberikan. Beberapa informasi yang dibutuhkan oleh *muzakki* dalam sistem perzakatan yang kaitannya adalah dengan adanya penerapan *Good Corporate Governance*, yaitu sistem perencanaan zakat, sistem pembayaran zakat yang sederhana, sistem pemantauan penyaluran zakat, dan sistem pelaporan penyaluran zakat (kuncaraningsih, 2015).

Kepuasan Pelanggan (*Muzakki*)

Kepuasan pelanggan (*costumer's Satisfaction*) didefinisikan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Bisnis dikatakan berhasil apabila kepuasan pelanggan sudah terpenuhi oleh perusahaan itu sendiri sehingga pelanggan tersebut yakin bahwa perusahaan memberikan yang terbaik untuknya (Farida, 2012).

Hubungan *Good Corparate Governance* dengan Kepuasan *Muzakki*

Menurut Indra (2006), *Muzakki* adalah pihak yang berperan dalam sistem perzakatan, mereka merupakan penggerak roda sistem zakat yang berhak mendapat pemenuhan kebutuhan atas zakat yang telah diberikan. Pada *good corparate governance* ini memberikan kemajuan terhadap lembaga zakat, hal tersebut tidak luput dari s*takeholder*. *Stakeholder* pada lembaga zakat itu termasuk adalah *muzakki*. Untuk memberikan yang terbaik pada *muzakki* maka lembaga zakat perlu adanya prinsip *good corparate governance* dengan memberikan informasi secara terperinci terhadap zakat yang diberikan oleh *muzakki* tersebut. Jadi hubungan *good corparate goernance* dengan kepuasan *muzakki* adalah bagaimana pengelolaan memberikan yang terbaik dari sistem pembayaran dan sistem informasi dari seluruh kegiatan yang dijalankan kepada *muzakki*. Sehingga dengan adanya pengelolaan yang sehat dan baik maka akan memberikan kepuasan tersendiri untuk *muzakki* tersebut.

Zakat

Pengertian Zakat ditinjau dari segi bahasa memiliki banyak arti, yaitu albarakatu yang mempunyai arti keberkahan, ath-thaharatu yang memiliki arti kesucian, al-namaa yang mempunyai arti pertumbuhan dan perkembangan, dan ash-shalahu yang memiliki arti keberesan. Sedangkan zakat menurut istilah terdapat banyak ulama' yang mengemukakan dengan redaksi yang berbeda-beda, akan tetapi pada dasarnya mempunyai arti yang sama, yaitu bahwa zakat adalah pemberian hak kepemilikan atas sebagian harta tertentu kepada orang tertentu, Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada seseorang yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula (Ismail, 2018).

Pengaruh *transparancy* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat

Transparancy merupakan suatu keterbukaan dalam melakukan suatu proses kegiatan di dalam perusahaan. Dengan diterapkannya transparansi lembaga diwajibkan mengungkapkan informasi secara relevan, akurat, dapat dibandingkan serta mudah diakses oleh nasabah dan tentunya diiringi kebenaran atas informasi tersebut. Transparansi merupakan hal yang diinginkan oleh penerima laporan sehingga mendapat kepercayaan dari pelanggan perusahaan itu sendiri (Umam, 2011). Penelitian Nurhayati (2017), menemukan bahwa transparansi laporan

keuangan dapat dianalogikan sebagai suatu sifat dan sikap organisasi pengelola zakat yaitu Tabligh atau menyampaikan. Jika lazis mampu menyajikan pelaporan yang transparan, dapat dipastikan publik akan puas dan semakin yakin untuk menyalurkan dana zakatnya melalui lembaga Amil Zakat. Hal ini sejalan dengan penelitian Wulandari (2019), yang mengatakan bahwa transparansi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jika perusahaan menyajikan laporan secara transparansi maka kepuasan pelanggan semakin meningkat. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis pertama sebagai berikut :

H_1 : *Transparancy* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.

Pengaruh *accountability* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat

Accountability merupakan kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban rapat umum pemegang saham, komisaris atau dewan pengawas dan direksi serla pemilik modal sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif dan efisien. Menurut NCG *(National Commite on Governance)*, prinsip akuntabilitas adalah prinsip bahwa para pengelola kewajiban untuk membina sistem akuntansi yang efektif dalam rangka menghasilkan laporan keuangan yang dapat di percaya. Selain itu akuntabilitas juga mengandung unsur kejelasan fungsi dalam organisasi dan cara mempertanggung jawabkannya (Siswanto, 2015). Penelitian Yuliafitri (2016), menemukan kepuasan *muzakki* merupakan salah satu kunci dalam menciptakan loyalitas *muzakki*. Dalam membentuk kepuasan, maka perlu meningkatkan kualitas pelayanannya kepada *muzakki*. Pelayanan yang baik yang diberikan oleh Lembaga Amil Zakat terhadap *muzakki* akan membentuk persepsi dan harapan yang positif sehingga *muzakki* akan merasa puas dengan Lembaga Amil Zakat tersebut. Kualitas pelayanan yang baik ini membuat *muzakki* puas karena harapan serta kebutuhan mereka telah terpenuhi.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis kedua sebagai berikut :

H_2 :*Accountability* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.

Pengaruh *responsibility* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat

Responsibility (pertanggungjawaban) merupakan kesesuaian atau kepatuhan didalam pengeolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat yang mana perusahaan harus bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungannya serta harus mentaati peraturan perundangan yang berlaku (Sutedi, 2012). Penelitian Robert (2017), menemukan bahwa peningkatan *responsibility* dan penurunan *responsibility* akan berdampak pada kepuasan pelanggan atau *muzakki*. Pentingnya *responsibility* akan berdampak pada pelanggan khususnya kepuasan pelanggan atau *muzakki* semakin baik kualitas pelayanan maka pelanggan akan semakin puas dan loyal dengan produk dan jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan atau lembaga lembaga amil zakat lainnya.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis ketiga sebagai berikut :

H_3 : *Responsibility* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.

Pengaruh *independency* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat

Independency (mandiri atau bebas) merupakan keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa bantuan kepentingan dan tekanan dari pihak yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi atau organisasi yang sehat. perusahaan harus dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan tekanan dari pihak mana pun daalam menjalankan fungsi, tugas dan tanggung jawabnya sehingga pelanggan yakin dan percaya terhadap perusahaan atau suatu lembaga. Dalam hal ini ketika pelanggan

yakin bahwa perusahaan tidak bermasalah maka pelanggan akan merasa aman dan yakin terhadap perusahaan itu sendiri (Imam, 2012). Penelitian Listiya (2016), menemukan bahwa Independensi merupakan tujuan yang harus diupayakan dan dicapai sampai tingkat tertentu sekalipun dibayar oleh kliennya. Independensi berarti tidak mudah dipengaruhi karena ia melaksanakan pekerjaannya untuk kepentingan umum. Dengan demikian ia tidak dibenarkan memihak kepada kepentingan siapapun.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis keempat sebagai berikut :

H_4 : *Independency* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.

Pengaruh *fairness* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat

Fairness (keadilan/kesetaraan) merupakan perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk menjamin bahwa perusahaan dikelola secara prudent untuk kepentingan stakeholder secara fair dan menghindarkan terjadinya praktik korporasi yang merugikan. Suatu organisasi dalam melaksanakan kegiatannya harus selalu mempertimbangkan kepentingan penyedia layanan dengan penerima layanan. Prinsip kewajaran ini harus diterapkan dengan baik dengan memberikan layanan yang sama kepada setiap pelanggan atau konsumen. Dengan adanya keadilan dalam pelayanan maka pelanggan merasakan kepentingan yang sama dan merasa lebih diperlakukan secara baik dan adil. Tercapainya kewajaran pelayanan memberikan kepuasan bagi penerima layanan (Oktavia, 2017). Menurut Seiders dan Berry (1998) dalam penelitian Andi (2017), menemukan unsur *fairness* menjadi salah satu kunci penting bagi perusahaan atau lembaga berbasis *service* dalam mendapatkan *customer loyalty* untuk jangka panjang. Hal ini menunjukan semakin baik layanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat dan mendapatkan *customer loyalty*.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis kelima sebagai berikut :

H_5 : *Fairness* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang merupakan data berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2007). Penelitian ini merupakan pemaparan dan penjabaran dari hasil penelitian yang terjadi di lapangan secara langsung. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pekanbaru yaitu pada *Muzakki* yang menyalurkan zakat di lazismu jalan tuanku tambusai No. 72 M, kota Pekanbaru. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh *muzakki* yang ada pada Lazismu kota Pekanbaru yang berjumlah 1.325 *muzakki* baik itu *muzakki* tetap maupun *muzakki* tidak tetap. Untuk menentukan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh sampel sebesar 86 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 menggunakananalisisregresi linier berganda yang pengolahannya dengan menggunakan program SPSS versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel *X* dan *Y*

Variabel	Variabel Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Transparancy (X_1)	T1	0,6850	0,2120	Valid
	T2	0,5820	0,2120	Valid
	T3	0,2480	0,2120	Valid
	T4	0,4840	0,2120	Valid
	T5	0,5190	0,2120	Valid
Accountability (X_2)	A1	0,5190	0,2120	Valid
	A2	0,6710	0,2120	Valid
	A3	0,3550	0,2120	Valid
	A4	0,4280	0,2120	Valid
	A5	0,4760	0,2120	Valid
Responsibility (X_3)	R1	0,5370	0,2120	Valid
	R2	0,6680	0,2120	Valid
	R3	0,4490	0,2120	Valid
	R4	0,5220	0,2120	Valid
	R5	0,5600	0,2120	Valid
Independency (X_4)	I1	0,8780	0,2120	Valid
	I2	0,8500	0,2120	Valid
	I3	0,4830	0,2120	Valid
	I4	0,2180	0,2120	Valid
	I5	0,2230	0,2120	Valid
Fairness (X_5)	F1	0,2700	0,2120	Valid
	F2	0,6690	0,2120	Valid
	F3	0,7780	0,2120	Valid
	F4	0,7780	0,2120	Valid
	F5	0,3690	0,2120	Valid

Sumber: data tabulasi, 2020

Dari tabel diatas uji validitas yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner telah memenuhi kriteria validitas karena masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,2120 dengan tarif signifikan $\alpha = 5\%$. Maka dapat penulis simpulkan bahwa item pada setiap pernyataan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *X* dan *Y*

Variabel	*Cronbach Alpha*	r Tabel	Keterangan
Transparancy (X_1)	0,2650	0,2120	Reliabel
Accountability (X_2)	0,2690	0,2120	Reliabel
Responsibility (X_3)	0,4440	0,2120	Reliabel
Independency (X_4)	0,4320	0,2120	Reliabel
Fairness (X_5)	0,4970	0,2120	Reliabel

Sumber: data tabulasi, 2020

Dari tabel diatas dapat terlihat bahwa berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan, menunjukkan nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel memiliki nilai koefesien alpha diatas 0,2120. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel dan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan cukup baik.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3
Hasil Uji Statistik Deskriptif

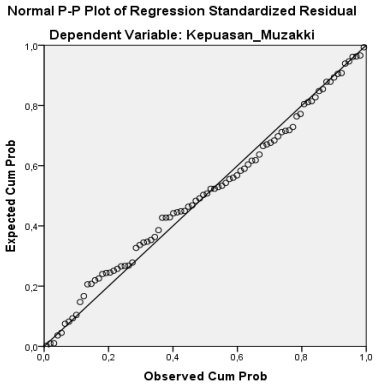
Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Transparancy (X_1)	85	19	25	22,09	1,60
Accountability (X_2)	85	18	25	22,65	1,69
Responsibility (X_3)	85	18	25	22,30	1,57
Independency (X_4)	85	16	23	19,67	2,43
Fairness (X_5)	85	16	24	19,16	2,27
Kepuasan Muzakki (Y)	85	24	32	29,56	1,85

Sumber: data tabulasi, 2020

Tabel di atas menunjukkan variabel *Transparancy* (X_1) yang diukur dengan 5 item pernyataan memiliki nilai minimum 19, nilai maksimum 25, rata-rata 22,09 dam standar deviasi 1,60. Nilai rata-rata 22,5 menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab "setuju" atas item-item yang menyatakan tingkat *Transparancy*. Hasil ini mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat *Transparancy* yang baik. Variabel *Accountability* (X_2) yang diukur dengan 5 item pernyataan memiliki nilai minimum 18, nilai maksimum 25, rata-rata 22,65 dam standar deviasi 1,69. Nilai rata-rata 22,65 menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab "setuju" atas item-item yang menyatakan tingkat *Accountability*. Variabel *Responsibility* (X_3) yang diukur dengan 5 item pernyataan memiliki nilai minimum 18, nilai maksimum 25, rata-rata 22,30 dam standar deviasi 1,57. Nilai rata-rata 22,30 menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab "setuju" atas item-item yang menyatakan tingkat *Responsibility*. Hasil ini mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat *Responsibility* yang baik. Variabel *Independency* (X_4)yang diukur dengan 5 item pernyataan memiliki nilai minimum 16, nilai maksimum 23, rata-rata 19,67 dam standar deviasi 2,43. Nilai rata-rata 19,67 menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab "kurang setuju" atas item-item yang menyatakan tingkat *Independency*. Hasil ini mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat *Independency*.yang sedang. Variabel *Fairness* (X_5) yang diukur dengan 5 item pernyataan memiliki nilai minimum 16, nilai maksimum 24, rata-rata 19,16 dam standar deviasi 2,27. Nilai rata-rata 19,16 menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab "kurang setuju" atas item-item yang menyatakan tingkat *Fairness*. Variabel Kepuasan Muzakki (Y) yang diukur dengan 7 item pernyataan memiliki nilai minimum 24, nilai maksimum 32, rata-rata 29,57 dam standar deviasi 1,85. Nilai rata-rata 29,57 menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab "setuju" atas item-item yang menyatakan tingkat Kepuasan Muzakki.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1
Uji Normalitas Data Grafik *P-Plot*

Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa dalam grafik normal *P-Plot* titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebarannya tidak terlalu jauh dan melebar dari garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan.

Tabel 4
Hasil Uji *Kolmogrov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,64029131
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,045
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

Sumber: data tabulasi, 2020

Dari Tabel diatas diketahui bahwa hasil uji *kolmogrov-smirnov* dengan nilai sebesar 0,071 pada signifikansi 0,200 (*Asymp. Sig.* (2-*tailed*)), artinya dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,286	4,654		2,425	,018		

Transparancy	,359	,121	,311	2,963	,004	,890	1,124
Accountability	-,104	,146	-,095	-,713	,478	,548	1,824
Responsibility	,400	,195	,340	2,046	,044	,356	2,808
Independency	-,002	,100	-,002	-,019	,985	,573	1,744
Fairness	,201	,090	,246	2,233	,028	,807	1,240

Sumber: data tabulasi, 2020

Hasil uji multikolinearitas pada tabel perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan nilai VIF *Transparancy* adalah 1,124, nilai VIF *Accountability* 1,834, nilai VIF *Responsibility* 2,808, nilai VIF *Independency* 1,744 dan nilai VIF *Fairness* 1,240. Ini menunjukkan tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoliniearitas antara variabel independen dalam model regresi. Hasil perhitungan juga menunjukkan nilai *tolerance* masing-masing variabel yaitu nilai *Transparancy* sebesar 0,890, *Accountability* sebesar 0,548, *Responsibility* sebesar 0,356, *Independency* sebesar 0,573 dan *Fairness* sebesar 0,807. Ini menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Maka menurut *tolerance* tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini.

Uji Heteroskedastisisitas

Tabel 6
Hasil Uji Heteroskedastisisitas

Model		Sig.
1	(Constant)	,013
	Transparancy	,077
	Accountability	,293
	Responsibility	,383
	Independency	,980
	Fairness	,221

Sumber: data tabulasi 2020

Hasil uji heteroskedastisitas pada model dengan uji *glejser* menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel bebas dengan nilai mutlak residual sehingga menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikannya berada di atas 5% baik untuk *Transparancy* (X_1) sebesar 0,077(7,7%), *Accountability* (X_2) sebesar 0,293 (29,3%), *Responsibility* (X_3) sebesar 0,383(38,3%), *Independency* (X_4) sebesar 0,980(98,0%) dan *Fairness* (X_5) sebesar 0,221(22,1%).

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,286	4,654		2,425	,018		
	Transparancy	,359	,121	,311	2,963	,004	,890	1,124

Accountability	-,104	,146	-,095	-,713	,478	,548	1,824
Responsibility	,400	,195	,340	2,046	,044	,356	2,808
Independency	-,002	,100	-,002	-,019	,985	,573	1,744
Fairness	,201	,090	,246	2,233	,028	,807	1,240

a. Dependent Variable: Kepuasan Muzakki

Berdasarkan Tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$

$Y = 11{,}286 + 0{,}359x_1 - 0{,}104x_2 + 0{,}400x_3 - 0{,}002x_4 + 0{,}201x_5$

Nilai $0{,}359$ pada variabel *Transparancy* (X_1) adalah bernilai positif. Nilai $-0{,}104$ pada variabel *Accountability* (X_2) adalah bernilai negatif. Nilai $0{,}400$ pada variabel *Responsibility* (X_3) adalah bernilai positif. Nilai $-0{,}002$ pada variabel *Independency* (X_4) adalah bernilai negatif. Nilai $0{,}201$ pada variabel *Fairness* (X_5) adalah bernilai positif.

Tabel 8

Hasil Uji Koefesien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,463[a]	,214	,165	1,69077	2,000

a. Predictors: (Constant), Fairness, Independency , Transparancy , Accountability, Responsibility

b. Dependent Variable: Kepuasan_Muzakki

Sumber: data tabulasi 2020

Dari Tabel diatas koefesien determinasi hasil ini menunjukkan bahwa 16,5% variabel kepuasan *muzakki* dapat dijelaskan oleh kelima variabel independen yang dalam hal ini ialah *Good Corporate Governance (Transparancy, Accountability, Responsibility, Independency,* dan *Fairness)*. Sedangkan selisihnya 83,5% (100% - 16,5%) yakni dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 9

Hasil Uji *F* Hitung

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	62,384	5	12,477	4,364	,001[b]
	Residual	228,697	80	2,859		
	Total	291,081	85			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Muzakki

b. Predictors: (Constant), Fairness, Independency , Transparancy , Accountability, Responsibility

Adapun hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

(1) $H_0 =$ Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel *Good Corporate Governance (Transparancy, Accountability, Responsibility, Independency,* dan *Fairness)* secara simultan terhadap kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru.

(2) H_a = Terdapat pengaruh signifikan variabel *Good Corporate Governance (Transparancy, Accountability, Responsibility, Independency,* dan *Fairness)* secara simultan terhadap kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru.

Uji *t* (Parsial)

Tabel 10
Hasil Uji Hipotesis *t* Hitung
Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1 (Constant)	11,286	4,654		2,425	,018		
Transparancy	,359	,121	,311	2,963	,004	,890	1,124
Accountability	-,104	,146	-,095	-,713	,478	,548	1,824
Responsibility	,400	,195	,340	2,046	,044	,356	2,808
Independency	-,002	,100	-,002	-,019	,985	,573	1,744
Fairness	,201	,090	,246	2,233	,028	,807	1,240

a. Dependent Variable: Kepuasan Muzakki

Dengan taraf signifikan 0,05 sehingga diperoleh $\alpha = 5\% \div 2 = 2.5\%$ atau 0,025 dan didapat $df = 86 - 5 - 1 = 80$. Dari ketentuan tersebut diperoleh t tabel sebesar 1,99006 atau 1,990. Berdasarkan data yang ditampilkan, diketahui bahwa t hitung untuk variabel *Transparancy* (X_1) sebesar 2,963, t tabel sebesar 1,990 dengan nilai signifikansi sebesar 0,018. Berarti tolak H_0 terima H_1. Dikarenakan t hitung $>$ t tabel, dan nilai signifikan $0{,}018 < 0{,}05$. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa *Transparancy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki.*

Berdasarkan data yang ditampilkan, diketahui bahwa t hitung untuk variabel *Accountability* (X_2) sebesar $-0{,}713$, t tabel sebesar 1,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,478. Berarti terima H_0 tolak H_2. Dikarenakan t hitung $<$ t tabel, dan nilai signifikan $0{,}478 > 0{,}05$. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa *Accountability* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki.*

Berdasarkan data yang ditampilkan, diketahui bahwa t hitung untuk variabel *Responsibility* (X_3) sebesar 2,046, t tabel sebesar 1,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,044. Berarti tolak H_0 terima H_3. Dikarenakan t hitung $>$ t tabel, dan nilai signifikan $0{,}044 < 0{,}05$. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa *Responsibility* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki.*

Berdasarkan data yang ditampilkan, diketahui bahwa t hitung untuk variabel *Independency* (X_4) sebesar $-0{,}019$, t tabel sebesar 1,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,985. Berarti terima H_0 tolak H_4. Dikarenakan t hitung $<$ t tabel, dan nilai signifikan $0{,}985 > 0{,}05$. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa *Independency* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki.*

Berdasarkan data yang ditampilkan, diketahui bahwa t hitung untuk variabel *Fairness* (X_5) sebesar 2,233, t tabel sebesar 1,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,028. Berarti tolak H_0 terima H_5. Dikarenakan t hitung $>$ t tabel, dan nilai signifikan $0{,}028 < 0{,}05$. Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa *Fairness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki.*

Pembahasan

Pengaruh *transparancy* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat

Berdasarkan uji hipotesis disimpulkan bahwa variabel *Transparancy* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru. Jika lazismu mampu menyajikan pelaporan yang transparan, dapat dipastikan publik akan puas dan semakin yakin untuk menyalurkan dana zakatnya melalui lembaga Amil Zakat. Hal ini sejalan dengan penelitian Wulandari (2019), yang mengatakan bahwa transparansi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jika perusahaan menyajikan laporan secara transparansi maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.

Pengaruh *accountability* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat

Berdasarkan uji hipotesis disimpulkan bahwa variabel *Accountability* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki.* Hal ini menunjukkan perlunya peningkatkan kualitas pelayanannya kepada *muzakki*. Menurut NCG *(National Commite on Governance),* prinsip *Accountability* adalah prinsip bahwa para pengelola kewajiban untuk membina sistem akuntansi yang efektif dalam rangka menghasilkan laporan keuangan yang dapat di percaya. Selain itu akuntabilitas juga mengandung unsur kejelasan fungsi dalam organisasi dan cara mempertanggung jawabkannya (Siswanto, 2005). Penelitian ini sejalan dengan penelitian Wulandari (2019) yang menunjukkan *accountability* secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki* pada badan amil zakat nasional (baznas) Kabupaten Rejang Lebong.

Pengaruh *responsibility* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat

Berdasarkan uji hipotesis disimpulkan bahwa variabel *Responsibility* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki. Responsibility* (pertanggungjawaban) merupakan kesesuaian atau kepatuhan didalam pengeolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat yang mana perusahaan harus bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungannya serta harus mentaati peraturan perundangan yang berlaku sehingga dapat dikatakan *muzakki* juga akan mendapatkan kepuasan tersendiri terhadap perusahaan iu sendiri (Sutedi, 2012). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Robert (2017), menemukan bahwa peningkatan *responsibility* dan penurunan *responsibility* akan berdampak pada kepuasan pelanggan atau *muzakki*. Pentingnya *responsibility* akan berdampak pada pelanggan khususnya kepuasan pelanggan atau *muzakki* semakin baik kualitas pelayanan maka pelanggan akan semakin puas dan loyal dengan produk dan jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan atau lembaga lembaga amil zakat lainnya.

Pengaruh *independency* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat

Berdasarkan uji hipotesis disimpulkan bahwa variabel *Independency* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki. Independency* (mandiri atau bebas) merupakan keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa bantuan kepentingan dan tekanan dari pihak yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi atau organisasi yang sehat. perusahaan harus dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan tekanan dari pihak mana pun daalam menjalankan fungsi, tugas dan tanggung jawabnya sehingga pelanggan yakin dan percaya terhadap perusahaan atau suatu lembaga. Dalam hal ini ketika pelanggan yakin bahwa perusahaan tidak bermasalah maka pelanggan akan merasa aman dan yakin terhadap perusahaan itu sendiri (Imam, 2012). Namun pada penelitian yang dilakukan bahwa muzakki kurang memperhatikan *independency* pada perusahaan tersebut sehingga menunjukkan bahwa variabel *Independency* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki.* Hasil penelitian ini juga tidak sejalan

dengan penelitian Listiya (2016), menemukan bahwa Independensi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki*. Penelitian ini menemukan bahwa mempertahankan dan memperluas kepercayaan seluruh masyarakat sangatlah penting sehingga menjadi pandangan bagi konsumen yang baik untuk perusahaan. Maka semakin baik independensi perusahaan akan semakin baik juga kepuasan pelanggannya.

Pengaruh *fairness* terhadap tingkat kepuasan *muzakki* dalam menyalurkan zakat

Berdasarkan uji hipotesis disimpulkan bahwa variabel *Fairness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *muzakki*. Hal ini menunjukkan bahwa muzakki pada lazismu sangat memperhatikan fairness pada kepuasan muzakki masing-masing. Menurut Oktavia (2017), Suatu organisasi dalam melaksanakan kegiatannya harus selalu mempertimbangkan kepentingan penyedia layanan dengan penerima layanan. Prinsip kewajaran ini harus diterapkan dengan baik dengan memberikan layanan yang sama kepada setiap pelanggan atau konsumen. Dengan adanya keadilan dalam pelayanan maka pelanggan merasakan kepentingan yang sama dan merasa lebih diperlakukan secara baik dan adil. Tercapainya kewajaran pelayanan memberikan kepuasan bagi penerima layanan. Penelitian ini juga sejalan dengan Seiders dan Berry (1998) dalam penelitian Andi (2017), menemukan unsur *fairness* menjadi salah satu kunci penting bagi perusahaan atau lembaga berbasis *service* dalam mendapatkan *customer loyalty* untuk jangka panjang. Hal ini menunjukan semakin baik layanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat dan mendapatkan *customer loyalty*. Saat pelanggan merasakan perlakuan tidak *fair*maka pelanggan akan cenderung emosional dan membawa dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KETERBATASAN PENELITIAN

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

1. Penelitian hanya menggukan metode pengumpulan data dengan angket dan dilakukan pada 86 orang *muzakki* Lazismu Kota Pekanbaru. Hal ini dikarenakan penelitian ini dilaksanakan pada pandemi COVID-19, sehingga belum mampu untuk menjangkau seluruh *muzakki* Lazismu Kota Pekanbaru secara umum.
2. Penelitian hanya berfokus pada variabel *Transparancy*, *Accountability*, *Responsibility*, *Independency*, dan *Fairness*. Berdasarkan hasil keofisien determinasi masih terdapat 83,5% variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru yang belum diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Good Corporate Goverance* yang terdiri dari prinsip *Transparancy*, *Accountability*, *Responsibility*, *Independency*, dan *Fairness*, terhadap tingkat kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru serta didukung teori-teori yang melandasi pada bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa *Transparancy* (X_1) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru. *Accountability* (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru. *Responsibility* (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru. *Independency* (X_4) tidak berpengaruh terhadap kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru. *Fairness* (X_5) berpengaruh terhadap kepuasan *muzakki* pada Lazismu Kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

Adrian, Sutedi. 2012. *Good Corporate Governance.* Jakarta: Sinar Grafika.

Ahmad ismail. 2018. *Fikih Zakat Konstektual indonesia.* Jakarta Pusat : Badan Amil Zakat Nasional.

Elsi, Kartika, Sari. 2006. *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta: PT Grasindo.

Farida, Jasfar. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa, SDM, Inovasi dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.

Imam, S. T., dan Amin, W. T. 2012. *Membangun Konsep Corporate Governance*. Jakarta: Havarindo.

Kuncaraningsih, H, S. (2015*). pengaruh good corporate governance terhadap kepuasan muzakki pada badan amil zakat nasional (baznas) kabupaten sleman yogyakarta*. Skripsi thesis, universitas islam negeri sunan kalijaga.

Nani, oktavia. 2017. *Analisis Pengaruh Penerapan Good Government Governance Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Kantor Imigrasi Propinsi Lampung*. Tesis. Universitas Lampung.

Nurhayati. 2017. *Transparansi Informasi Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi pada Muzakki di LAZIS UNS)*. Jurnal Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Prakarsa dan Wahyudi. 2007. *Corporate Governance: Suatu Keniscayaan*. Jurnal Reformasi Ekonomi Vol.1 No. 2.

Robbins, Stephen, P. 2015. *Perilaku Organisasi*. Jakarta Selatan: Salemba Empat

Robert, P., dan Bode, L. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Galesong Mandiri cabang Kairagi Manado*. Jurnal ISSN 2203-1174.

Siswanto, S, E. John, dan Aldridge. 2015. *Good Corporate Governance Tata Kelola Perusahaan yang Seha*t. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukrisno, Agoes. 2011. *Auditing (Pemeriksaan Akuntan) oleh Kantor Akuntan Publik*. Edisi 4. Penerbit Salemba Empat.

Suryani, I., dan Ivan, Y. 2006. *Penerapan Good Corparate Governance Mengesampingkan Hak-hak Istimewa Demi Kelangsungan Usaha*. Jakarta: Kencana.

Umam, M. 2011. *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada BPRS Artha Mas AbadiPati).* Jurnal Institut Agama Islam Negeri Walisongo.

Wulandari, Cantika, Hardivizon dan Fitmawati (2018) *Pengaruh Prinsip Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Kepuasan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Rejang Lebong.* Diploma thesis, Institut Agama Islam Negeri Curup.

Yuliafitri, I., dan Khoiriyah, A. N. 2016. *Pengaruh Kepuasan Muzaki, Transparansi dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzaki*. Jurnal Ekonomi Islam ISSN. 2541-4127. Vol. 7. No. 2.