

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewajiban zakat merupakan pilar penting bagi ajaran agama islam. Potensi zakat menjadi harapan untuk meminimalisir jumlah kemiskinan, menambah tingkat kesejahteraan, meningkatkan rasa peduli terhadap sesama dan menambah rasa persaudaraan bagi sesama muslim (Sutomo, 2017). Madura dengan mayoritas penduduk muslimnya berpotensi besar dalam menghimpun dan memberdayakan dana zakat. Ketua BAZNAS Jatim, KH. Abdul Salam N. menyebutkan dari data pengumpulan dana zakat Jawa Timur tahun 2020, untuk Kota Bangkalan sebesar Rp 1,8 Miliar Rupiah yang menjadi perolehan dana zakat terbanyak bagi wilayah Madura (BAZNAS JATIM, 2020). Namun juga banyak penduduk yang enggan membayar zakatnya di lembaga pengelola zakat yang resmi melainkan membayar zakatnya secara langsung kepada *mustahiq* sehingga tidak terdata. Prihal ini tentu salah satu penyebabnya yaitu kepercayaan penduduk yang kurang kepada lembaga yang resmi.

Dalam penghimpunan dan pendayagunaan dana zakat, di Jawa Timur terdapat beberapa lembaga resmi yang dipercayai dalam pengumpulan dana zakat daerah, salah satunya Lembaga Manajemen Infaq (LMI). Banyaknya lembaga pengelola zakat tidak menimbulkan persaingan naun memberi pilihan kepada masyarakat untuk menyalurkan zakatnya melalui lembaga yang dipercayai (Bramasetia, 2014). Lembaga satu dengan yang lainnya akan berlomba untuk

mendapatkan kepercayaan muzakki sehingga tidak menyalurkan zakatnya ke lembaga lain atau ke mustahik secara langsung.

Pemerintah telah mengukuhkan, membina, dan melindungi Lembaga Manajemen Infaq (LMI), sehingga dalam melaksanakan tugasnya, seluruh kegiatannya termasuk pengelolaan keuangan harus dipertanggungjawabkan dan dilaporkan kepada pemerintah. Dalam hal ini, pemerintah menetapkan PSAK 109 tentang pencatatan pengelolaan dana zakat, infaq/sedekah. Maka dari itu perlu adanya tata pengelolaan yang baik untuk mewujudkan tanggungjawab yang diterima LMI dari pemerintah maupun *muzakki* sehingga penghimpunan zakat serta reputasi juga kepercayaan publik dapat ditingkatkan dan menimbulkan sikap loyalitas *muzakki* (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016).

Loyalitas merupakan kesetiaan dengan tidak ada paksaan yang muncul dari kesadaran diri sendiri berdasarkan pengalaman di masa lalu (Jumriani, 2021). Mengukur loyalitas *muzakki* dapat melalui kesetiaan yang dicirikan dengan *muzakki* yang membayar zakat melalui lembaga zakat secara terus-menerus. Untuk itu, kesadaran *muzakki* menyalurkan zakat di LMI perlu diperhatikan karena pendayagunaan perolehan zakat yang besar membutuhkan loyalitas *muzakki* yang tinggi.

Rochman, Dkk. (2017) juga berpendapat bahwa loyalitas *Muzakki* menjadi salah satu upaya dalam memajukan Lembaga Amil Zakat. Karena *muzakki* yang loyal akan selalu menyalurkan dana zakatnya di lembaga yang sama juga akan menceritakan dan menghimbau saudaranya yang lain agar menyalurkan zakatnya melalui lembaga yang sama.

Keterikatan *muzakki* disebabkan oleh loyalitas kepada lembaga pengelola zakat terlebih dengan program-program yang diterapkan (Gunawan, 2017). Sehingga rencana strategis perlu dibuat lembaga amil zakat supaya mendapatkan citra baik dari sisi pelayanan hingga pengelolaan dana. Apabila loyalitas dari *muzakki* dan orang-orang di sekitar lembaga zakat mampu diciptakan maka hasil zakat serta kepuasan *muzakki* akan meningkat.

Ada faktor yang mempengaruhi terbentuknya sikap loyalitas *muzakki* terhadap LMI yaitu persepsi. Menurut dahlan (2014) faktor-faktor persepsi terdapat pada tiga aspek, yaitu: pihak pelaku persepsi, pada target persepsi (objek persepsi) dan juga dapat dari konteks situasi persepsi itu dilakukan. Faktor pertama yang mempengaruhi persepsi *muzakki* terhadap LMI ialah interaksi juga keterlibatan *muzakki* di LMI. Persepsi ini akan menjadi penilaian tersendiri terhadap suatu benda atau kejadian dari interaksi yang dilakukan. Pengalaman yang baik akan membentuk persepsi positif sehingga membentuk kepuasan bagi pelaku persepsi.

Faktor kedua terbentuknya persepsi atau pemahaman *muzakki* dipengaruhi latar belakang pendidikan, karena *muzakki* yang berpendidikan akan memiliki cara pandang yang obyektif serta sikap terbuka terhadap informasi baru (Dahlan, 2014). Pendidikan merupakan tahap pertama dari serangkaian proses informasi, yang mana akan ada proses deteksi dan interpretasi informasi menggunakan pengetahuan yang disimpulkan melalui ingatan, demikian halnya dengan memahami sistem pengelolaan dana zakat di LMI *muzakki* akan lebih mudah memahaminya. Dalam hal ini akuntabilitas menjadi dasar penilaian dalam pengelolaan dana zakat di LMI.

Faktor ke-tiga yaitu persepsi *muzakki* tentang LMI dipengaruhi media informasi. Persepsi menurut Sari (2015) ialah proses penginderaan atau proses penerimaan stimulus oleh seseorang menggunakan indera yang dimiliki. Sedangkan Dahlan (2014) menyatakan media ialah sarana komunikasi yang berupa informasi untuk membangun sebuah persepsi. Jadi, persepsi berasal dari terbentuknya informasi yang terstimulasi oleh indra manusia melalui transparansi objek tertentu.

Sutomo, dkk. (2017) menyatakan bahwa loyalitas dipengaruhi kepuasan *muzakki* dengan indeks kepuasan *muzakki* senilai 82,34% dengan artian *muzakki* merasa puas oleh pelayanan yang diberikan dengan tingkat loyalitas senilai 84,7%. Kepuasan ini akan berpengaruh terhadap loyalitas *muzakki* pada LMI, karena *muzakki* yang senantiasa membayar zakat melalui LMI dapat meningkatkan penghimpunan dana zakat. Dari hal itu, LMI perlu meningkatkan upaya dalam memberikan pelayanan yang baik agar *muzakki* dapat dipertahankan.

Kunci utama untuk mendapatkan *muzakki* yang loyal yaitu melalui kepuasan *muzakki* (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016). Sofyan (2013) berpendapat, pelayanan yang berkualitas baik akan memenuhi harapan konsumen dimana apabila harapan terpenuhi maka akan terpenuhinya juga kepuasan konsumen. Konsumen disini yang dimaksud yaitu *muzakki*. Penelitian terdahulu oleh Yuliafitri & Khoiriyah (2016), Sutomo (2017), Rochman (2017), Atmaja (2018), Said (2020), dan Aranda (2020), menunjukan bahwa kepuasan *muzakki* mempengaruhi loyalitas *muzakki* dalam menyalurkan zakatnya di lembaga pengelola zakat. Sedangkan dalam penelitian Puspitasari & Darma (2019) menunjukkan kepuasan *muzakki* tidak berpengaruh terhadap loyalitas *muzakki*.

Seik dan Mukhlis (2013) mengemukakan bahwa faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat disebabkan oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang bersifat transparan, profesional serta memberikan kemudahan untuk berzakat dan pelayanan yang memuaskan. Jadi, Selain kepuasan *muzakki*, prinsip transparansi lembaga perlu diperhatikan LMI. Tata kelola apapun jika memiliki hubungan dengan pemanfaatan sumber daya umum, seharusnya dikelola secara transparan dan akuntabel. Sesuai yang dikemukakan Fadilah (2012), BPZ dinilai kurang profesional jika prinsip transparansi serta akuntabilitas belum diterapkan.

Transparan merupakan kemudahan akses informasi tentang hal yang memiliki kaitan dengan lembaga untuk diakses oleh pihak yang memiliki kepentingan, memahaminya mudah, jelas, dan benar baik berupa informasi keuangan, program, kinerja dan informasi yang lainnya (Utama & Setiyani, 2014). Hasil penelitian Satrio & Siswanto (2016) menyebutkan beberapa hal yang mendasari tidak optimalnya pengumpulan zakat di antaranya rasa enggan membayar zakat dan faktor ketidakpercayaan masyarakat kepada LPZ. Kusumawardani (2019) berpendapat bahwa lembaga yang transparan dan akuntabel dapat membuat *muzakki* semakin yakin untuk membayar zakatnya melalui lembaga tersebut. Penelitian terdahulu yang dilakukan Yuliafitri & Khoiriyah (2016), Inayah & Muanisah (2018), Istikhomah & Asrori (2019) menunjukkan hasil bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap loyalitas *muzakki* untuk membayar zakat.

Salmawati & Fitri (2018) mengatakan bahwa persepsi masyarakat yang baik terhadap akuntabilitas lembaga sangat perlu supaya rasa percaya kepada lembaga meningkat. Selaras dengan hasil penelitian Safrizal (2015) yang menyatakan tingkat kepercayaan *muzakki* memediasi secara parsial pengaruh

akuntabilitas terhadap keinginan membayar zakat pada baitul mal. Hal ini menunjukkan begitu penting dan semakin tingginya tuntutan masyarakat terhadap transparansi dan akuntabilitas lembaga pengelola zakat termasuk LMI, dengan begitu masyarakat terutama pihak yang berkepentingan bisa mendapatkan haknya untuk lebih tahu tentang pengelolaan dana zakat oleh lembaga yang diamanahi.

Lembaga yang amanah dan bertanggungjawab, dapat menyebabkan *muzakki* percaya untuk menyalurkan zakatnya terus-menerus. Jika *muzakki* semakin puas terhadap kinerja LMI maka akan semakin berimplikasi kepada loyalnya *muzakki* untuk menyalurkan zakatnya melalui LMI. Penelitian terdahulu yang dilakukan Jumriani (2021) menyatakan akuntabilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas *muzakki*. Sedangkan penelitian Yuliafitri & Khoiriyah (2016), Istikhomah & Asrori (2019) menunjukkan hasil akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas *muzakki*.

Berdasarkan latar belakang diatas dan dari beberapa penelitian yang tidak selaras antar variabel yang diteliti, sehingga peneliti terdorong untuk meneliti lebih lanjut tentang pengaruh ketiga variabel kepuasan, transparansi dan akuntabilitas terhadap loyalitas *muzakki* di LMI khususnya LMI Bangkalan. Karena, dalam mempertahankan kredibilitas lembaga dan untuk mempertahankan kepercayaan *muzakki*, sejak tahun 2016 LMI Bangkalan telah menerapkan PSAK 109 tentang Zakat.

Penelitian Mubarak (2017) yang menyatakan bahwa penerapan PSAK di LMI Bangkalan sesuai dengan PSAK 109. PSAK 109 ini bertujuan untuk mengungkapkan, menyajikan, mengukur dan pengakuan atas transaksi zakat,

sedekah dan infaq. BAZNAS juga telah menerapkan PSAK 109 sebagaimana dikemukakan oleh Indrawati (2016) bahwa “BAZNAS telah menerapkan PSAK 109, namun masih ada aspek-aspek yang belum terlaksana sepenuhnya yaitu dari segi penyajian, pengukuran, pengungkapan, dan pengakuannya.” Sedangkan LAZISMU, dalam anjani (2019) hanya mengacu pada 2 komponen yaitu pengakuan dan pengungkapan.

LMI Bangkalan juga memiliki banyak program sosial dan pemberdayaan masyarakat kurang mampu yang digulirkan sehingga dana yang digunakan memiliki nilai lebih dan manfaat yang berlipat ganda bagi masyarakat. Program-program LMI Bangkalan juga bersifat *up to date*, program disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini seperti galang dana ketika terjadi bencana di suatu daerah, galang dana untuk palestina, iuran untuk Qurban di hari raya idhul adha, santunan anak yatim berupa kebutuhan sekolah ketika masuk tahun ajaran baru, juga ada program non-dana seperti menerima donasi Al-Qur'an yang nantinya disalurkan di masjid atau musholla yang membutuhkan. Pengumpulan selalu mengikuti perkembangan sosial Karena LMI senantiasa berusaha menumbuhkan profesionalitasnya untuk mengawal amanah dari masyarakat yang begitu besar kepada LMI.

Perbedaan LAZNAS LMI yaitu lebih mudah diingat oleh masyarakat dengan *brandnya* yaitu ZAKATO Indonesia. Kata zakato menjadi lekat dihati masyarakat karena pelafalannya yang mudah dan tidak sulit diingat seakan mengajak masyarakat untuk berzakat. Zakato memiliki nama yang kreatif untuk program unggulannya yaitu AISUMAKI (Anak Indonesia Suka Makan Ikan), RUCERI (Rumah Usaha Ceria), CUKAGI (Cuci Karang Gigi).

Namun diskusi tentang hubungan kepuasan *muzakki*, transparansi dan akuntabilitas terhadap loyalitas *muzakki* membayar zakat di LMI terbatas dalam lingkungan zakat serta belum ditemukan dalam literatur. Dengan ini, penulis melakukan penelitian terkait variabel dalam konteks lembaga zakat ini, ditambah dengan identifikasi faktor utama yang mendukung perkembangan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat akan memberikan kontribusi yang baik guna mengurangi kesenjangan sosial.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, penelitian ini replikasi dari penelitian Indri Yuliafitri & Asma Nur Khoiriyah (2016) dengan judul penelitiannya “Pengaruh Kepuasan *Muzakki*, Transparansi dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas *Muzakki* (Studi Pada Laz Rumah Zakat)” yang menunjukkan hasil bahwa kepuasan *muzakki* dan transparansi berpengaruh positif pada loyalitas *muzakki*. Sedangkan variabel akuntabilitas tidak berpengaruh pada loyalitas *muzakki*.

Yang menjadi pembeda dari penelitian terdahulu adalah penelitian ini mengambil objek *muzakki* LMI Bangkalan dan teori penelitian yang digunakan yaitu teori persepsi. Implementasi loyalitas *muzakki* dipengaruhi oleh persepsi *muzakki*. Aviyatisari (2016) mengatakan, perbedaaan persepsi bisa berupa pengalaman, pengetahuan, sudut pandang, dan cara berpikir untuk menganalisis sesuatu hal. Apabila persepsi *muzakki* positif terhadap LMI, kepercayaan dan keyakinan *muzakki* untuk membayar zakatnya melalui lembaga akan meningkat. Sehingga peneliti akan mengambil judul penelitian “Pengaruh Kepuasan *Muzakki*, Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas *Muzakki* Membayar Zakat Di Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Bangkalan”

1.2 Rumusan Masalah

Dari batasan masalah diatas, maka dirumuskan masalah-masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kepuasan *muzakki* berpengaruh terhadap loyalitas *muzakki* di LMI Bangkalan?
2. Apakah transparansi berpengaruh terhadap loyalitas *muzakki* di LMI Bangkalan?
3. Apakah akuntabilitas berpengaruh terhadap loyalitas *muzakki* di LMI Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh kepuasan *muzakki* terhadap loyalitas *muzakki* di LMI Bangkalan.
2. Mengetahui pengaruh transparansi terhadap loyalitas *muzakki* di LMI Bangkalan.
3. Mengetahui pengaruh akuntabilitas terhadap loyalitas *muzakki* di LMI Bangkalan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi LMI Bangkalan mengenai gambaran tentang organisasi pengelola zakat yang akuntabilitas, transparansi dan berkualitas yang diinginkan masyarakat sehingga menarik loyalitas *muzakki* menyalurkan zakatnya kepada Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Bangkalan.

Harapan penulis penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak, yaitu antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pengetahuan dan menambah wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas *muzakki* untuk membayar zakat di LMI. Dan juga penulis berharap penelitian ini dapat memperkuat hasil penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat membuat masyarakat tahu bahwa zakat yang mereka keluarkan sangat bermanfaat bagi mereka yang kurang mampu, serta dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap LMI.

- b. Bagi pihak LMI

Sebagai bahan evaluasi diri bagi pihak LMI untuk menggali potensi zakat yang ada di masyarakat, dan lebih maksimal dalam mengelola dan mendistribusikan zakat.

- c. Bagi Pemerintah Daerah

Diharapkan penelitian ini mampu memberi masukan bagi pemerintah agar lebih bijaksana dalam membuat kebijakan dan peraturan untuk meningkatkan pengelolaan, pengumpulan, dan pendayagunaan dana zakat.