

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Teori Atribusi

Teori yang mendukung penelitian ini adalah teori atribusi menjelaskan tentang perilaku orang lain atau dirinya sendiri melalui dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal yang awalnya diungkapkan oleh Fritz Heider tahun (1958). Faktor internal dapat berkaitan dengan sifat, karakter, dan sikap, sedangkan faktor eksternal biasa dikaitkan dengan situasi atau kondisi tertentu yang bisa mempengaruhi perilaku individu. Kekuatan internal dan eksternal secara bersama-sama dapat menentukan perilaku seseorang. Atribusi mengacu pada bagaimana orang menjelaskan pemicu perilaku orang lain ataupun dirinya sendiri. Atribusi merupakan proses di mana orang menarik kesimpulan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sikap orang lain. Teori atribusi ini terkait dengan sikap muzakki dalam membayar zakat (Aji et al., 2021).

Teori atribusi mengungkapkan bahwa tindakan seseorang dipengaruhi oleh faktor internal atau eksternal. Jika seseorang tahu apa yang dia lakukan, dia cenderung berperilaku seperti itu. Oleh karena itu, minat membayar zakat akan dipengaruhi oleh keberadaan ahli zakat. Teori atribusi, di mana diasumsikan bahwa faktor eksternal yang dikendalikan menyebabkan kepercayaan dan perilaku. Salah satu aspek eksternal individu adalah kepercayaan, yang akan muncul ketika faktor eksternal menimbulkan kepercayaan. Akibatnya, minat masyarakat untuk berzakat

di OPZ akan dipengaruhi oleh adanya individu yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap suatu lembaga pengelola zakat. Dengan ini mengungkapkan bahwasanya keyakinan muzakki berdampak pada minat muzakki membayar zakat di badan pengurus zakat (Rosalinda et al., 2021).

Hubungan teori dengan variabel akuntabilitas adalah ketika manajemen diharuskan untuk menginformasikan data yang diperlukan terkait laporan pelaksanaan referensi keuangan kepada masyarakat umum, maka semakin besar tingkat kepuasan pada muzakki dapat meningkat, demikian pula dengan kepercayaan. Hubungan teori dengan variabel transparansi adalah berkaitan dengan faktor eksternal yaitu penyampaian informasi kepada muzakki yang menimbulkan kepercayaan. Pentingnya pengelolaan dana zakat secara transparan sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat. Hubungan teori dengan variabel kualitas pelayanan adalah pemenuhan kepuasan pelanggan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga atau institusi sesuai dengan harapan atau harapan pelanggan. Serta atas pelayanan yang baik dan akan meningkatkan kepercayaan muzakki kepada lembaga amil zakat, serta kesadaran membayar zakat akan terus bertambah. Hubungan teori dengan variabel teknologi keuangan karena memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengelolaan zakat dapat menghasilkan keuntungan dalam meningkatkan efisiensi industri menuju hasil yang unggul, sehingga kemudahan yang diakses muzakki untuk berzakat lebih meningkatkan banyaknya jumlah kesadaran membayar zakat akan terus bertambah. Hubungan teori dengan variabel religiusitas karena salah satu faktor pendorong yang bisa berdampak pada minat muzaki dalam membayar zakat yaitu religiusitas.

Keadaan ini didasarkan pada pilihan muzakki untuk membayar zakat berdasarkan tingkat kepercayaan seseorang.

2.2. Tinjauan Pustaka

2.2.1. Minat Muzakki

Minat merupakan suatu kecenderungan hati terhadap sesuatu yang timbul dari dalam diri seseorang apabila dari sesuatu yang diminati itu bermanfaat, bisa dirasakan, dialami secara nyata, dan bila pihak luar bisa mendorong kearah itu, untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dapat dikatakan bahwa minat merupakan suatu bentuk dorongan yang kuat oleh seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan tujuan yang ingin dicapai (Amalia & Widia, 2019). Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya (Hamzah & Kurniawan, 2020).

Ada faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu. Hal ini menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang. Muzakki yang telah mengetahui tentang kewajiban terhadap harta yang dimilikinya, dan dengan ada kesadaran dalam individu muzakki, maka muzakki senantiasa memiliki komitmen untuk mengeluarkan zakat. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Dorongan dari luar sangat menentukan seseorang untuk membayar zakat di lembaga amil zakat, misalkan dorongan dari keluarga, teman, dan dorongan dari lingkungan sekitarnya. Faktor emosional, minat

mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Hal ini ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya terhadap lembaga zakat sebagai pengelola zakat (Kartika, 2020).

Zakat berarti suci, tumbuh, bertambah, dan berkah. Dengan demikian, zakat itu membersihkan (menyucikan) diri seseorang dan hartanya, pahala berambah, harta tumbuh (berkembang), dan membawa berkat. Secara harfiah, zakat artinya tumbuh (*numuww*) maupun bertambah (*ziyadah*). Apabila diucapkan, *zaka al-zar'*, yaitu tanaman itu tumbuh serta bertambah. Kata *zakka* sering didefinisikan untuk makna *thaharah* (suci). Adapun zakat menurut *syara'*, berarti hak yang wajib (dikeluarkan) dari harta (Rahmadani et al., 2021). Pada dasarnya zakat dibagi menjadi dua macam yaitu zakat fitrah dan zakat maal. Zakat fitrah, adalah zakat yang diperintahkan nabi muhammad kepada umat Islam pada tahun diwajibkan puasa ramadhan sampai hari terakhir bulan ramadhan sebelum sholat idhul fitri. Zakat maal (harta), yaitu zakat yang berkaitan dengan kepemilikan harta tertentu dan memenuhi syarat tertentu. Zakat ini meliputi zakat tumbuh-tumbuhan, zakat binatang ternak, zakat perniagaan, zakat barang tambang, zakat emas dan perak, serta zakat profesi (Kartika, 2020).

Muzakki yaitu kewajiban orang tertentu untuk menafkahkan sebagian hartanya (orang yang wajib mengeluarkan zakat). Yang wajib membayar zakat yakni mereka yang mandiri, telah mencapai usia dewasa, memiliki kecerdasan yang sempurna, dan nishab yang sempurna. Sedangkan harta yang disepakati sebagian besar ulama untuk dikeluarkan zakatnya adalah emas, perak, ternak dan seluruh tahun menjadi milik muzakki (Rahmadani et al., 2021).

2.2.2. Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah bentuk pertanggungjawaban dari pemegang amanah dalam hal ini adalah lembaga zakat kepada pemberi amanah (muzakki). Jika prinsip akuntabilitas ini dapat diterapkan maka akan memberikan dampak yang baik bagi muzakki terhadap lembaga dan tidak menutup kemungkinan tingkat kepercayaan sekaligus minat para muzakki akan meningkat, dan mempercayakan dana zakatnya pada lembaga tersebut.

Sebagai bentuk pelaksanaan amanah zakat dilaksanakan sesuai syariat Islam, zakat disalurkan kepada 8 asnaf sebagaimana diterangkan dalam Al-Qur'an yaitu :

1. Fakir adalah seseorang yang tidak mempunyai harta dan pekerjaan yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Misalnya kebutuhannya berjumlah sepuluh, tetapi dia hanya mendapatkan tidak lebih dari tiga, sehingga dia meminta seseorang untuk memenuhi kebutuhannya akan tempat tinggal dan pakaian.
2. Miskin adalah seseorang yang mempunyai pekerjaan, tetapi penghasilannya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhannya. Seperti seseorang yang membutuhkan sepuluh, tetapi hanya menerima delapan, sehingga masih belum dianggap baik dari segi makanan, pakaian, serta tempat tinggalnya.
3. *Amil* (panitia zakat) adalah orang – orang yang bertugas menghimpun zakat. *Amil* zakat atau panitia zakat ini harus memiliki integritas kejujuran dan keahlian dalam hukum zakat. Panitia zakat yang dikategorikan boleh menerima zakat seperti (*Al' asyir*) yang dapat mengambil sepersepuluh.

sedangkan untuk Al- katib atau penulis, penyalur zakat kepada mustahiq yaitu penerima yang berhak, dan penjaga harta yang dikumpulkan.

4. *Mu'allaf* adalah orang kafir yang ingin memeluk islam, maupun orang yang baru memeluk islam tetapi tetapi imannya masih lemah.
5. *Riqab* (para budak) para budak yang dimaksud dalam konteks ini, menurut jumhur ulama adalah para budak muslim yang telah melakukan perjanjian dengan tuannya (*Al-mukatabun*) untuk dimerdekakan tetapi mereka tidak memiliki sarana untuk membayar tebusan atas diri mereka, meskipun bekerja keras dan kerinduan kebebasan mereka.
6. *Harim* (orang yang mempunyai utang) mereka yaitu orang-orang yang berhutang, terlepas dari apakah utang tersebut dibuat untuk keuntungan pribadi atau untuk tujuan hal – hal kemaksiatan. Apabila hutang itu semata – mata untuk kepentingan sendiri, maka dia tidak berhak menerima zakat kecuali dia di anggap miskin. Namun, jika utang tersebut untuk kebaikan kepentingan orang banyak, seperti menebus denda untuk pembunuhan atau untuk mengganti hilangnya barang orang lain, ia boleh di beri zakat, meskipun sebenarnya ia itu kaya.
7. *Fi sabilillah* (orang-orang yang berjuang di jalan Allah) meliputi orang-orang yang berperang di jalan Allah, termasuk orang-orang yang mungkin mengambil nyawa dalam pertempuran. Namun, tidak digaji oleh markas komando mereka karena yang mereka lakukan hanya berperang.

8. *Ibnu Sabil* (orang-orang yang sedang dalam perjalanan) adalah orang-orang yang melakukan perjalanan dengan niat untuk melakukan perbuatan baik (*tha'ah*) dan menahan diri dari perbuatan maksiat (Suyadi et al., 2022).

2.2.3. Transparansi

Transparansi adalah kebijakan keterbukaan dalam menyampaikan laporan pengawasan, keterbukaan dalam pengambilan keputusan, dan informasi bagi pengguna laporan keuangan yang material dan relevan, baik bagi investor maupun masyarakat umum (Bahri et al., 2022). Transparansi erat kaitannya dengan kejujuran. Ketika menyampaikan informasi, pemberi informasi harus bersikap jujur sehingga tidak ada satu pun hal yang luput dari pengetahuan penerima informasi termasuk harus mengkomunikasikan segala kebijakan yang mereka lakukan kepada pemberi amanah dalam hal ini adalah masyarakat atau muzakki. Sehingga masyarakat akan lebih selektif, dan menjadikan pilihan utama untuk mendonasikan zakat, infaq, shodaqoh (ZIS), serta berdampak meningkatnya minat masyarakat untuk menentukan sikap minatnya memilih lembaga yang transparan.

Informasi yang dibutuhkan adalah informasi mengenai aspek-aspek kebijakan organisasi atau kelembagaan yang dapat diakses publik. Seiring dengan keterbukaan informasi, diharapkan masyarakat dapat mempercayai lembaga zakat untuk membayar zakat, mempercayai pemangku kepentingan dan pengelolaan dana zakat, infak atau sedekah sehingga informasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai pengambilan keputusan bagi pemangku kepentingan. Membangun transparansi dalam pengelolaan zakat akan menciptakan sistem kontrol yang baik antara dua pihak yaitu lembaga dan pemangku kepentingan melibatkan internal organisasi

(lembaga zakat) dan lebih tepatnya pihak eksternal yaitu muzaki atau masyarakat luas (Bahri et al., 2022).

2.2.4. Kualitas Pelayanan

Kualitas yaitu tingkat yang di capai melalui karakteristik yang melekat untuk memenuhi persyaratan. Persyaratan pada hal tersebut yakni kebutuhan taupun harapan yang di nyatakan, biasanya tersirat ataupun wajib. Di sisi lain, layanan adalah suatu kegiatan yang tidak dapat diganggu gugat atau serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah konsumen atau pelanggan yang terjadi untuk akibat dari interaksi konsumen dan karyawan ataupun hal lain yang di sediakan oleh perusahaan jasa (Ayuningtyas & Sari, 2020).

Kualitas pelayanan adalah sebaga tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Amalia & Widia, 2019). Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa para muzakki puas dan akan meningkatkan kontribusi mereka terhadap zakat. Layanan berstandar tinggi yang dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi para muzakki akan mampu meningkatkan tekad mereka untuk membayar zakat (Pakpahan & Fadli, 2021).

2.2.5. Teknologi Keuangan

Teknologi keuangan merupakan hasil dari perpaduan antara jasa keuangan dan teknologi yang pada akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya membayar secara tatap muka dan membawa uang tunai dalam jumlah tertentu, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan

melakukan pembayaran. Teknologi keuangan telah mengubah transaksi pembayaran zakat dari tunai menjadi non tunai, yang memungkinkan interaksi dengan muzakki tanpa harus bertatap muka. Teknologi keuangan merupakan alat inovatif yang mampu meningkatkan daya saing di bidang jasa keuangan (Bahri et al., 2022). Menjelaskan teknologi keuangan berupa platform pembayaran zakat digital meningkatkan jumlah pembayaran zakat muzakki (Karmanto & Baskoro, 2020).

2.2.6. Religiusitas

Religiusitas dari kata *religio* yang diambil dan diserap dari bahasa latin yang memiliki arti dan makna yaitu mengikat. Dimana dari pengertian mengikat ini bahwasanya dalam suatu urusan agama terdapat aturan maupun kewajiban yang bersifat mengikat, dimana hal tersebut harus senantiasa dipatuhi pemeluknya. Didalamnya ada hubungan yang mengikat serta saling berkaitan antara seseorang dengan tuhan mereka, antar sesama manusia atau manusia satu dengan yang lain, dan dengan alam sekitarnya (Tho'in & Marimin, 2019). Religiusitas dapat dimaknakan sebagai kualitas penghayatan seseorang dalam beragama atau dalam memeluk agama yang diyakininya, semakin dalam beragama makin religius dan sebaliknya semakin dangkal seseorang dalam beragama akan makin kabur religiusitasnya (Lesmana et al., 2022). Sedangkan aspek-aspeknya adalah:

1. Aspek iman berkenaan dengan keyakinan serta hubungan manusia pada tuhannya, malaikat, dan nabi.
2. Aspek keislaman berkenaan dengan frekuensi, dan intensitas melaksanakan ibadah yang sudah ditentukan, yaitu shalat, puasa, maupun zakat.

3. Aspek *ihsan* meliputi pengalaman serta perasaan mengenai kehadiran tuhannya, takut melanggar larangannya, dll.
4. Aspek pengetahuan berkenaan dengan pengetahuan seorang individu mengenai ajaran agama.
5. Aspek amal berkenaan dengan perilaku pada kehidupan sosial, misalnya membantu orang lain, membela yang lemah, dan bekerja (Fakhrizal et al., 2022)

2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini adalah suatu referensi yang di pakai dalam melaksanakan penelitian agar teori yang dipakai untuk mengkaji penelitian dapat diperkuat. Bagian ini akan dijelaskan tentang pengaruh akuntabilitas, transparansi, kualitas pelayanan, teknologi keuangan dan religiusitas terhadap minat muzakki membayar zakat yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Tabel 2. 1 Research GAP

No	Peneliti dan Tahun	Sampel	Metode Analisis dan Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Abriyansyah, 2023)	Kuesioner dibagikan kepada umat islam yang membayar zakat	<i>linear regression analysis</i> X1: <i>religiosity</i> X2: <i>ease</i> X3: <i>trust</i> Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh negative tidak signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap X3= berpengaruh positif signifikan terhadap Y

No	Peneliti dan Tahun	Sampel	Metode Analisis dan Variabel	Hasil Penelitian
2.	(Bahri et al., 2022)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di BAZNAS	<i>Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i> X1: akuntabilitas X2: transparansi X3: kualitas layanan X4: teknologi keuangan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y X4= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y
3.	(Fakhrizal et al., 2022)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Langkat	Uji regresi berganda X1: religiusitas X2: kesadaran X3: kepercayaan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y

No	Peneliti dan Tahun	Sampel	Metode Analisis dan Variabel	Hasil Penelitian
4.	(Lesmana et al., 2022)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Asahan	Regresi linier berganda X1: religiusitas X2: kualitas pelayanan X3: transparansi Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y
5.	(Muafi et al., 2022)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Kota Malang	Regresi linier Berganda X1: kepercayaan X2: pengetahuan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y
6.	(Suyadi et al., 2022)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Kampar	Regresi linier berganda X1: pengetahuan zakat X2: kepercayaan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y

No	Peneliti dan Tahun	Sampel	Metode Analisis dan Variabel	Hasil Penelitian
7.	(Pria Diansyah et al., 2022)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Palembang	Regresi linier berganda X1: pendapatan X2: kepercayaan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y
8.	(Prayoga & Yafiz, 2022)	Kuesioner dibagikan kepada masyarakat muslim yang membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Serdang Bedagai	Regresi linier berganda X1: literasi zakat X2: lokasi X3: religiusitas X4: akuntabilitas X5: pendapatan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X4= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X5= berpengaruh positif signifikan terhadap Y

No	Peneliti dan Tahun	Sampel	Metode Analisis dan Variabel	Hasil Penelitian
9.	(Kharisma & Jayanto, 2021)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di lembaga amil zakat Kota Semarang	<i>Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i> X1: kegunaan fintech X2: risiko fintech X3: akuntabilitas X4: transparansi Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh negatif signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y X4= berpengaruh positif signifikan terhadap Y
10.	(Pakpahan & Fadli, 2021)	Kuesioner dibagikan kepada masyarakat muslim yang membayar zakat di BAZNAS Sumut	Regresi linier berganda X1: kualitas pelayanan X2: promosi X3: kepercayaan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif signifikan terhadap Y
11.	(Hildawati et al., 2021)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang terdaftar dan membayar zakat di BAZNAS Luwu	Regresi linier berganda X1: pemahaman X2: kepercayaan X3: transparansi Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif signifikan terhadap Y

No	Peneliti dan Tahun	Sampel	Metode Analisis dan Variabel	Hasil Penelitian
12.	(Kabib et al., 2021)	Kuesioner dibagikan kepada masyarakat yang membayar zakat di BAZNAS Sragen	Regresi linier berganda X1: akuntabilitas X2: transparansi Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y
13.	(Safitri & Suryaningsih, 2021)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Jawa Timur	Regresi linier berganda X1: religiusitas X2: kepercayaan X3: lokasi X4: kualitas pelayanan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X4= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y

No	Peneliti dan Tahun	Sampel	Metode Analisis dan Variabel	Hasil Penelitian
14.	(Ayuningtyas & Sari, 2020)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Semarang	Regresi linier berganda X1: kualitas pelayanan X2: religiusitas X3: akuntabilitas Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y
15.	(Hamzah & Kurniawan, 2020)	Kuesioner dibagikan kepada muzaki yang membayar zakat di BAZNAS Kuantan Singingi	Regresi linier berganda X1: pengetahuan zakat X2: kepercayaan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y
16.	(Pratiwi, 2020)	Kuesioner dibagikan kepada masyarakat yang membayar zakat di BAZNAS Provinsi Lampung	Regresi linier berganda X1: pendapatan X2: literasi zakat X3: kepercayaan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif signifikan terhadap Y

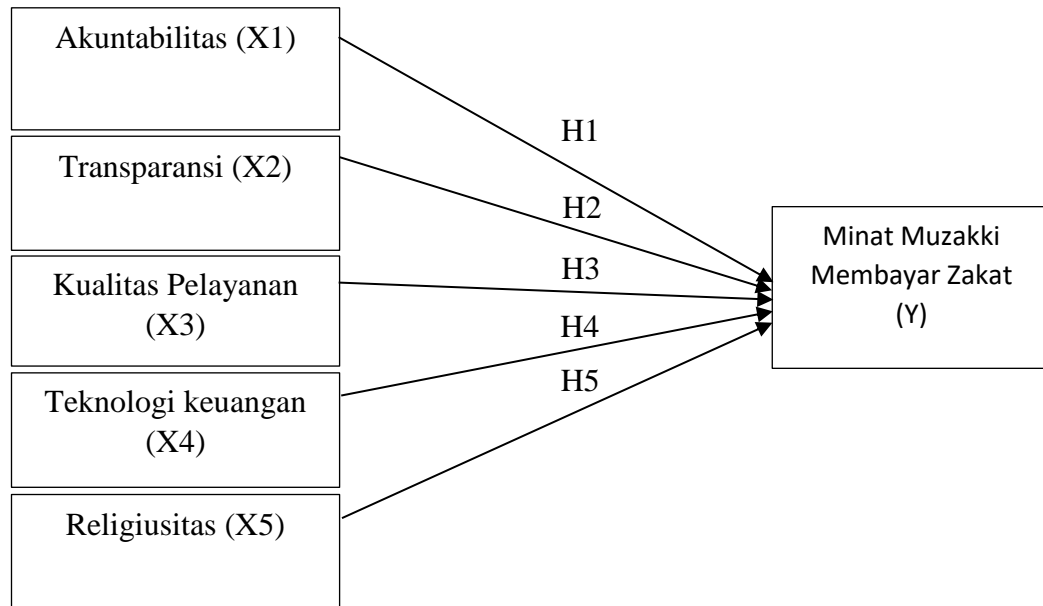
No	Peneliti dan Tahun	Sampel	Metode Analisis dan Variabel	Hasil Penelitian
17.	(Nur, 2020)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Hilir	Regresi linier berganda X1: promosi X2: kualitas pelayanan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y
18.	(Amalia & Widia, 2019)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di LAZ Surabaya	Regresi linier berganda X1: akuntabilitas X2: transparansi X3: kualitas layanan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif signifikan terhadap Y
19.	(Tho'in & Marimin, 2019)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di Laz Jawa Tengah	Regresi linier berganda X1: pendapatan X2: pendidikan X3: religiusitas Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X3=berpengaruh positif signifikan terhadap Y

No	Peneliti dan Tahun	Sampel	Metode Analisis dan Variabel	Hasil Penelitian
20.	(Aningsih, 2019)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di BAZNAS Kota Malang	Regresi linier berganda X1: pendapatan X2: citra lembaga X3: kualitas layanan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif signifikan terhadap Y
21.	(Salmawati & Fitri, 2018)	Kuesioner dibagikan kepada muzakki yang membayar zakat di Baitul Mal Banda Aceh	Regresi linier berganda X1: pendapatan X2: religiusitas X3: akuntabilitas X4: kualitas pelayanan Y: minat membayar zakat	X1= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X2= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X3= berpengaruh positif signifikan terhadap Y X4=Y

2.4. Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka pemikiran penelitian ini menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap dependen. Variabel independen pada penelitian ini yaitu pengaruh akuntabilitas, transparansi, kualitas pelayanan, teknologi keuangan dan religiusitas terhadap minat muzakki membayar zakat. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



2.5. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi dan dihubungkan dengan teori yang digunakan sehingga hipotesis yang dapat diambil, sebagai berikut :

2.4.1. Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Akuntabilitas merupakan dorongan sosial dan psikologis seseorang untuk bertanggung jawab atas sesuatu yang telah dilakukan terhadap lingkungan atau orang lain. Pengawas lembaga zakat dapat menggunakan akuntabilitas sebagai tolok ukur seberapa baik amil zakat yang sudah menyelesaikan tugas-tugas tersebut, amil tidak akan bertindak sewenang-wenang dalam pengelolaan zakat hingga sistem pengelolaan lembaga amil zakat menjadi bersih serta tertib, yang nanti dapat jadi informasi bagi para muzakki (Ayuningtyas & Sari, 2020). Terdapat tiga dimensi tingkat akuntabilitas, pertama yakni keterkaitan dengan orang lain, yang kedua kalangan, serta yang ketiga pencipta (Kabib et al., 2021)

Teori atribusi relevan dengan akuntabilitas ketika manajemen diharuskan untuk menginformasikan data yang diperlukan terkait laporan keuangan kepada masyarakat umum. Maka semakin besar tingkat kepuasan pada muzakki dapat meningkat, demikian pula dengan kepercayaan.

Berdasarkan penjelasan penelitian di atas sejalan dengan penelitian (Amalia & Widia, 2019; Bahri et al., 2022; Kabib et al., 2021; Prayoga & Yafiz, 2022; Salmawati & Fitri, 2018) mengungkapkan bahwa akuntabilitas memiliki pengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat. Hipotesis yang dapat dirumuskan berdasarkan penjelasan sebelumnya adalah sebagai berikut:

H₁ : Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat.

2.4.2. Pengaruh Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Transparansi adalah kebijakan menyampaikan informasi dan mengambil keputusan secara jujur dan terbuka, menyediakan informasi yang relevan serta berguna bagi investor dan masyarakat umum dalam laporan keuangan. Agar pemangku kepentingan dapat menggunakan informasi kepada muzakki lebih selektif dalam memilih zakat. Dengan diharapkannya mempercayai lembaga zakat untuk membayar zakat, mengelola zakat, infak, atau dana sedekah (Bahri et al., 2022).

Teori atribusi relevan dengan variabel ini karena berkaitan dengan faktor eksternal yaitu penyampaian informasi kepada muzakki yang menimbulkan kepercayaan. Pentingnya pengelolaan dana zakat secara transparan sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat.

Berdasarkan penjelasan penelitian di atas sejalan dengan penelitian (Amalia & Widia, 2019; Hildawati et al., 2021; Kharisma & Jayanto, 2021). Mengungkapkan bahwa transparansi memiliki pengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat. Hipotesis yang dapat dirumuskan berdasarkan penjelasan sebelumnya adalah sebagai berikut:

H₂ : Transparansi berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat.

2.4.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Kualitas pelayanan mengacu pada metode yang digunakan untuk memenuhi persyaratan dan keinginan konsumen, memastikan bahwa harapan mereka terpenuhi secara memuaskan dengan ketepatan penyampaiannya sampai akhir layanan (Salmawati & Fitri, 2018). Memberikan pelayanan terbaik adalah usaha yang terbaik kepada pelanggan. Apabila menerapkan integritas prinsip-prinsip ke dalam rutinitas sehari-hari dengan sikap tulus, jujur, ramah, dan profesional mewujudkan menjunjung tinggi pelayanan yang prima dan profesional (Safitri & Suryaningsih, 2021). Pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan dari dimensinya yaitu menggunakan bukti langsung, banding, tanggapan, jaminan, dan empati (Bahri et al., 2022). Faktor pendukung yang penting meliputi kesadaran petugas terhadap pekerjaan, aturan yang mengatur tugas, organisasi sebagai sistem, alat kerja dan infrastruktur yang memadai dan memfasilitasi pelaksanaan layanan (Nur, 2020).

Teori atribusi relevan dengan variabel ini karena pemenuhan kepuasan pelanggan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga atau institusi sesuai

dengan harapan atau harapan pelanggan. serta atas pelayanan yang baik dan akan meningkatkan kepercayaan muzakki kepada lembaga amil zakat, serta kesadaran membayar zakat akan terus bertambah.

Berdasarkan penjelasan penelitian di atas sejalan dengan penelitian (Amalia & Widia, 2019; Aningsih, 2019; Ayuningtyas & Sari, 2020; Lesmana et al., 2022; Nur, 2020; Pakpahan & Fadli, 2021; Salmawati & Fitri, 2018) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat. Hipotesis yang dapat dirumuskan berdasarkan penjelasan sebelumnya adalah sebagai berikut:

H₃ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat.

2.4.4. Pengaruh Teknologi Keuangan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Teknologi keuangan yang merupakan hasil penggabungan antara layanan keuangan dan teknologi, telah merevolusi model bisnis tradisional dengan memungkinkan transaksi jarak jauh dan pembayaran elektronik. Ini telah menggantikan metode pembayaran konvensional secara langsung dengan uang tunai dan telah secara signifikan mengurangi waktu transaksi menjadi hitungan detik. Teknologi keuangan memungkinkan pergeseran transaksi pembayaran zakat dari uang tunai fisik menjadi digital, memfasilitasi interaksi yang nyaman antara muzakki tanpa harus bertemu langsung (Bahri et al., 2022).

Teknologi keuangan pembayaran zakat berhasil menambah jumlah pembayaran zakat online yang dilakukan para muzakki. Individu yang ingin menunaikan kewajibannya melalui platform ini dipengaruhi oleh persepsi

kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan persepsi kegunaan (Karmanto & Baskoro, 2020).

Teori atribusi relevan dengan variabel ini karena memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengelolaan zakat dapat menghasilkan keuntungan dalam meningkatkan efisiensi industri menuju hasil yang unggul sehingga kemudahan yang diakses muzakki untuk berzakat lebih meningkatkan banyaknya jumlah kesadaran membayar zakat akan terus bertambah.

Berdasarkan penjelasan penelitian di atas sejalan dengan penelitian (Kharisma & Jayanto, 2021). Mengungkapkan bahwa teknologi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat. Hipotesis yang dapat dirumuskan berdasarkan penjelasan sebelumnya adalah sebagai berikut:

H₄ : Teknologi keuangan berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat.

2.4.5. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat

Religiusitas berarti memberi petunjuk kepada seseorang tentang bagaimana melakukan sesuatu yang pada akhirnya akan meningkatkan pembayarannya (Salmawati & Fitri, 2018). Salah satu faktor yang menentukan berhasil tidaknya seseorang mengumpulkan zakat adalah kondisi keagamaannya. Tingkat religiusitas seseorang dapat diartikan sebagai ketaatan yang mendalam terhadap agamanya (Tho'in & Marimin, 2019).

Teori atribusi relevan dengan variabel ini karena salah satunya faktor pendorong yang bisa memengaruhi minat muzaki untuk membayar zakat yaitu

religiusitas. Keadaan ini didasarkan pada pilihan muzakki untuk membayar zakat berdasarkan tingkat kepercayaan seseorang.

Berdasarkan penjelasan penelitian di atas sejalan dengan penelitian (Fakhrizal et al., 2022; Indri Aningsih, 2019; Lesmana et al., 2022; Murdani Nur, 2020; Pakpahan & Fadli, 2021; Salmawati & Fitri, 2018) mengungkapkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat. Hipotesis yang dapat dirumuskan berdasarkan penjelasan sebelumnya adalah sebagai berikut:

H₅ : Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat muzakki membayar zakat.

