



TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS, PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN DAN REPUTASI LEMBAGA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT PADA BAZNAS KOTA PEKANBARU

Nurhayati Lubis¹, Mahyerni², & Muhammad Albahi³

^{1,2,&3}*Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*
Email : lubisnurhayati3108@gmail.com, mahyarni@uin-suska.ac.id, muhammad.albahi@uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Angka kemiskinan merupakan salah satu permasalahan utama yang ada di Indonesia, dan salah satu instrumen yang bisa mengurangi kemiskinan tersebut adalah zakat. Seiring dengan pertumbuhan zakat yang semakin pesat di Indonesia, memberikan dampak yang baik untuk kesejahteraan masyarakat. Peningkatan tersebut juga dialami oleh Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru pada tahun 2021 sampai 2023. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh transparansi, akuntabilitas, pengetahuan, kepercayaan dan reputasi lembaga terhadap keputusan masyarakat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Teknik analisis data menggunakan *Smart PLS*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari *google form* yang disebarakan kepada responden yang membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima variabel memiliki pengaruh signifikan. Variabel transparansi, akuntabilitas, pengetahuan, kepercayaan dan reputasi lembaga berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membayar zakatnya secara konsisten di BAZNAS jika sudah mencapai *haul* dan *nisabnya*. karena kontribusi BAZNAS sangat diharapkan agar mampu mengetaskan kemiskinan dan pengembangan ekonomi masyarakat.

Kata Kunci : Akuntabilitas, Kepercayaan, Reputasi Lembaga, Pengetahuan, Transparansi.

ABSTRACT

Poverty is one of the main problems in Indonesia, and one of the instruments that can reduce poverty is zakat. Along with the rapid growth of Zakat in Indonesia, it has a positive impact on people's welfare. This increase was also experienced by the National Zakat Agency of Pekanbaru City in 2021 to 2023. This study aims to see how transparency, accountability, knowledge, trust and reputation of the institution affect people's decisions to pay zakat at the National Zakat Agency of Pekanbaru City. The method used in this study is a descriptive quantitative method. The data analysis technique uses Smart PLS. data was collected through a questionnaire from a google form distributed to respondents who paid zakat at the National Zakat Agency of Pekanbaru City. The results of the study showed that the five variables had a significant influence. The variables Transparency, Accountability, Knowledge, Trust and Reputation of the Institution have a significant influence on people's decisions to pay zakat at the National Zakat Agency of Pekanbaru City. Further research is suggested to explore the factors that influence people's decision to pay their zakat consistently at BAZNAS if they have reached the haul and nisab. Because BAZNAS' contribution is highly expected to be able to eradicate poverty and develop the community's economy.

Keyword : Accountability, Trust, Institutional Reputation, Knowledge, Transparency.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang penduduknya beragama Islam terbesar di dunia dari segi jumlah penduduk. Akan tetapi, potensi zakat masih belum optimal. Pada tahun 2023 Potensi Zakat Rp. 327 triliun, namun realisasi penghimpunan dana Zakatnya baru sebesar Rp. 4 triliun saat ini, tercatat ada kurang lebih 10,7 juta *mustahik* di Indonesia dengan potensi zakat. Penerimaan zakat di Indonesia saat ini belum optimal dikarenakan beberapa hal, antara lain rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat, belum sedikitnya masyarakat yang mampu, namun tingkat kesadaran akan kewajiban membayar zakat masih sebatas membayar zakat fitrah yang dikeluarkan pada bulan Ramadhan saja. Disamping itu penerimaan zakat pada lembaga zakat belum optimal karena budaya masyarakat Indonesia cenderung lebih suka membayar zakat secara langsung bukan melalui lembaga penyalur zakat khususnya sehingga tidak terdata. Kebiasaan masyarakat ini sudah berlangsung lama dan mengubah kebiasaan tersebut tidak dapat dilakukan dalam waktu yang singkat.

Penghimpunan Zakat yang dilakukan BAZNAS Kota Pekanbaru pada tahun 2019 adalah 6,7 milyar, di tahun 2020 turun menjadi 6,4 milyar kemudian ditahun 2021 turun menjadi 6,2 milyar dan ditahun 2022 naik kembali menjadi 8,8 milyar dan naik ditahun 2023 yaitu 16,1 milyar. Sedangkan untuk penyaluran dana zakat tahun 2019 sebesar 6,3 milyar, ditahun 2020 sebesar 5 milyar, ditahun 2021 6,4 milyar, ditahun 2022 disalurkan sebesar 8,4 milyar dan ditahun 2023 disalurkan sebesar 15,5 milyar. Begitu juga dengan jumlah *muzakki* tahun 2018 sebanyak 3783 orang, kemudian turun tahun 2019 yaitu 4.023 orang, kemudian turun menjadi 4.108 orang, ditahun 2021 turun menjadi 3000 orang dan ditahun 2022 naik kembali menjadi 6.493 orang.

Kenaikan dari penghimpunan zakat, penyaluran dan juga kenaikan jumlah *muzakki* berkaitan dengan keputusan masyarakat membayar zakat kepada lembaga pengelola zakat semakin meningkat atau

membalik. Perbedaan besar antara jumlah potensi penerimaan dana zakat dan realisasi penghimpunan dana zakat terjadi karena masyarakat di Indonesia lebih memilih untuk membayarkan dana zakatnya secara langsung ke *mustahiq* dari pada melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Oleh karena itu permasalahan yang dihadapi masyarakat saat ini adalah minimnya pengetahuan terkait fungsi dan manfaat Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) serta minimnya kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Amil Zakat. Wahbah Zuhaili mengatakan dalam kitabnya bahwa Iman seorang hamba tidak akan lengkap apabila kedua hal tersebut dipisahkan (Qardhawi, 2011).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam membayar zakat diantaranya pengetahuan, kepercayaan dan akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat karena dengan pengetahuan yang luas, kepercayaan yang tinggi dan akuntabilitas terhadap laporan keuangan baik memberikan kemudahan masyarakat dalam membayarkan zakatnya pada badan amil zakat (Tartila, 2023). Transparansi berpengaruh signifikan dan nyata terhadap keputusan membayar zakat melalui badan amil zakat nasional kabupaten pengetahuan *muzakki* dan keterbukaan badan amil zakat nasional ketika memberikan informasi tidak ada yang ditutup-tutupi oleh pengelola kepada para *muzakki* cukup baik sehingga *muzakki* dapat membayar dan diharapkan mengajak orang lain untuk melaksanakan berzakat menurut badan amil zakat nasional kabupaten (Hasibuan, 2021). Reputasi Lembaga menjadi salah satu bentuk penilaian yang berhubungan dengan sikap, emosi, keuangan, sosial maupun budaya di dalam suatu organisasi akan berdampak pada loyalitas seseorang serta kepuasan seseorang (Afandi et al, 2022).

Penelitian ini akan menjadi baru karena belum adanya penelitian yang menggabungkan kelima variabel ini secara bersamaan yaitu transparansi, akuntabilitas, pengetahuan, kepercayaan dan reputasi

lembaga. Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih kompleks tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih tempat Pembayaran zakat yaitu BAZNAS.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keputusan Membayar Zakat

Menurut Kotler dan Lane (2012) bahwa proses pengambilan keputusan merupakan proses psikologis dasar yang berperan penting dalam memahami terkait bagaimana konsumen sebenarnya mengambil keputusan. Mereka juga berpendapat bahwa pilihan atau keputusan seseorang ditentukan oleh faktor pengetahuan dan kepercayaan. Pilihan *muzakki* untuk membayar zakat mencerminkan kepedulian dan kesadaran mereka terhadap tanggung jawab sosial (Kotler dan Armstrong, 2018). Kesadaran ini menjadi bagian penting dari kewajiban dan kebutuhan umat Islam, diwujudkan melalui perhatian terhadap hak-hak fakir miskin serta kelompok *mustahiq* lainnya yang berhak menerima zakat sesuai syarat yang ditentukan.

Zakat

Pengertian Zakat ditinjau dari bahasa berasal dari kata dasar “*zaka*” yang berarti tumbuh, berkah, dan suci. Zakat dari segi istilah berarti “mengeluarkan sebagian harta dalam waktu tertentu dengan nilai tertentu dan diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya” (Qardhawi, 2011). Dalam buku Hafidguddin (2002) zakat adalah sebagian dari harta yang wajib dibayarkan kepada yang berhak menerimanya dengan syarat-syarat tertentu. Dan hal ini juga tidak terlepas dari Al-Qardhawi (2011) bahwa zakat merupakan rukun Islam yang ketiga. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah ayat 110:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا
لِأَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا
تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿١١٠﴾

Artinya : *Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha Melihat apa-apa yang kamu kerjakan* (Q.S. Al Baqarah ayat 110).

Dan hadist nabi dalam Riwayat Tarmizi Dan Muslim:

بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ : شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ
مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ وَصَوْمِ
رَمَضَانَ وَحَجِّ الْبَيْتِ لِمَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Artinya : *Rasulullah Shallallahu'alaihi wasallam bersabda: Islam dibangun di atas lima perkara; Bersaksi bahwa tiada Ilah yang berhak disembah selain Allah dan bahwa nabi Muhammad utusan Allah, menegakkan shalat, menunaikan* (H.R. Tarmizi dan Muslim).

Teori transparansi

Transparansi juga merupakan kebijakan keterbukaan penyampaian laporan untuk keperluan pengawasan, transparansi dalam pengambilan keputusan, dan informasi bagi pengguna laporan keuangan yang material dan relevan, baik bagi investor maupun masyarakat umum (Septiarini, 2011). Transparansi dilakukan dengan memberikan informasi keuangan yang terbuka dan jujur kepada masyarakat, donor, dan organisasi terkait, yang berhak mengetahui secara terbuka dan menyeluruh mengenai akuntabilitas pengelolaan sumber daya yang dipercayakan kepadanya serta kepatuhannya terhadap peraturan (Rahayu et al, 2019). Transparansi sistem zakat, termasuk pencatatan dan distribusi keuangan, yang dilakukan secara efektif akan meningkatkan kepercayaan *muzakki* terhadap lembaga keuangan (Santosa, 2017).

Teori Akuntabilitas

Kata Akuntabilitas (*Accountability*) berasal dari akar kata *account* artinya laporan, dalam Al-Quran *account* adalah *hisab* (perhitungan). Sedangkan secara bahasa akuntabilitas diartikan sebagai pertanggungjawaban atau keadaan yang dapat dimintai pertanggungjawaban. Menurut Mardiasmo (2009) mengartikan akuntabilitas sebagai kewajiban “Pemegang amanah (*Agent*) untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan dan melaporkan segala kegiatan dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya kepada wali (*Principal*) yang berhak dan berwenang meminta pertanggungjawaban. Akuntabilitas keuangan pada Badan Amil Zakat Nasional di Indonesia yang sesuai dengan Undang-Undang No 23 Tahun 2011, PP No.14 Tahun 2014 adalah dengan membuat pelaporan keuangan yang disusun dengan format standar akuntansi keuangan zakat 109, menyampaikan laporan setiap 6 (enam) bulan dan akhir tahun, dan laporan keuangan telah diaudit oleh kantor akuntan publik. Sedangkan Akuntabilitas dalam Islam berbeda dari akuntabilitas konvensional. Mayoritas cendekiawan Muslim menekankan bahwa pemahaman akuntabilitas dalam Islam lebih luas dari pada apa yang biasanya dipahami dalam akuntabilitas konvensional karena pendekatan akuntabilitas konvensional. Dalam Islam hubungan pertanggungjawaban tidak hanya melibatkan hubungan antara manajemen suatu organisasi dan para pemangku kepentingannya, seperti penyedia sumber daya keuangannya, atau pemerintah dan masyarakat pada umumnya, tetapi juga melibatkan hubungan antara manajemen dan Tuhan, sebagai pemilik utama dari segalanya.

Teori Pengetahuan

Secara istilah pengetahuan adalah seluruh gagasan pemikiran ide, konsep dan pemahaman yang dimiliki oleh manusia terkait dunia dan seisinya (Soelaiman, 2019). Kemudian pengetahuan juga memiliki makna pemahaman setelah individu melakukan penginderaan terhadap suatu

objek tertentu (Suhardi & Zamroni, 2021). Namun Secara umum pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang disimpan di dalam memori yang bisa memahami objek yang dituju. Pengetahuan juga merupakan hal yang paling penting yang bisa mendorong kesadaran manusia untuk menyelaraskan pikiran dengan hati nuraninya. Pengetahuan dalam berzakat juga sangat penting agar setiap orang tahu akan kewajibannya dalam berzakat. Karena orang yang memiliki ilmu dan pengetahuan akan dinaikan Allah SWT derajatnya sebagaimana dalam surah Al-Mujadalah ayat 11 yaitu:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي
الْمَجَلِسِ فَأَفْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ
أُدْشُرُوا فَأُدْشُرُوا يَرْعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ
أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, “Berdirilah,” (kamu) berdirilah. Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.* (Q.S. Al-Mujadalah ayat 11)

Teori Kepercayaan

Kepercayaan adalah salah satu fondasi terpenting dalam bisnis. Membangun kepercayaan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan merupakan elemen kunci dalam menciptakan rasa aman, saling percaya, dan loyalitas (Haekal & Widjajanta, 2016). Kepercayaan adalah inti dari nilai tambah dan pengalaman tambahan yang diberikan. Sebagus apapun nilai yang anda berikan kepada konsumen, jika tidak ada kepercayaan maka akan sia-sia (Gunara dan Sudibyo, 2007).

Dalam membangun sebuah kepercayaan diperlukan adanya tujuh *core values*, diantaranya adalah; mendorong keterbukaan, meningkatkan kompetensi, melatih kejujuran, integritas, menjaga akuntabilitas, sharing dan penghargaan. Didalam Alquran juga disebutkan bahwa seseorang dituntut untuk selalu jujur dan Amanah dalam menjalankan tugasnya. Dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 283 yaitu:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ
مَقْبُوضَةً فَإِنْ مِنْ بَعْضِكُمْ بَعْضًا فليؤدِّ الَّذِي
أؤْتُمِنَ أَمْنَتَهُ وَليَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا
الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فإِنَّهٗ ءَآثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ
بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: *Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.* (Q.S. Al-Baqarah ayat 283)

Teori Reputasi Lembaga

Reputasi atau citra merupakan suatu asset yang penting bagi organisasi atau perusahaan sebab sangat berkaitan dengan penilaian dan evaluasi keberadaan organisasi yang bersangkutan bagi *stakeholder* (Mustika, 2019). Guna untuk memelihara hubungan baik bagi setiap pemangku kepentingan. Reputasi dalam lembaga amal zakat merupakan hasil penilaian dari pihak luar yang dalam hal ini adalah para *muzakki* terhadap prestasi lembaga zakat tersebut. Kualitas layanan, tingkat transparansi,

pemberian wawasan tentang zakat terhadap masyarakat merupakan beberapa hal yang menjadi pertimbangan masyarakat untuk menilai lembaga amal zakat. Dengan kredibilitas yang baik dari sebuah lembaga amal zakat, maka reputasi lembaga amal zakat tersebut semakin baik.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang relevan dalam studi ini mencakup berbagai penelitian yang menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi keputusan membayar zakat terkait transparansi, akuntabilitas, pengetahuan, kepercayaan, reputasi lembaga dan faktor-faktor lainnya.

Factors Influencing Muzakki's Decision Choosing to Pay Zakat at Laznas Izi North Sumatra (Study On Medan City Muzakki (Sianipar & Nasution, 2024). Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif. Perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan analisis adalah SPSS 22. Perbedaan studi penelitian ini adalah Tempat Penelitian, variabel keagamaan, pelayanan dan pendapatan. Dan metode analisis penelitian digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas, pendapatan, dan transparansi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk membayar zakat di LAZNAS IZI Provinsi Sumatera Utara.

Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap Keputusan Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Pekanbaru (Tartila, 2023). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kusioner kepada *muzakki*. Perbedaan penelitian variabel pengetahuan, kepercayaan, dan akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan *muzakki* membayar zakat di BAZNAS Kota Sleman. Sedangkan variabel transparansi ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *muzakki* membayar zakat di BAZNAS Kota Slemen.

The Effect of Income, the Role of the Government, and Cleric on the Decision to

Pay Professional Zakat in Pekanbaru City (Misdawita et al, 2022). Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model regresi logistik biner. penyebaran kuesioner kepada objek penelitian. Perbedaan dengan studi penelitian variabel pendapatan, peran pemerintah dan ulama metode analisis penelitian menggunakan model Regresi *logistic biner* Hasil penelitian bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *muzakki* membayar zakat profesi di Kota Pekanbaru Namun, peran pemerintah dan peran ulama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *muzakki* membayar zakat profesi di Kota Pekanbaru.

Pengaruh pengetahuan, religiusitas, transparansi dan reputasi lembaga terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta (Afandi et al, 2022). penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dan pengumpulan data menggunakan teknik kuisisioner yang dibagikan kepada responden. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *Warp PLS* versi 7. Perbedaan penelitian terletak di tempat penelitian variabel religiusitas metode analisis penelitian menggunakan bantuan *Warp PLS* versi 7. variabel pengetahuan, transparansi dan reputasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *muzakki* membayar zakat di BAZNAS kota Yogyakarta. Kemudian untuk religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan.

Dari penelitian-penelitian terdahulu diatas dapat dijadikan rujukan untuk meneliti tentang keputusan masyarakat dalam membayar zakat. Baik dari segi transparansi, akuntabilitas, pengetahuan, kepercayaan, reputasi lembaga dan lainnya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang menekankan analisisnya pada numerikal (angka-angka) yang diolah dengan metode

statiska (Azwar, 2015). Yang selanjutnya hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk angka-angka atau statiska. Metode kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuesoiner yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh masyarakat yang berzakat di BAZNAS Kota Pekanbaru yaitu sebanyak 6.493 mustahik. Jenis Pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability* sampling dengan teknik *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun dalam penelitian ini responden yang dipilih adalah yang pernah membayar Zakat Di BAZNAS Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan Rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N\epsilon^2}$$

Keterangan:

n: Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

ϵ : Error level (tingkat kesalahan 10%)

Maka perhitungannya:

$$N = 6.493$$

$$\epsilon = 0,1$$

$$n = \frac{N}{1+N\epsilon^2}$$

$$n = \frac{6493}{1+6493(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6493}{64,94}$$

$$n = \frac{6493}{64,94} = 99,98 \text{ digenapkan menjadi } 100 \text{ orang.}$$

Maka dari perhitungan tersebut didapatkan 100 orang yang menjadi sampel dalam penelitian untuk menjadi responden yaitu *muzakki* yang membayar zakatnya di BAZNAS Kota Pekanbaru.

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai alat pengukuran. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat,

dan persepsi responden terhadap fenomena sosial yang terkait dengan penelitian. Skala Likert yang digunakan memiliki lima tingkat jawaban, yaitu: Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Jawaban ini akan diolah dalam bentuk angka untuk keperluan analisis kuantitatif.

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel:

1. Variabel Bebas (*Independent*) yang terdiri dari Transparansi (X1), Akuntabilitas (X2), Pengetahuan (X3) Kepercayaan (X4) dan Reputasi Lembaga (X5)
2. Variabel Terikat (*Dependent*) yaitu Keputusan Membayar Zakat (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Outer model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas, parameter model pengukuran (validitas

konvergen, validitas diskriminan dan *composite reliability*) sebagai parameter ketepatan model prediksi. *Outer model* dinilai dengan cara melihat *convergent validity* (besarnya *loading factor* untuk masing-masing konstruk). *Convergent validity* dari model pengukuran reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading factor* 0.50 sampai 0.60 dianggap cukup.

Convergent validity

Untuk menguji *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* > 0,700. Berikut adalah nilai *outer loading* dari masing-masing indikator pada variabel penelitian:

Tabel 1. Outer Loading

Indikator	Loading Factor	Convergent Validity	Keterangan
TRAN1	0.885	≥ 0.70	Valid
TRAN2	0.875	≥ 0.70	Valid
TRAN3	0.927	≥ 0.70	Valid
TRAN4	0.950	≥ 0.70	Valid
TRAN5	0.860	≥ 0.70	Valid
TRAN6	0.944	≥ 0.70	Valid
TRAN7	0.943	≥ 0.70	Valid
TRAN8	0.941	≥ 0.70	Valid
AKUN1	0.890	≥ 0.70	Valid
AKUN2	0.930	≥ 0.70	Valid
AKUN3	0.916	≥ 0.70	Valid
AKUN4	0.915	≥ 0.70	Valid
AKUN5	0.920	≥ 0.70	Valid
PTH1	0.960	≥ 0.70	Valid
PTH2	0.937	≥ 0.70	Valid
PTH3	0.924	≥ 0.70	Valid

PTH4	0.948	≥ 0.70	Valid
PTH5	0.859	≥ 0.70	Valid
KPC1	0.847	≥ 0.70	Valid
KPC2	0.890	≥ 0.70	Valid
KPC3	0.891	≥ 0.70	Valid
KPC4	0.901	≥ 0.70	Valid
KPC5	0.913	≥ 0.70	Valid
KPC6	0.911	≥ 0.70	Valid
KPC7	0.905	≥ 0.70	Valid
KPC8	0.886	≥ 0.70	Valid
RLG1	0.879	≥ 0.70	Valid
RLG2	0.904	≥ 0.70	Valid
RLG3	0.951	≥ 0.70	Valid
RLG4	0.946	≥ 0.70	Valid
RLG5	0.955	≥ 0.70	Valid
KMZ1	0.850	≥ 0.70	Valid
KMZ2	0.906	≥ 0.70	Valid
KMZ3	0.837	≥ 0.70	Valid
KMZ4	0.883	≥ 0.70	Valid
KMZ5	0.755	≥ 0.70	Valid
KMZ6	0.785	≥ 0.70	Valid
KMZ7	0.844	≥ 0.70	Valid

Sumber : Data Olahan (2025)

Berdasarkan *output* diatas diketahui nilai *Outer model* atau korelasi antara konstruk dengan variabel telah memenuhi *convergen validity* karena memiliki nilai *loading factor* lebih dari 0,70 oleh karena itu pernyataan dikatakan valid. Validitas instrumen selain ditentukan berdasarkan validitas konvergen juga ditentukan oleh validitas diskriminan.

Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat diketahui berdasarkan nilai *Cross Loading*, yaitu perolehan *score loading* pada satu blok indikator yang sama harus lebih besar dari pada nilai korelasi antar variabel laten.

Tabel 2. Discriminant Validity

Indikator	X1	X2	X3	X4	X5	Y
TRAN1	0.885	0.301	0.351	0.459	-0.029	0.496
TRAN2	0.875	0.277	0.329	0.432	-0.014	0.476
TRAN3	0.927	0.328	0.445	0.434	0.084	0.534
TRAN4	0.950	0.278	0.427	0.501	0.067	0.560
TRAN5	0.860	0.235	0.412	0.394	0.048	0.479
TRAN6	0.944	0.312	0.444	0.455	0.158	0.606
TRAN7	0.943	0.290	0.363	0.468	0.104	0.532
TRAN8	0.941	0.320	0.410	0.540	0.142	0.595
AKUN1	0.180	0.890	0.149	0.138	0.288	0.535
AKUN2	0.262	0.930	0.192	0.205	0.246	0.577
AKUN3	0.282	0.916	0.213	0.230	0.213	0.561
AKUN4	0.351	0.915	0.310	0.238	0.245	0.570
AKUN5	0.376	0.920	0.302	0.230	0.314	0.619
PTH1	0.402	0.264	0.960	0.302	0.195	0.554
PTH2	0.456	0.276	0.937	0.223	0.230	0.550
PTH3	0.449	0.238	0.924	0.356	0.323	0.612
PTH4	0.360	0.229	0.948	0.267	0.208	0.507
PTH5	0.332	0.175	0.859	0.296	0.207	0.471
KPC1	0.403	0.059	0.282	0.847	0.331	0.545
KPC2	0.414	0.215	0.230	0.890	0.198	0.562
KPC3	0.432	0.311	0.248	0.886	0.194	0.576
KPC4	0.404	0.300	0.266	0.893	0.198	0.562
KPC5	0.466	0.220	0.237	0.906	0.227	0.526
KPC6	0.507	0.270	0.332	0.907	0.304	0.606
KPC7	0.516	0.137	0.344	0.903	0.212	0.519
KPC8	0.451	0.100	0.293	0.890	0.336	0.541
RLG1	0.041	0.229	0.142	0.143	0.879	0.491
RLG2	0.188	0.270	0.279	0.298	0.904	0.597
RLG3	0.099	0.255	0.264	0.268	0.951	0.598
RLG4	0.041	0.254	0.228	0.303	0.946	0.602
RLG5	0.004	0.314	0.253	0.272	0.955	0.597
KMZ1	0.457	0.465	0.537	0.499	0.483	0.850
KMZ2	0.549	0.558	0.546	0.609	0.558	0.906
KMZ3	0.514	0.531	0.465	0.512	0.478	0.837
KMZ4	0.467	0.592	0.570	0.508	0.622	0.883
KMZ5	0.451	0.389	0.423	0.442	0.454	0.755
KMZ6	0.471	0.600	0.400	0.495	0.544	0.785
KMZ7	0.531	0.520	0.483	0.584	0.509	0.844

Sumber : Data olahan (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai *loading factor* pada indikator lebih besar dari pada nilai *Cross Loading*. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dari semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. *Discriminant Variable* juga dapat dilihat dari AVE (*Average Variance Extracted*). Kriteria nilai AVE yang baik adalah diatas 0,5.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Model struktural (*Inner Model*) merupakan evaluasi *Goodness of Fit Index* atau untuk menguji hipotesis dari suatu penelitian. Model struktural dalam *SmartPLS* pertama-tama di evaluasi dengan menggunakan R2 untuk konstruk dependen, nilai *koefisien path* atau *t-value* tiap path untuk uji signifikan antar konstruk dalam *model structural*.

Tabel 3. R-square

R-square	
Y	0.869

Sumber : Data Olahan (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai *R-Square* pada variabel keputusan masyarakat berzakat (Y) sebesar 0.869 yang artinya adalah bahwa variabel keputusan masyarakat berzakat dapat dijelaskan oleh

variabel transparansi, akuntabilitas, pengetahuan, kepercayaan dan reputasi lembaga sebesar 86,9% sedangkan 13,1 % dijelaskan oleh variabel lain.

Tabel 4. Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
X1 -> Y	0.221	0.234	0.096	2.294	0.022
X2 -> Y	0.330	0.324	0.077	4.306	0.000
X3 -> Y	0.226	0.216	0.085	2.676	0.007
X4 -> Y	0.259	0.257	0.084	3.081	0.002
X5 -> Y	0.382	0.382	0.074	5.130	0.000

Sumber : Data Olahan (2025)

Pengaruh Transparansi Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru.

Diketahui bahwa variabel transparansi memiliki nilai statistik variabel transparansi sebesar 2.294 > 1.96 maka hipotesis diterima. Diketahui nilai *p value* 0.022 < 0,05 maka hipotesis diterima. Berdasarkan nilai statistik dan nilai *p value* dapat disimpulkan bahwa variabel transparansi (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat berzakat (Y). artinya bahwa semakin tinggi transparansi yang dilakukan oleh BAZNAS akan semakin meningkat pula keputusan masyarakat untuk

melakukan pembayaran zakat pada BAZNAS.

Hal ini disebabkan bahwa menyatakan bahwa transparansi berpengaruh dan juga sangat diperlukannya dalam rangka untuk mengoptimalkan pengumpulan dana zakat (Bolita & Murtani, 2021), transparansi memiliki pengaruh bagi *muzakki* dalam pengambilan keputusan membayar zakat dikarenakan kemampuan badan amil zakat dalam mempertanggungjawabkan pengelolaan publik dapat mendukung perilaku *muzakki* untuk membayarkan zakatnya pada BAZNAS (Hasibuan, 2021). dan berpengaruh positif karena sangat dibutuhkan dalam pengelolaan dana zakat

sehingga dana tersebut akan lebih optimal dan dapat tersalurkan dengan baik (Sianipar & Nasution, 2024).

Semakin tinggi kejujuran atau keterbukaan informasi kepada publik terkait kegiatan pengumpulan dan penyaluran zakat yang telah dilakukan oleh BAZNAS dan LAZ akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat (Faruq & Putra, 2024).

Pengaruh Akuntabilitas terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru.

Diketahui bahwa variabel akuntabilitas nilai statistik variabel akuntabilitas sebesar $4.306 > 1.96$ maka hipotesis diterima. Diketahui nilai *p value* $0.000 < 0.05$ maka hipotesis diterima. Berdasarkan nilai statistik dan nilai *p value* dapat disimpulkan bahwa variabel akuntabilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat berzakat (Y). Artinya bahwa semakin tinggi akuntabilitas yang dilakukan oleh BAZNAS akan semakin mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berzakat. Hal ini disebabkan bahwa akuntabilitas merupakan tanggung jawab antara Lembaga amil zakat terhadap masyarakat baik itu dalam bentuk laporan keuangan, fasilitas yang mendukung dan juga Amanah dalam melakukan kegiatan yang ada di BAZNAS baik itu penghimpunan dana zakat maupun pendistribusiannya ke *mustahiq* dan pendayagunaan dana zakat. Akuntabilitas dapat menciptakan keyakinan, pemahaman dan kepercayaan masyarakat (Kharie & Torano, 2023).

Selain itu pendistribusian yang dilakukan oleh BAZNAS sesuai dengan kebutuhan *mustahik* sehingga program yang diselenggarakan dapat meningkatkan kesejahteraan *mustahik* (Tartila, 2023).

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru.

Variabel pengetahuan, diketahui nilai statistik variabel pengetahuan sebesar $2.676 > 1.96$ maka hipotesis diterima. Diketahui nilai *p value* $0.007 < 0.05$ maka hipotesis diterima. Berdasarkan nilai statistik dan nilai *p value* dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat berzakat (Y).

Pengetahuan merupakan suatu yang sangat penting yang harus dimiliki masyarakat, terutama tentang tentang membayar zakat (Siti & Hasrun, 2022) Meskipun pengetahuan yang dimiliki masih sangat minim namun dengan tingkat pengetahuan yang tinggi akan membuat keputusan masyarakat lebih tinggi untuk membayarkan zakatnya di BAZNAS.

Semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki maka *muzakki* akan semakin menunjukkan motivasinya dalam membayar zakat (Darmawan & Arafah, 2020). Pengetahuan memperkuat pengaruh promosi terhadap keputusan *muzakki* membayar zakat pada lembaga amil zakat (Asiati, 2022).

Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru.

Diketahui bahwa variabel kepercayaan, memiliki nilai statistik variabel kepercayaan sebesar $3.081 > 1.96$ maka hipotesis diterima. Diketahui nilai *p value* $0.002 < 0.05$ maka hipotesis diterima. Berdasarkan nilai statistik dan nilai *p value* dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat berzakat (Y). artinya adalah semakin tinggi kepercayaan masyarakat akan semakin tinggi pula keputusan masyarakat untuk membayar zakat di BAZNAS. Hal ini disebabkan fakta bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan BAZNAS akan semakin memudahkan masyarakat untuk memutuskan untuk bertindak dengan kepentingan yang mereka percayai.

Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat membayar zakat.

Sebab semakin percaya masyarakat akan suatu lembaga maka akan semakin mudah mereka membayarkan zakatnya ditempat tersebut baik dari segi informasi terbuka untuk semua orang; modernisasi pengelolaan, yang berarti pengelolaan dana zakat menggunakan teknologi informasi; dan publikasi, yang berarti secara teratur mempublikasikan ide, program, dan informasi tentang pengelolaan melalui akun media sosial dan *website* merupakan indikator kepercayaan yang akan mempengaruhi *muzakki* dalam mengambil keputusan membayar zakat (Azizah et al, 2021).

Pengaruh Reputasi Lembaga terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru.

Diketahui bahwa variabel reputasi lembaga, memiliki nilai statistik sebesar $5.130 > 1.96$ maka hipotesis diterima. Diketahui nilai *p value* $0.002 < 0.05$ maka hipotesis diterima. Berdasarkan nilai statistik dan nilai *p value* dapat disimpulkan bahwa variabel Reputasi Lembaga (X5) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat berzakat (Y). yang artinya adalah bahwa semakin tinggi reputasi lembaga akan semakin tinggi keputusan masyarakat membayar zakat. Hal ini disebabkan fakta bahwa hasil penilaian dari pihak luar yaitu *muzakki* terhadap prestasi lembaga zakat, semakin baik reputasi dan citra Lembaga amil zakat akan semakin yakin pula masyarakat untuk memutuskan membayarkan zakatnya di BAZNAS. variabel reputasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat (Afandi et al, 2022).

Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas sehingga perusahaan ataupun masyarakat akan tertarik menggunakan jasa lembaga amil zakat dalam menyalurkan dana zakat (Amirudin & Bawono, 2023).

Kontribusi BAZNAS Dalam Pengembangan Ekonomi masyarakat Kota Pekanbaru.

BAZNAS merupakan Lembaga yang didirikan pemerintah yang pengelolaannya sudah diatur sangat jelas dalam Undang-undang yang mengatur tentang zakat di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.

Lembaga BAZNAS merupakan tempat untuk menghimpun dan menyalurkan zakat untuk *mustahik* yang membutuhkan, Secara teknis, bentuk pembagian harta kepada mereka yang membutuhkan tersebut diwujudkan dan diatur dalam konsep zakat dan zakat sebagai pilar ekonomi Islam (Mashur et al, 2022).

Penyaluran zakat berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Seperti contoh pengelolaan zakat di Malaysia dapat dijadikan contoh bagi negara-negara yang sama di Malaysia di mana zakat dapat diterapkan untuk pajak penghasilan individu yang dikurangi. Selain itu, sistem distribusi zakat yang lebih ditingkatkan terutama investasi dan modal hukum membantu membuka pengangguran yang lebih besar di Malaysia (Suprayitno, 2020).

Distribusi zakat untuk biaya keuangan seperti modal pribadi, modal bagi usaha kecil dan menengah, serta pelatihan bagi pengangguran telah memberikan dampak jangka pendek dan jangka panjang terhadap pertumbuhan ekonomi.

Secara keseluruhan BAZNAS Kota Pekanbaru sangat memiliki peranan yang penting dalam kontribusi pengembangan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat Pekanbaru, sehingga diharapkan antara BAZNAS dan masyarakat saling bersinergi, pihak BAZNAS mengelola dana Zakat mulai dari penghimpunan dana, pengelolaan dana dan pendistribusian dana dengan Amanah dan tepat sasaran. Begitu juga dengan masyarakat agar lebih sadar akan kewajiban membayar zakat apabila *haul* dan *nisabnya* telah mencapai batasnya sesuai dengan ketentuan syariat.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa transparansi, akuntabilitas, pengetahuan, kepercayaan dan reputasi lembaga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat. Temuan ini menekankan bahwa semakin tinggi tingkat transparansi, akuntabilitas, pengetahuan, kepercayaan dan reputasi lembaga yang ada di BAZNAS akan semakin memudahkan masyarakat untuk memutuskan membayar zakatnya di BAZNAS. sehingga diharapkan antara Baznas dan masyarakat saling bersinergi, pihak BAZNAS mengelola dana zakat mulai dari penghimpunan dana, pengelolaan dana dan pendistribusian dana dengan amanah dan tepat sasaran. Begitu juga dengan masyarakat agar lebih sadar akan kewajiban membayar zakat apabila *haul* dan *nisabnya* telah mencapai batasnya sesuai dengan ketentuan syariat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Ahmad., Fadhillah, Annessa., & Hidayat, Nurul Wahida. 2022. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Transparansi dan Reputasi Lembaga Terhadap Keputusan Muzaki Dalam Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 3(1), p. 38–52.
- Amirudin, Choirul., & Bawono, Anton. 2023. Media Sosial, Reputasi, Dan Transparansi Berdampak Pada Keputusan Muzaki Dengan Pengetahuan Sebagai Faktor Moderasi. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), p. 17–37.
- Asiati, Diah Isnaini. 2022. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Muzakki membayar Zakat Dengan Kepercayaan Danpengetahuan Sebagai Variabel Intervening Di Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqahmuhamadiyah (Lazismu) Sumatera Selatan. *Prima Ekonomia*, 13(1), p. 28–29.
- Azizah, Nur., Hasbi, Sahlan., & Yetty, Fitri. 2021. Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menyalurkan ZIS di kitabisa.com. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 06(02), p. 111–125.
- Azwar, Saifuddin. 2015. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Bolita, Fitria., & Murtani, Alim. 2021. Analisis Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), p. 1–11.
- Darmawan, Dicky., & Arafah, Santi. 2020. Pengaruh Tingkat Pengetahuan Dan Fasilitas Layanan Zakat Terhadap Keputusan Membayar Zakat Mal Pada Baznas Kabupaten Langkat. *Jurnal FEB*, 1(1), p. 329–342.
- Faruq, Muhammad Al., & Putra, Yuniarti Hidayah Suyoso. 2024. Determinan Keputusan Membayar Zakat pada BAZNAS dan LAZ: Studi Bibliometric VOSviewer dan Literature Review. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), p. 144–161.
- Gunara, Thorik., & Sudibyo, Utus Hardiono. 2007. *Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Madania Prima. Bandung.
- Haekal, Azwar., & Widjajanta, Bambang. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Inonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), p. 183–195.
- Hafidhuddin, Didin. 2002. *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Gema Insani. Jakarta.
- Hasibuan, Siti Masitoh. 2021. Analisis Keputusan Muzakki Melaksanakan Pembayaran Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Di Sumatera Utara. *El-Buhuth: Borneo Journal of*

- Islamic Studies*, 3(2), p. 153–167.
- Kharie, Siti Marwa., & Torano, Sahril R., 2023. Akuntabilitas dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(2), p. 425-435.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. 2018. *Principles of Marketing*. Pearson Education. England.
- Kotler, Philip., & Lane, Keller Kevin. 2012. *Marketing Management*. Pearson Education. England.
- Mardiasmo. 2009. *Akuntansi Sektor Publik*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Mashur., Riswandi, Dedi., & Sibawaihi, Ahmad. 2022. Peran Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Analisis Pengembangan Ekonomi Islam). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(4), p. 634–639.
- Misdawita., Widayatsari, Any., & Asrina, Putri. 2022. The Effect of Income, the Role of the Government, and Cleric on the Decision to Pay Professional Zakat in Pekanbaru City. *Asean International Journal of Business*, 1(2), p. 88–94.
- Mustika, Tiah., & Anggraini, Rosita. 2019. Pengaruh Terpaan Media Terhadap Reputasi Lembaga Pemerintah. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), p. 66–79.
- Qardhawi, Yusuf. 2011. *Hukum Zakat* (12 th ed). PT Mitra Kertajaya Indonesia. Jakarta.
- Rahayu, Septi Budi., Widodo, Sri., & Binawati, Enita. 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*, 1(2), p. 103–114.
- Santosa, Pandji. 2017. *Administrasi Publik: Teori dan Aplikasi Good Governance*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Septiarini, Dina Fitriisia. 2011. Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Pengumpulan Dana Zakat, Infaq Dan Shodaqoh Pada LAZ Di Surabaya. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 2(2), p. 172-199.
- Sianipar, Amin Hilal., & Nasution, Salman 2024. Factors Influencing Muzakki's Decision Choosing To Pay Zakat At Laznas Izi North Sumatra (Study On Medan City Muzakki). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 07(2), p. 2866-2878.
- Siti, Alfajriyani., & Hasrun, Andi. 2022. Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Muzakki Terhadap Keputusan Membayar Zakat di BAZNAS Kabupaten Sorong. *AT-THARIQAH: Jurnal Ekonomi*, 2(1), p. 54-73.
- Soelaiman, Darwis A. 2019. *Filsafat Ilmu Pengetahuan Perspektif Barat Dan Islam*. Bandar Publishing. Banda Aceh.
- Suhardi., & Zamroni, Suro. 2021. *Dasar Filsafat Ilmu*. CV. Pusdik Ra Mitra Jaya. Medan.
- Suprayitno, Eko. 2020. The Impact of Zakat on Economic Growth in 5 State in Indonesia. *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 4(1), p. 1–7.
- Tartila, Muzayyana. 2023. Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Transparansi, dan Akuntabilitas Terhadap Keputusan Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Sleman. *Tesis*, Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.