

NASKAH PUBLIKASI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI
MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ DAN SEDEKAH (ZIS) MELALUI
LEMBAGA AMIL ZAKAT DI YOGYAKARTA**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh:
RIO PRATIKTO
20130420528**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel promosi, transparansi informasi keuangan, kualitas layanan, religiusitas, dan pendapatan berpengaruh terhadap minat muzakki untuk membayar zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ). Pengujian menggunakan uji regresi linier berganda, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, yang terdiri dari 40 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang terdapat pada nilai *R square* sebesar 0,347. Ini berarti bahwa minat muzakki membayar ZIS dapat dijelaskan oleh variabel promosi, transparansi informasi keuangan, kualitas layanan, religiusitas dan pendapatan sebesar 34,7% dan sisanya dijelaskan variabel lain diluar model penelitian ini. Hasil uji F sebesar 5,149 dengan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel promosi, transparansi informasi keuangan, kualitas layanan, religiusitas dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar ZIS melalui LAZ. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel promosi dan pendapatan tidak berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sig 0,364 dan 0,175. Hasil uji t variabel transparansi informasi keuangan, kualitas layanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki membayar ZIS dengan masing-masing nilai sig 0,025, 0,018, dan 0,036.

Kata kunci : minat muzakki, promosi, transparansi informasi keuangan, kualitas layanan, religiusitas, pendapatan

ABSTRACT

This study aims to determine whether the variables of promotion, transparency of financial information, quality of service, religiosity, and income have an effect on the interest of muzakki to pay zakat, infaq, and alms through Amil Zakat Organizations. Tests using multiple linear regression test, data collection method using questionnaire which consists of 40 respondents.

The results showed that the coefficient of determination contained in the value of R square of 0,347. This means that interest in muzakki paying ZIS can be explained by the five variables (promotion, transparency of financial information, service quality, religiosity and income) of 34,7% and the rest explained other variables outside of this research model F test result of 5,149 with significant level of $0,001 < 0,05$ indicates that simultaneously or together promotion variable, transparency of financial information, service quality, religiosity and income have positive and significant effect on interest muzakki pay ZIS through LAZ. The result of t test show that promotion and income variable have no positive and significant influence with sig value 0,364 and 0,175. The result of t test of variable of transparency of financial information, service quality and religiosity have positive and significant effect to interest muzakki pay ZIS with each sig value 0,025, 0,018, and 0,036.

Key word : muzakki's interest, promotion, financial information transparency, service quality, religiosity, income

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam (UU No. 23 Tahun 2011). UU ini mengatur tentang Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang boleh beroperasi di Indonesia, yang disebutkan bahwa yang termasuk dalam Organisasi Pengelola Zakat yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu terhadap variabel religiusitas, promosi, transparansi informasi keuangan dan kualitas layanan, membuat penulis tertarik untuk menguji ulang variabel-variabel tersebut. Dari latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti kembali dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ DAN SEDEKAH (ZIS) MELALUI LEMBAGA AMIL ZAKAT (LAZ)”. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang mengacu pada penelitian Maimunah (2014). Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel independen yang ditambahkan adalah religiusitas dan pendapatan, menambahkan subjek/objek penelitian, dimana subjek/objek dalam penelitian ini yaitu muzakki yang membayarkan zakatnya melalui Lembaga Amil Zakat se-Yogyakarta dan periode waktu penelitian yang berbeda.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. *Shari'ah Enterprice Theory* (Teori Perusahaan Berbasis Syariah)

Shari'ah Enterprise Theory atau yang sering disingkat dengan SET merupakan suatu teori yang menjadikan Tuhan sebagai pusat dari kegiatan dan beberapa diskusi atau pembahasan. Telah diketahui bahwa *Entity Theory* lebih sarat dengan nilai-nilai kapitalisme, sehingga akuntansi syariah lebih cenderung untuk menggunakan *Enterprise Theory* (Baydoun and Wille 1994; Harahap 1997; Triyuwono 2006a). *Enterprise Theory* terus dilakukan pengembangan sedemikian rupa hingga akhirnya diperoleh bentuk teori yang dikenal dengan istilah *Shari'ah Enterprise Theory* (*SET*). (Triyuwono 2006a, 350-56)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah muzakki yang membayar zakat, infaq dan sedekah dengan sampel penelitian adalah muzakki yang berdonatur atau telah menyalurkan dana zakat/infaq/sadaqah melalui Lembaga Amil Zakat di Yogyakarta.

B. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah muzakki yang berdonatur melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang bertempat di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pemilihan sample yang dilakukan dengan tidak secara acak melainkan menggunakan kriteria-kriteria tertentu. Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Muzakki yang membayarkan ZIS mereka melalui LAZ
- b) Muzakki yang telah membayarkan ZIS melalui LAZ selama 1 tahun terakhir atau lebih

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner. Skala yang digunakan untuk mengukur penelitian ini adalah skala *Likert* 1-5. Kuesioner dibuat dalam bentuk pilihan ganda dengan lima butir opsi jawaban untuk setiap pertanyaannya.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Kuantitatif

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan uji korelasi antar skor item-item pertanyaan dengan skor total (*person correlation*). Syarat uji validitas yaitu masing-masing item harus berkorelasi positif terhadap skor total pada tingkat signifikan 5% atau α (0,05).

b. Uji Reliabilitas

Cara mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan koefisien alpha yang bisa diukur dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha*, yaitu suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,6. (Nazaruddin, 2011)

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk menghindari hasil yang menyesatkan menggunakan grafik, maka uji grafik ini dilengkapi dengan uji statistik, yaitu uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Pada uji K-S, apabila *p-value* > 5%, maka data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolenieritas

Untuk mendeteksi adanya multikolenieritas atau tidak yaitu dengan memperhatikan nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*), dimana jika nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10, maka model regresi tersebut terdapat multikolenieritas yang tidak dapat ditoleransi dan variabel tersebut harus dikeluarkan dari model regresi agar hasil yang diperoleh tidak bias.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi heteroskedastisitas digunakan uji Glejser. Jika variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat maka tidak terjadi heteroskedastisitas, yaitu apabila nilai signifikansinya diatas 0,05.

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *AdjustedR²*, dimana untuk menginterpretasikan besarnya nilai koefisien determinasi harus

diubah dalam bentuk persentase. Sisanya (100% - persentase koefisien determinasi) dijelaskan variabel lain yang tidak masuk dalam model.

b. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai $Sig < \alpha$, maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji t

Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Kriteria hipotesis diterima apabila nilai signifikansi $< \alpha$ dan koefisien regresi searah dengan hipotesis.

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, Transparansi, Kualitas layanan, Religiusitas dan Pendapatan terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ. Berdasarkan metode *purposive sampling* diperoleh 40 data sampel.

Berdasarkan analisis dan pengujian data dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi tidak berpengaruh terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ
2. Transparansi Laporan Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ
3. Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ
4. Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ
5. Pendapatan tidak berpengaruh terhadap Minat Muzakki membayar ZIS melalui LAZ