

ABSTRACT

The Influence of Transparency, Accountability, and Service Quality on the Trust of "Muzakki" (A Case Study at the Lazismu Office in Grobogan Regency)

Triana Nur Cahyani¹, Fariha Azzahra²

Background: Indonesia is referred to as the fourth-largest Muslim-majority country in the world, with 86.19% of its population being Muslim (BPS, 2020). In Islamic terminology, "Muzakki" refers to individuals who pay zakat, while the recipients are called "Mustahiq." In companies, whether for-profit or non-profit, strategies are required to maintain their existence and compete with others. One such strategy involves implementing structured corporate governance practices, including transparency in fund management and accountability. Additionally, service quality is the most important strategy, serving as a benchmark for a company's future success.

Purpose: This study aims to examine and articulate how transparency, accountability, and service quality influence the trust of "Muzakki," considering the context and the identified issues.

Method: This study used a quantitative approach by conducting observations and distributing questionnaires to zakat donors, or "Muzakki," in the Grobogan Regency. The "Muzakki" population consisted of 420 individuals, and a purposive sampling technique was employed, resulting in 150 samples. The criteria for participants were being at least 17 years old and solely paying zakat. Data analysis was conducted with the aid of SmartPLS 4 software.

Results: The results show that transparency has a significant positive effect on the trust of "Muzakki" in the Lazismu office in Grobogan Regency. Accountability does not have a significant effect on the trust of "Muzakki" in the Lazismu office, while service quality has a significant positive effect on their trust.

Conclusion It is recommended that the Lazismu office in Grobogan Regency further improve accountability in fund management to enhance the trust of zakat donors, or "Muzakki," while maintaining and improving transparency in fund management and service quality for better outcomes in the future.

Suggestion: For future research, other factors influencing trust can be explored, and intervening variables such as organizational reputation, personal experience of "muzakki", and others can be added.

Keywords: Transparency, Accountability, Service Quality, Trust

Authors

1. Universitas An Nuur
trianadiesel@gmail.com
2. Universitas An Nuur
fariha@unan.ac.id

doi: -

Correspondence to:

Name : Triana Nur Cahyani
Institusi : Universitas An Nuur
Address : Kalongan, Purwodadi, Jawa Tengah
Email: trianadiesel@gmail.com
Phone: 0895366227405

Published Online on April, 2025

This online publication has been corrected

PENDAHULUAN

Indonesia ialah negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar keempat di dunia, dengan 86,19% dari total populasi menganut Islam (BPS, 2020). Dalam agama Islam, terdapat berbagai dimensi kehidupan yang meliputi hukum, filsafat, interaksi antarindividu, dan aspek lainnya. Salah satu pilar penting dalam Islam ialah zakat, yang mencerminkan kewajiban bagi umat Muslim untuk menyisihkan sebagian harta mereka demi membantu fakir miskin, dhuafa, dan golongan yang membutuhkan. Pengelolaan zakat di Indonesia terus berkembang setiap tahun, dengan hadirnya dua lembaga nasional, yaitu Baznas dan Lazis, yang cukup terkenal di masyarakat.

Dalam istilah Islam, “*Muzakki*” merujuk pada individu yang menunaikan zakat, sementara “*Mustahiq*” ialah istilah untuk penerima zakat. Dalam konteks perusahaan, baik yang berorientasi laba maupun nirlaba, keberlangsungan dan daya saing di pasar memerlukan strategi yang efektif. Salah satu pendekatan yang dapat diambil ialah menerapkan praktik tata kelola perusahaan yang terstruktur, yang mencakup transparansi dalam pengelolaan dana dan akuntabilitas yang jelas. Di samping itu, kualitas layanan menjadi strategi utama yang menentukan keberhasilan perusahaan di masa depan.

Jogiyanto (2019) menjelaskan bahwa kepercayaan ialah hasil evaluasi individu setelah menerima, menganalisis, dan mengintegrasikan informasi, yang kemudian membentuk berbagai pertimbangan dan ekspektasi. Untuk membangun kepercayaan klien atau pelanggan terhadap suatu organisasi atau lembaga, penting untuk menerapkan praktik tata kelola perusahaan yang baik dan sistematis. Hal ini memerlukan sejumlah elemen krusial, di antaranya ialah penyampaian informasi mengenai pengelolaan dana yang jelas dan adanya akuntabilitas (Nurhasanah, 2018). Dalam usaha meningkatkan kepercayaan, transparansi dalam pengelolaan dana sangat diperlukan agar informasi mengenai penggunaan dana dapat diakses secara terbuka, tepat, dan dapat dipercaya (Rahayu et al., 2019).

Berdasarkan panduan dari Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) seperti yang dijelaskan dalam Rusdiyanto et al. (2019), prinsip-prinsip ini sejalan dengan fondasi tata kelola perusahaan yang baik, yang mencakup transparansi, akuntabilitas, independensi, serta kesetaraan dan kewajaran (*fairness*). Transparansi mencerminkan tanggung jawab pengelola organisasi atau lembaga untuk menyampaikan laporan kinerja terkait pengelolaan dana secara terbuka. Keterbukaan ini melibatkan penyampaian informasi yang menyeluruh, jujur, dan konsisten sesuai dengan waktu yang ditetapkan, demi kepentingan pemangku kepentingan,

termasuk informasi yang seharusnya disampaikan dalam laporan keterbukaan (Yusra & Riyaldi, 2020).

Kurniawan & Wea (2021) mengemukakan bahwa akuntabilitas ialah kewajiban untuk menyampaikan laporan secara terbuka dan bertanggung jawab atas setiap aktivitas organisasi kepada pihak yang mempercayakan amanah. Kualitas pelayanan berperan sebagai salah satu faktor kunci keberhasilan dalam strategi pemasaran di dalam suatu organisasi atau perusahaan yang bergerak di bidang jasa, serta berfungsi sebagai ukuran pencapaian target dan keberhasilan dalam lembaga layanan tersebut.

Berbagai faktor, termasuk persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, dan pertumbuhan ekonomi masyarakat, dapat mempengaruhi peningkatan kualitas layanan. Dalam konteks perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perhatian terhadap kualitas layanan menjadi sangat penting, terutama untuk menjaga keberlangsungan usaha dan membangun kepercayaan pelanggan terhadap organisasi tersebut (Sumarsid & Atik, 2022).

Lazismu Grobogan dikenal sebagai lembaga zakat di tingkat kabupaten yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan dana zakat, infaq, wakaf, dan donasi kedermawanan lainnya yang berasal dari individu, organisasi, perusahaan, dan instansi lainnya secara produktif. Lembaga ini diresmikan pada 17 November 2017, yang ditandai dengan pelantikan pengurus oleh Ketua Pimpinan Daerah Muhammadiyah Grobogan.

Walaupun isu kepercayaan menjadi fokus perhatian, seperti yang diungkapkan oleh Nugraha (2019), Lazismu di Kabupaten Grobogan berhasil meraih kepercayaan masyarakat setempat, meskipun belum sepenuhnya dikenal secara luas. Tingginya tingkat kepercayaan ini membuka lebih banyak peluang bagi masyarakat untuk menyalurkan zakat melalui Lazismu. Dari tahun 2021 hingga 2024, Lazismu Kabupaten Grobogan mampu meningkatkan jumlah “*muzakki*” dengan aktif melakukan kunjungan sosialisasi ke rumah-rumah, organisasi, dan instansi seperti rumah sakit, bank, dan koperasi. Selain itu, mereka juga memanfaatkan platform online seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *YouTube*, dan *TikTok* untuk mengajak masyarakat berzakat.

Menurut informasi yang diperoleh dari Lazismu Kabupaten Grobogan, penghimpunan dana zakat selama bulan Ramadan dari tahun 2021 hingga 2024 mengindikasikan tren kenaikan. Meskipun jumlah *muzakki* pada tahun 2021 dan 2022 tetap sama, total dana yang dihimpun mengalami peningkatan. Peningkatan signifikan terlihat pada tahun 2023 dan 2024,

yang ditandai dengan pertumbuhan baik dalam jumlah *muzakki* maupun total dana yang terkumpul di Lazismu Kabupaten Grobogan. Berikut ialah data yang diperoleh:

Tabel 1. Data Dana Penghimpunan Lazismu Kab. Grobogan pada bulan Ramadhan

NO	TAHUN	JUMLAH MUZAKKI	TOTAL DANA PENGHIMPUNAN
1	2021	196	Rp. 190.473.300
2	2022	196	Rp. 289.357.945
3	2023	261	Rp. 364.668.495
4	2024	482	Rp. 418.798.556

Sumber : Lazismu Kab. Grobogan (2024)

Tabel 1 mengindikasikan bahwa niat “*muzakki*” untuk menunaikan zakat sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan mereka terhadap lembaga tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, para “*muzakki*” memilih Lazismu Kabupaten Grobogan karena lembaga ini dianggap memiliki amanah, keamanan, program zakat, serta penyaluran yang transparan, dan juga menyediakan layanan jemput zakat dengan penuh tanggung jawab. Pendapat Ardini & Asrori (2020) mendukung bahwa kepercayaan berperan penting dalam pengelolaan zakat guna menjamin pemerataan distribusi.

Hasil penelitian sebelumnya mengindikasikan perbedaan yang menciptakan kesenjangan penelitian (*research gap*). Penelitian Adisa et al. (2023) mengungkapkan bahwa transparansi yang berkaitan dengan atribut ramah lingkungan di restoran berdampak positif terhadap citra merek dan kepercayaan pelanggan, sebagaimana yang terlihat pada studi kasus McD Boulevard Barat Kelapa Gading, Burgreens, dan Stuja Coffee Cipete. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Ita Rakhmawati (2018) menemukan bahwa transparansi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas pengelolaan Dana BOS di SMA Negeri Kabupaten Kudus, terutama ketika partisipasi pemangku kepentingan berfungsi sebagai variabel moderasi.

Dalam riset yang dilakukan oleh Anisa Putri (2023), ditemukan bahwa akuntabilitas di kantor UEK-SP (Program Usaha Ekonomi Kelurahan Simpan Pinjam) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat masyarakat di Kelurahan Kampung Baru. Hal ini

berbeda dengan temuan Rosa et al. (2023), yang mengindikasikan bahwa akuntabilitas tidak berdampak signifikan secara parsial terhadap efektivitas pengelolaan dana BOS di SMA sederajat di Kecamatan Simo. Di sisi lain, penelitian Amar & Mahfudz (2021) mengindikasikan bahwa kualitas layanan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di CV. Lautan Mas Kota Semarang, dengan kepercayaan pelanggan berfungsi sebagai variabel intervening. Ini kontras dengan penelitian Irzaldi & Wahyu (2020), yang menemukan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Apotek K24 Gajah Mada Yogyakarta tidak mengindikasikan efek yang signifikan.

Berdasarkan fenomena penelitian dan *research gap* yang telah dipaparkan di atas, di mana penelitian mengenai *transparency*, *accountability*, dan *quality of service* sudah banyak dilakukan di organisasi yang berorientasi pada laba, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada organisasi nirlaba. Judul riset ini ialah “Pengaruh *Transparency*, *Accountability*, dan *Quality of Service* terhadap Kepercayaan ‘*Muzakki*’.”

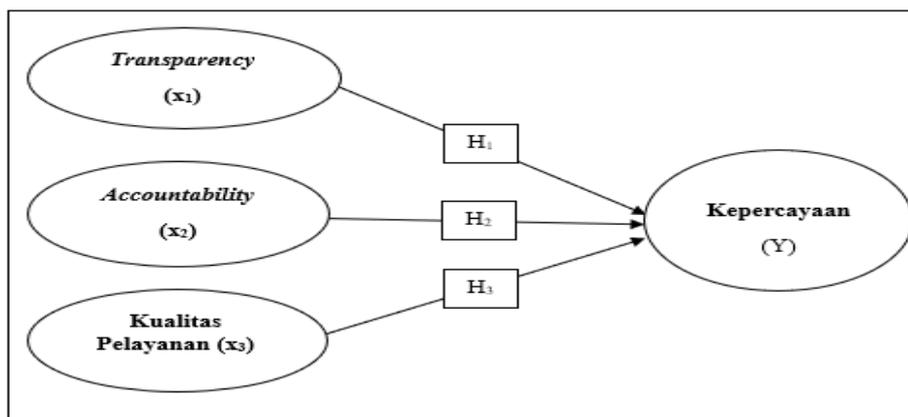
KERANGKA KONSEP / PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berbagai teori yang berkaitan dengan pengaruh *transparency*, *accountability*, dan *quality of service* memiliki kontribusi penting terhadap kemajuan suatu perusahaan di masa depan dan dalam meningkatkan kepercayaan klien. Hal yang krusial ialah adanya kualitas layanan yang didukung oleh transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana. Dari analisis tersebut, dapat disusun model kerangka pemikiran yang menghubungkan setiap variabel penelitian, yaitu sebagai berikut:

H1 : *Transparency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*”

H2 : *Accountability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*”

H3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*”



Sumber : Amin (2019) dan Nur Kabib. et. al (2021)

Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

METODOLOGI

Dalam melangsungkan riset ini, penulis mengadopsi pendekatan kuantitatif. Riset ini melibatkan pengumpulan data secara langsung dari responden serta memanfaatkan sumber informasi dari kajian pustaka (Sugiyono, 2020). Populasi yang diteliti ialah “muzakki” yang menunaikan zakat di Lazismu Kabupaten Grobogan pada bulan Ramadhan (Maret-April) tahun 2024, dengan total sebanyak 482 orang. Untuk pengambilan sampel, digunakan teknik non-probability sampling, yaitu *purposive sampling*, dan berhasil diperoleh 150 sampel.

Kriteria pemilihan responden dalam riset ini ditetapkan agar respon mencerminkan “muzakki” yang berusia minimal 17 tahun dan telah membayar zakat dalam periode tertentu. Data diperoleh melalui kuesioner yang memanfaatkan Skala Likert dengan rentang nilai dari 1 hingga 5. Analisis data dilakukan dengan memanfaatkan SMARTPLS 4.

HASIL

Convergent validity dianalisis melalui pengukuran *outer loadings* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Kriteria yang ditetapkan untuk *outer loading* ialah lebih besar dari 0,60 untuk dianggap signifikan (Ghozali, 2020). Untuk AVE, kriteria yang digunakan ialah lebih dari 0,50, yang mengindikasikan bahwa nilai AVE yang melebihi 0,50 berarti rata-rata konstruk dapat menjelaskan 50 persen atau lebih dari varians indikatornya (Hair et al., 2019). *Discriminant validity* digunakan untuk menguji sejauh mana sebuah konstruk berbeda dari konstruk lainnya berdasarkan standar empiris. Dalam pendekatan *Fornell-Larcker*, sebuah variabel laten dianggap memenuhi validitas diskriminatif jika semua nilai variabel laten tersebut lebih besar

dari nilai AVE yang ditetapkan, yaitu 0,50 (Hair et al., 2019), dan nilai HTMT kurang dari 0,90 mengindikasikan validitas yang baik (Ghozali, 2020).

Untuk menilai reliabilitas, ada dua metode yang dapat diterapkan, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Sebuah variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60 untuk penelitian eksploratif dan nilai *Composite Reliability* lebih dari 0,70 (Hair et al., 2019). *Effect size (f-square)* digunakan untuk menilai besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan ambang 0,02 menunjukkan pengaruh lemah, 0,15 untuk pengaruh sedang, dan 0,35 sebagai pengaruh kuat (Ghozali, 2020). Path coefficients bervariasi antara -1 hingga 1, di mana nilai antara 0 dan 1 menunjukkan pengaruh positif, sedangkan nilai antara -1 dan 0 menunjukkan pengaruh negatif (Ghozali, 2020). Uji signifikansi hipotesis dilakukan dengan mempertimbangkan *P-value* dan *t-value* yang diperoleh melalui metode bootstrapping dalam tabel *Path coefficients*. Nilai p di bawah 0,05 menetapkan kriteria signifikansi, sedangkan t-statistik yang melebihi 1,96 menandakan tingkat signifikansi sebesar 5% (Ghozali, 2020).

Tabel 2. Outer Loading dan AVE

<i>Latent Variable</i>	<i>Indicators</i>	<i>Convergent Validity</i>	
		<i>Outer Loading</i>	<i>AVE</i>
		>0.60	>0.50
<i>Transparency</i>	X1.1	0.815	
	X1.2	0.855	
	X1.3	0.832	
	X1.4	0.785	
			0.676
<i>Accountability</i>	X2.1	0.703	
	X2.2	0.770	
	X2.3	0.836	
	X2.4	0.754	
			0.589
	X3.1	0,607	
	X3.2	0,781	
	X3.3	0,740	

<i>Latent Variable</i>	<i>Indicators</i>	<i>Convergent Validity</i>	
		<i>Outer Loading</i>	<i>AVE</i>
		>0.60	>0.50
Kualitas Pelayanan	X3.4	0.781	
	X3.5	0.814	
	X3.6	0.853	
	X3.7	0.870	
			0,612
Kepercayaan	Y1	0.828	
	Y2	0.824	
	Y3	0.854	
	Y4	0.805	
			0,686

Sumber : Data diolah (2024)

Merujuk pada tabel 2, pengujian *Convergent validity* dengan memanfaatkan parameter *outer loadings* mengindikasikan bahwa semua indikator untuk variabel X1, X2, X3, dan Y memiliki nilai lebih dari 0,60. Selain itu, nilai AVE untuk variabel *transparency*, *accountability*, dan *quality of service* juga melebihi 0,50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian *Convergent validity* yang dilakukan ialah signifikan.

Tabel 3. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	<i>Transparency</i>	<i>Accountability</i>	Kualitas Pelayanan	Kepercayaan
<i>Transparency</i>		0.840	0.666	0.741
<i>Accountability</i>				
Kualitas Pelayanan		0.735		0.870
Kepercayaan		0.745		

Tabel 4. Fornell-Larcker

	<i>Transparency</i>	<i>Accountability</i>	Kualitas Pelayanan	Kepercayaan
<i>Transparency</i>	0.822	0.675	0.585	0.631
<i>Accountability</i>		0.767		
Kualitas Pelayanan		0.627	0.782	0.761
Kepercayaan		0.620		0.828

Sumber : Data diolah (2024)

Berlandaskan tabel 3 dan 4, pengujian *Discriminant validity* yang memanfaatkan HTMT mengindikasikan nilai di bawah 0,90, yang menandakan adanya validitas yang baik untuk keempat variabel tersebut. Di samping itu, hasil pengujian *Fornell-Larcker matrix* mengindikasikan nilai di atas 0,50, sehingga variabel laten dianggap memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tabel 5. Internal Consistency Reliability

<i>Latent Variable</i>	<i>Internal Consistency Reliability</i>		
	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho_a)</i>	<i>Composite Reliability (rho_c)</i>
	>0.60	>0.70	
<i>Transparency</i>	0,840	0,844	0,893
<i>Accountability</i>	0,770	0,783	0,851
Kualitas Pelayanan	0,892	0,905	0,916
Kepercayaan	0,847	0,849	0,897

Sumber : Data diolah (2024)

Tabel 5 menunjukkan bahwa semua variabel laten memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 dan *Composite Reliability* melebihi 0,70. Variabel *Transparency* (0,840), *Accountability* (0,770), *Kualitas Pelayanan* (0,892), dan *Kepercayaan* (0,847) menunjukkan konsistensi internal yang baik. Hasil ini menegaskan bahwa keempat variabel dapat dianggap reliabel, mendukung validitas alat ukur dalam riset ini.

Tabel 6. Path coefficient

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P value</i>
Transparency -> Kepercayaan	0.225	0.219	0.093	2.421	0.016
Accountability -> Kepercayaan	0.121	0.134	0.083	1.448	0.148
Kualitas Pelayanan -> Kepercayaan	0.554	0.550	0.073	7.545	0.000

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 6 mengindikasikan hasil pengujian untuk setiap hipotesis, di mana ditemukan satu variabel dengan *P-value* di atas 0,050. Hal ini mengisyaratkan bahwa variabel tersebut tidak memberikan efek signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan:

Tabel 7. Kesimpulan Hasil Uji Hipotesi

Hipotesis	Jalur	Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
H1	<i>Transparency</i> >> Kepercayaan	Signifikan	Signifikan	Diterima
H2	<i>Accountability</i> >> Kepercayaan	Signifikan	Tidak Signifikan	Ditolak
H3	Kualitas Pelayanan >> Kepercayaan	Signifikan	Signifikan	Diterima

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditampilkan pada tabel 6 dan 7 di atas, interpretasinya ialah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis 1 mengindikasikan bahwa variabel *transparency* memberikan pengaruh signifikan terhadap kepercayaan, dengan *path coefficient* sebesar 0,225 dan t-statistics mencapai 2,421, melebihi batas 1,96. P-value yang diperoleh ialah 0,016, lebih kecil dari 0,05, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat keterkaitan yang signifikan antara *transparency* dan kepercayaan. Oleh

karena itu, hipotesis pertama, yang mengemukakan bahwa *transparency* memberikan dampak yang berarti terhadap kepercayaan, dapat diterima.

2. Pengujian terhadap hipotesis 2 mengindikasikan bahwa variabel *accountability* tidak memiliki efek signifikan terhadap kepercayaan, dengan *path coefficient* sebesar 0,121 dan t-statistics hanya mencapai 1,448, kurang dari nilai kritis 1,96. P-value tercatat sebesar 0,148, yang melebihi batas 0,05, sehingga H0 diterima dan hipotesis H2 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan signifikan antara *accountability* dan kepercayaan. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *accountability* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan tidak dapat diterima..
3. Uji terhadap hipotesis 3 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memberikan dampak yang signifikan terhadap kepercayaan, dengan *path coefficient* mencapai 0,554 dan t-statistics sebesar 7,545, jauh melebihi 1,96. P-value yang tercatat ialah 0,000, di bawah 0,05, sehingga H0 ditolak dan H3 diterima. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan. Dengan demikian, hipotesis ketiga dalam studi ini, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, dapat diterima..

PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan dari pengujian hipotesis 1 dalam studi ini, terlihat bahwa *transparency* berperan sebagai faktor yang memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*”. Lembaga diharuskan untuk menyampaikan informasi yang jelas mengenai tujuan penggunaan dana zakat serta melaporkan rincian keuangan secara komprehensif dan transparan, dengan pencatatan dana zakat yang dilakukan secara sistematis. Langkah ini bertujuan untuk memperkuat kepercayaan para donatur zakat atau “*muzakki*” terhadap organisasi nirlaba Lazismu Kabupaten Grobogan.

Hasil studi ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosa et al. (2023), yang mengindikasikan bahwa *transparency* memengaruhi efektivitas pengelolaan dana BOS di SMA dan lembaga sejenis di Kecamatan Simo. Temuan ini juga didukung oleh La Ode & Andi (2023), yang menemukan bahwa *transparency* dalam laporan keuangan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepercayaan anggota koperasi KPN Beringin di Kabupaten Kolaka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa riset ini mengindikasikan pengaruh

positif yang signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*” di kantor Lazismu Kabupaten Grobogan.

Dalam konteks ini, lembaga tersebut berkomitmen untuk secara jelas dan terbuka menyampaikan penggunaan dana, tujuan, serta hasil dari kegiatan yang dilakukan kepada donatur zakat. Ini membuktikan bahwa dana yang mereka sumbangkan dikelola dengan baik dan digunakan sesuai dengan tujuannya. Beberapa contoh penggunaan dana zakat mencakup dukungan untuk program-program sosial dan kemanusiaan berbasis keislaman, seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, dan penanggulangan bencana. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *transparency* dalam pengelolaan dana zakat, semakin besar pengaruhnya terhadap kepercayaan “*muzakki*” pada Lazismu Kabupaten Grobogan.

Sementara itu, hasil pengujian hipotesis 2 dalam riset ini mengindikasikan bahwa *accountability* (akuntabilitas) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*”. Akuntabilitas di Lazismu mencakup tanggung jawab moral dan hukum untuk memastikan bahwa dana yang diterima dikelola dengan aman, transparan, sesuai dengan prinsip syariah, dan dilaporkan secara jujur kepada publik serta pihak-pihak terkait.

Hasil ini sejalan dengan studi Rosa et al. (2023), yang mengungkapkan bahwa tingkat akuntabilitas di sekolah-sekolah setara SMA di Kecamatan Simo dipengaruhi oleh jumlah bendahara atau operator BOS yang merangkap sebagai guru. Hal ini menyebabkan tanggung jawab pengelolaan dana BOS tidak berpengaruh pada akuntabilitas pekerjaan. Selain itu, penelitian oleh Istikhomah (2019) juga mengindikasikan bahwa akuntabilitas berdampak negatif terhadap kepercayaan donatur terhadap lembaga pengelola zakat di Kabupaten Rembang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa riset ini menghasilkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*” di kantor Lazismu Kabupaten Grobogan.

Berdasarkan hasil penelitian, ketidakberdayaan akuntabilitas dalam mempengaruhi kepercayaan donatur dapat dijelaskan melalui indikator akuntabilitas yang mengindikasikan bahwa donatur lebih memperhatikan hasil nyata dari program sosial atau kemanusiaan yang memberikan dampak signifikan, dibandingkan dengan proses administrasi pengelolaan dana. Tidak semua donatur memahami konsep akuntabilitas dalam pengelolaan zakat, atau memiliki ketertarikan untuk menganalisis laporan keuangan lembaga secara mendalam.

Kepercayaan donatur zakat sering kali bersifat spiritual atau emosional, dan mereka memandang pengelolaan dana sebagai tanggung jawab lembaga, bukan sesuatu yang perlu

diawasi secara langsung. Oleh karena itu, penerapan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat di lembaga tersebut tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*” terhadap Lazismu Kabupaten Grobogan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3 dalam riset ini, Kualitas Pelayanan mengindikasikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*”. Dalam sektor jasa, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen/klien, karena hal ini mencerminkan faktor utama untuk mempertahankan eksistensi dan membangun kepercayaan klien.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amar dan Mahfudz (2021), yang menyatakan bahwa kualitas layanan di CV. Lautan Mas Kota Semarang memiliki dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel kunci. Penelitian lain oleh Sinta dan Ali (2022) juga mendukung temuan ini, mengindikasikan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Sinestesa Coffeeshop Pati. Dengan demikian, riset ini mengindikasikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*” di kantor Lazismu Kabupaten Grobogan.

Berdasarkan hasil riset ini, pelayanan yang diberikan oleh karyawan Lazismu sudah memenuhi kriteria untuk memenuhi kebutuhan dan harapan donatur. Hal ini dapat memperkuat keyakinan bahwa dana dan dukungan yang diberikan akan dikelola dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Layanan yang disediakan oleh Lazismu mencakup informasi berkala, kemudahan dalam donasi online, dan layanan jemput zakat. Oleh karena itu, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Lazismu kepada donatur, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan donatur tersebut.

KESIMPULAN

1. *Transparency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*”.
2. *Accountability* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*”.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan “*muzakki*”.

KETERBATASAN

1. Riset ini hanya dilakukan di wilayah Kabupaten Grobogan, sehingga hasilnya mungkin belum dapat digeneralisasi untuk Lazismu di daerah lain atau organisasi nirlaba lainnya di luar wilayah ini. Penelitian di masa mendatang dapat dilakukan dengan cakupan yang lebih luas, melibatkan beberapa daerah atau provinsi lain untuk memperoleh data yang lebih representatif.
2. Riset ini hanya fokus pada tiga variabel independent yaitu *transparency*, *accountability*, dan kualitas pelayanan. Untuk penelitian mendatang bisa dengan mengeksplorasi faktor lain yang mempengaruhi kepercayaan, dapat ditambahkan variabel moderasi atau *intervening* seperti reputasi organisasi, pengalaman pribadi “*muzakki*,” faktor budaya, serta penggunaan *platform digital*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat (Studi Pada Laz Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1756–1769.
- Amar S.A.P & Mahfudz 1. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Informasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Cv. Lautan Mas Kota Semarang). *Vol. 10, No. 5, Hal. 1-15*
- Amin Fatoni. 2019. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepercayaan Mahasiswa. *Jurnal Lentera Bisnis Vol. 8, No.2*
- Andriyani, M., & Ardianto, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* , 133-140.
- Anik, & Prastiwi, I. E. (2019). Peran Zakat Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Melalui Pemerataan “Equity.” *Journal Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*
- Anisa Putri (2023). Pengaruh Transparansi Pengelolaan, Akuntabilitas Dan Responsif Terhadap Minat Masyarakat Di Uek-Sp Kelurahan Kampung Baru-Kota Dumai. *Vol 2. No : 2. 2023*

- Rahayu, S. B., Widodo, S., & Binawati, E. (2019). Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan *Muzakki* (Studi Kasus Pada Lembaga Amil Zakat
- Rensi Permatasari, And A. Adityawarman, "Pengaruh Transparansi Dan Kinerja Terhadap Profit Distribution : Studi Empiris Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2010-2013," *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol. 4, No. 2., 2015.
- Rosa A., Yuwita A.P., Lms Kristiyanti. 2023. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Pengelolaan Dana Bos Pada Sma Dan Sederajat Di Kecamatan Simo. 2(2): 349-357
- Salehnia Monireh, Saki Maryam, EshagiAlireza, Salehnia Nafiseh (2014). "A Model of E-Loyalty and
- Sari, R. P., Mulyani, C. S., & Budiarto, D. S. (2020). Pentingnya Pengendalian Internal Untuk Meningkatkan Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Daerah. *Jurnal Riset Akuntansi Mercuri Buana*, 6(1)
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Ghofur, R. A., & Suhendar. (2021). Analisis Akuntabilitas Dan Transparansi Pada Organisasi Pengelola Zakat Dalam Memaksimalkan Potensi Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1867– 1870.
- Ghozali, Imam., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Memanfaatkan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Badan Penerbit – Undip
- Hair J.F., et al. 2010. *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Zubaidah, A., & Nugraeni, N. (2023). Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kabupaten Sleman. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(3), 978-988.
- Firmansyah, D., Raspati, G., & Hidayat, E. R. (2020). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Rismawan Pratama Bersinar Sukabumi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 1(2), 60–82. <https://doi.org/10.34012/Jebim.V1i2.853>

- Ghozali I. dan Latan H. 2020. *Partial Least Squares* Konsep, Teknik dan Aplikasi Memanfaatkan Program SmartPLS 3.0. Ed. Ke-2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair Jr, J. F. , & Hult, G. T. M. , R. C. M. , S. M. , D. N. P. , & R. S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook . Springer Nature*
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Meitisari, N., Hanafib, A., & Wahabc, Z. (2018). *Analysis on the Effects of Organizational Communication Climate and Career Development toward Employee Performance with Job Satisfaction As an Intervening Variable* (Study on HRD and General Division pf Pt Pusri Palembang), pp. 270 – 280.
- Nasution, F. Y., Lie, D., Halim, F., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Pd Pasar Horas Jaya Pasar Dwikora Kota Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(2), 36–47. <https://doi.org/10.37403/Maker.V5i2.11>.
- Rahmatika. (2022). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Profesionalisme Kerja dan Komitmen terhadap Kinerja Karyawan PDAM Tirta Mahottama Kabupaten Klungkun.
- Sari, N. N. (2016). Pengaruh pengembangan karir terhadap kinerja karyawan PT PLN (persero) wilayah Kalimantan Utara Sektor Pembangkit Mahakam Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 4(2), 620-630.
- Sihombing, Inez Ivana. 2017. “Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan”. Skripsi. FEB USU. Medan.
- Sisilia, S. E. (2023). Pengaruh Pengembangan Karir terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Persero Cabang Ende), Kupang.
- Siti Hidayah, Mudjiyanto., SB Handayani (2020), Komitmen Afektif Sebagai Variabel Yang Memediasi Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Empirik Pada Tenaga Kependidikan UIN Walisongo Semarang), *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*. Vol 27, No 49 (2020).

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, dan Kualitatif. Jakarta : PT. Alfabeta.

Yusuf, Ria Mardiana, and Darman Syarif. Komitmen organisasi. Nas Media Pustaka, 2018.