

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**PENGARUH REPUTASI ORGANISASI DAN KUALITAS PELAYANAN
ISLAMI TERHADAP KEPERCAYAAN MUZAKKI DI LEMBAGA AMIL
ZAKAT INFAK SHADAQAH MUHAMMADIYAH (LAZISMU)
PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam (FAI)
Universitas Islam Riau (UIR) untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)*



Oleh :

**RAMBE ROISUDDIN ERY
NPM : 152310128**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2021



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الرiau

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp: +62 761 674674 Fax: +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

Nomor: 0931/D-UIR/18-FAI/2021

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	Rambe Roisuddin Ery
NPM	152310128
Program Studi	Ekonomi Syariah

Judul Skripsi:

Pengaruh Reputasi Organisasi dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepercayaan Muzakki di Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU).

Dinyatakan telah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun dan dicek oleh petugas yang ditunjuk Dekan. Surat keterangan ini digunakan sebagai persyaratan untuk ujian Skripsi.

Demikian surat keterangan diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 9 Maret 2021
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Syahraini Yambak, S.Ag., M.A.
NIDN: 1018087501

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk orang yang sangat aku cintai dan ku sayangi, Ibunda Dahlia Dalimunthe, Ayahanda Evendi Rambe, Abangda Rambe Khoiruddin Ery dan Adinda Fithri Ummi Hani Ery Rambe.

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga, kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Ayah yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil, yang selalu memanjatkan do'a dan cinta kasih untuk putramu ini yang tiada mungkin dapat ku balas hanya dengan selembarnya kertas persembahan ini. Semoga ini menjadi langkah awal putramu untuk membuat Ibu dan Ayah Bahagia.

Ku persembahkan Skripsi ini, untuk orang yang selalu bertanya: "Kapan Sidang?", "kapan wisuda?" dan lain sejenisnya.

'Terlambat lulus bukan sebuah kejahatan, lulus tidak tepat waktu juga bukan sebuah aib. Alangkah kerdilnya pemikiran jika kepintaran di ukur dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Baik itu tepat waktu maupun tidak tepat waktu'.

Yakinkan dengan Iman,
Usahakan dengan Ilmu,
Sampaikan dengan Aman.
Yakin Usaha Sampai
YAKUSA

*Salam Hormat
Rambe Roisuddin, S.E*

ABSTRAK

PENGARUH REPUTASI ORGANISASI DAN KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPERCAYAAN MUZAKKI DI LAZISMU PEKANBARU

RAMBE ROISUDDIN ERY
152310128

Penelitian ini dilatar belakangi oleh masih rendahnya kepercayaan muzakki untuk membayar zakatnya, sehingga potensi zakat yang ada tidak terkumpul dengan maksimal. Reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami merupakan suatu bentuk untuk menimbulkan rasa kepercayaan terhadap muzakki. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan muzakki di LAZISMU Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan muzakki di LAZISMU Pekanbaru. Subjek penelitian ini adalah muzakki LAZISMU Pekanbaru. Sementara objek dalam penelitian ini adalah tingkat kepercayaan muzakki terhadap LAZISMU Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Sumber penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Teknis analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linieritas dan uji hipotesis. Hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan pernyataan yang wajar dan oleh karenanya diterima, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh karena itu harus ditolak. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan muzakki di lembaga amil zakat infak shadaqah muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru.

Kata Kunci : Reputasi Organisasi, Kualitas Pelayanan Islami, kepercayaan Muzakki

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL REPUTATION AND ISLAMIC SERVICE QUALITY ON *MUZAKKIS*' TRUST IN LAZISMU PEKANBARU

RAMBE ROISUDDIN ERY

152310128

This study is motivated by the low trust of *muzakkis* to pay their zakat, so that the existing zakat potential cannot be collected optimally. The organizational reputation and the Islamic service quality are components of creating a sense of trust among the *muzakkis* (the people who pay zakat). The problem formulation of this study is whether there is a significant influence of organizational reputation and Islamic service quality on *muzakkis*' trust in LAZISMU Pekanbaru. The aim of this study is to investigate and analyze the influence of organizational reputation and Islamic service quality on *muzakkis*' trust in LAZISMU Pekanbaru. The subject of this study is the *muzakkis* of LAZISMU Pekanbaru. While the object of this study is the level of *muzakkis*' trust in LAZISMU Pekanbaru. The type of this study is quantitative research. The data sources of this study consist of primary data and secondary data. The data collection techniques used are observation, interviews, questionnaires and documentation. The data analysis techniques used are the classical assumption test, validity test, reliability test, linearity regression test and hypothesis test. A hypothesis is an evidence-based procedure used to determine whether a hypothesis is a reasonable statement (accepted), or whether the hypothesis is unreasonable (rejected). The results of this study show that there is a significant influence of organizational reputation and Islamic service quality on the trust of muzakki in the Muhammadiyah amil zakat infaq shadaqah (LAZISMU) Pekanbaru.

Keywords: Organizational Reputation, Islamic Service Quality, Muzakki trust

الملخص

تأثير سمعة المنظمة وجودة الخدمات الإسلامية على ثقة المزمك في مؤسسة عامل الزكاة
والإنفاق والصدقة للمحمدية بياكنبارو

رامبي ريسوالدين إييري

١٥٢٣١٠١٢٨

خلفية هذا البحث لا تزال الثقة المنخفضة من المزمك لدفع الزكاة، حتى أن إمكانية الزكاة ليست جمعها على النحو الأمثل. سمعة المنظمة وجودة الخدمات الإسلامية هي شكل من أشكال خلق شعور بالثقة في المزمك. تتمثل صياغة المشكلة في هذا البحث فيما إذا كان هناك تأثير معنوي بين سمعة المنظمة وجودة الخدمة الإسلامية على معتقدات المزمك في مؤسسة عامل الزكاة والإنفاق والصدقة للمحمدية بياكنبارو. كان الغرض من هذا البحث هو تحديد وتحليل تأثير سمعة المنظمة وجودة الخدمة الإسلامية على معتقدات المزمك في مؤسسة عامل الزكاة والإنفاق والصدقة للمحمدية بياكنبارو. موضوع هذا البحث هو المزمك في مؤسسة عامل الزكاة والإنفاق والصدقة للمحمدية بياكنبارو. في حين أن الهدف من هذا البحث هو مستوى ثقة المزمك تجاه مؤسسة عامل الزكاة والإنفاق والصدقة للمحمدية بياكنبارو. نوع البحث المستخدم هو نوع من البحث الكمي. مصادر البحث المستخدمة في هذا البحث هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية. تقنيات جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظات، والمقابلات، والاستبيانات، والتوثيق. التحليل الفني للبيانات المستخدمة هو اختبار الافتراض الكلاسيكي واختبار الصلاحية واختبار الموثوقية واختبار الانحدار الخطي واختبار الفرضيات. الفرضية هي إجراء قائم على الأدلة يستخدم لتحديد ما إذا كانت الفرضية عبارة عن بيان معقول ومن ثم يتم قبولها، أو ما إذا كانت الفرضية غير معقولة وبالتالي يجب رفضها. نتائج هذا البحث أن هناك تأثير معنوي بين سمعة المنظمة وجودة الخدمات الإسلامية على ثقة المزمك في مؤسسة عامل الزكاة والإنفاق والصدقة للمحمدية بياكنبارو.

الكلمات الرئيسية: سمعة المنظمة، جودة الخدمات الإسلامية، ثقة المزمك

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selain itu shalawat dan salam juga kita bacakan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam jahiliyah menuju alam yang terang benerang dan penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Penulis bersyukur kepada Ilahi Rabbi yang telah membarikan rahmat dan hidayah-Nya yang sangat berlimpah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Reputasii Organisasi dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepercayaan Muzakki di Lembaga Amil Zakat Infak dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru”**.

Dalam proses penulisan skripsi ini tidak sedikit kendala yang penulis alami. Namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, Alhamdulillah kendala tersebut dapat penulis lalui. Oleh sebab itu dalam kesempatan kali ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua, Ayahanda tercinta Evendi Rambe dan Ibunda tersayang Dahlia Dalimunthe yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta do'a yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H,MCL, selaku Rektor Universitas Islam Riau.

3. Bapak Dr. Zulkifli, M.M, M.E,Sy, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau yang selalu memberikan bimbingan serta masukan dan nasehatnya.
4. Bapak Muhammad Arif, SE, MM, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
5. Bapak Zulfadli Hamzah, B.IFB, M.IFB, selaku Pembimbing Penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau yang telah memberikan wawasan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan sebaik-baik balasan atas segala bimbingan, bantuan, perhatian serta arahan yang telah ikhlas diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis meminta maaf dan penulis mengharapkan semoga nantinya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya khususnya bagi penulis.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, 10 Maret 2021

Penulis

Rambe Roisuddin Ery
NPM : 152310128

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Konsep Teori	14
1. Zakat	14
a. Pengertian Zakat	14
b. Dasar Hukum Zakat	15
c. Syarat Orang Yang Wajib Zakat	16
d. Jenis Harta Yang Wajib Di Zakati	17
e. Sasaran Zakat	20
f. Hikmah dan Manfaat Zakat	22
2. Reputasi Organisasi	23
a. Pengertian Reputasi Organisasi	23

b. Dasar Reputasi	25
c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Reputasi	31
d. Indikator Reputasi Organisasi	31
3. Kualitas Pelayanan Islami	33
a. Pengertian Kualitas Pelayanan Islami	33
b. Dimensi Kualitas Pelayanan Islami	35
c. Faktor-faktor Pelayanan	39
d. Pandangan Islam Mengenai Kualitas Pelayanan	40
4. Kepercayaan <i>Muzakki</i>	44
a. Pengertian Kepercayaan <i>Muzakki</i>	44
b. Model Kepercayaan <i>Muzakki</i>	45
B. Penelitian Relevan	48
C. Konsep Operasional	49
D. Kerangka Berfikir	50
E. Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Jenis Penelitian	53
B. Tempat dan Waktu Penelitian	53
C. Subjek dan Objek Penelitian	54
D. Populasi dan Sampel	55
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	56

1. Sumber Data	56
2. Teknik Pengumpulan Data	57
F. Teknik Analisis Data	57

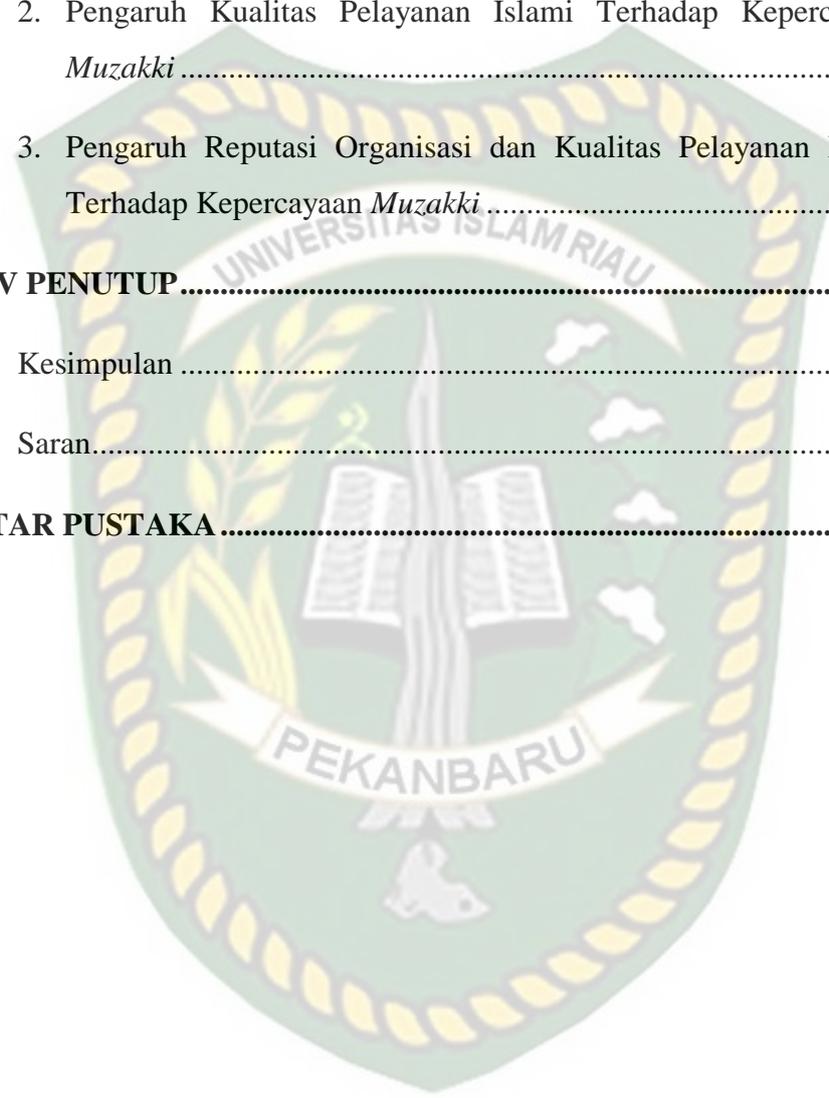
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 63

A. Gambaran Umum LAZISMU Pekanbaru	63
1. Sejarah dan Perkembangan LAZISMU Pekanbaru.....	63
2. Visi dan Misi Perusahaan	64
3. Fungsi dan Tujuan LAZISMU Pekanbaru	64
4. Program-program LAZISMU Pekanbaru	65
5. Struktur LAZISMU Pekanbaru	67
B. Deskripsi Temuan Penelitian	68
1. Karakteristik Responden	68
2. Identitas Responden	68
3. Deskripsi Variabel.....	70
4. Rekapitulasi Kuesioner	93
5. Uji Coba Penelitian	98
a. Uji Validitas	98
b. Uji Reliabilitas	101
6. Uji Asumsi Klasik	102
7. Pengujian Regresi Linier Berganda	106
8. Pengujian Hipotesis.....	107

C. Pembahasan.....	111
1. Pengaruh Reputasi Organisasi Terhadap Kepercayaan <i>Muzakki</i> ...	111
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepercayaan <i>Muzakki</i>	112
3. Pengaruh Reputasi Organisasi dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepercayaan <i>Muzakki</i>	113
BAB V PENUTUP	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	118

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Jumlah <i>Muzakki</i> LAZISMU Tahun 2017-2020	9
Tabel 2	: Variabel Penelitian, Defenisi dan Indikator	49
Tabel 3	: Waktu Pelaksanaan Penelitian	53
Tabel 4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 5	: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	69
Tabel 6	: Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 7	: Responden Yang Menyatakan LAZISMU Pekanbaru Memiliki Nama Yang Baik Di Kalangan Masyarakat/ <i>muzakki</i>	72
Tabel 8	: Responden Yang Menyatakan LAZISMU Pekanbaru Merupakan Lembaga Yang Di Percaya Masyarakat/ <i>muzakki</i> sejak lama.....	72
Tabel 9	: LAZISMU Pekanbaru Organisasi/lembaga Pengelolaan Bantuan Sosial Yang Membangun Kemandirian Masyarakat.....	73
Tabel 10	: Menyatakan LAZISMU Pekanbaru Selalu Membuat Lingkungan Kerja Nyaman	74
Tabel 11	: LAZISMU Pekanbaru Menggunakan Eika dan Praktek Sesuai Dengan Prinsip Syari'ah dan Etika	74
Tabel 12	: Responden yang menyatakan Karyawan LAZISMU Pekanbaru Memiliki Hubungan Yang Baik Dengan <i>Muzakki</i>	75
Tabel 13	: LAZISMU Pekanbaru Selalu Peduli Terhadap <i>Muzakki</i>	76
Tabel 14	: Produk LAZISMU Pekanbaru Tidak Dimiliki LAZ/BAZ Lain ...	76
Tabel 15	: LAZISMU Pekanbaru Memberikan Pelayanan Yang Baik.....	77
Tabel 16	: Pimpinan Memiliki Hubungan Baik	77
Tabel 17	: LAZISMU Pekanbaru Selalu Terdepan dan Melakukan Inovasi .	78
Tabel 18	: Kemudahan Akses dan Tempat Parkir.....	79
Tabel 19	: Kerapian Penampilan Karyawan LAZISMU Pekanbaru.....	79
Tabel 20	: Pelayanan Karyawan LAZISMU Pekanbaru Siap Menolong	80
Tabel 21	: Kecermatan Karyawan Dalam Melayani <i>Muzakki</i>	81
Tabel 22	: Karyawan Melakukan Pelayanan Dengan Cepat dan Cermat	81
Tabel 23	: Karyawan LAZISMU Siap Memenuhi Permintaan <i>Muzakki</i>	82

Tabel 24 : Karyawan Bersikap Sopan Kepada <i>Muzakki</i>	83
Tabel 25 : <i>Muzakki</i> Merasa Aman Ketika Bertransaksi.....	83
Tabel 26 : Karyawan Selalu Mendahulukan Kepentingan <i>Muzakki</i>	84
Tabel 27 : Karyawan Melayani Dengan Tidak Membeda-bedakan.....	84
Tabel 28 : LAZISMU Pekanbaru Sudah Sesuai Dengan Prinsip Islam.....	85
Tabel 29 : Produk dan Pelayanan Sudah Islami	86
Tabel 30 : Manajemen Dana Zakat Dikelola Secara Terbuka	86
Tabel 31 : LAZISMU Pekanbaru Selalu Memberikan Informasi.....	87
Tabel 32 : LAZISMU Pekanbaru Bersikap Jujur Memberikan Informasi.....	88
Tabel 33 : LAZISMU Menerapkan Kejujuran Setiap Pekerjaannya	88
Tabel 34 : LAZISMU Pekanbaru Berkompeten Dalam Mengelola Dana	89
Tabel 35 : LAZISMU Pekanbaru Bekerja Secara Profesional.....	90
Tabel 36 : LAZISMU Berjanji Melaksanakan Tugas Dengan Baik	90
Tabel 37 : LAZISMU Menghormati dan Menghargai Semua Kalangan.....	91
Tabel 38 : LAZISMU Pekanbaru Sering Menerima Penghargaan	92
Tabel 39 : LAZISMU Dapat Mempertanggung Jawabkan Pekerjaannya	92
Tabel 40 : Rekapitulasi Reputasi Organisasi LAZISMU Pekanbaru	93
Tabel 41 : Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Islami LAZISMU Pekanbaru ...	94
Tabel 42 : Rekapitulasi Kepercayaan <i>Muzakki</i> LAZISMU Pekanbaru	95
Tabel 43 : Hasil Uji Validitas.....	96
Tabel 44 : Hasil Uji Reliabilitas	102
Tabel 45 : Uji Multikolinieritas Coefficientsa	104
Tabel 46 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	106
Tabel 47 : Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Uji Simultan Dengan F-Test7 .	108
Tabel 48 : Hasil Pengujian (Uji t)	109
Tabel 49 : Hasil Pengujian Untuk Uji Koefisien Determinasi (R^2)	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kerangka Berpikir	50
Gambar 2 : Struktur LAZISMU Pekanbaru	67
Gambar 3 : Grafik Normal Probability P-Plot	103
Gambar 4 : Grafik Scatterplot.....	105



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu *sunnatullah* yang menjadi ketentuan Yang Maha Kuasa adalah perbedaan yang terdapat pada setiap diri manusia. Setiap orang yang hidup di dunia memiliki kondisi yang berbeda-beda dalam segala aspek mulai dari aspek ekonomi, budaya, sosial, dan kultur. Salah satu yang mudah terlihat adalah perbedaan dari segi ekonomi. Sebagai manusia ada yang menjadi orang kaya dan berada tetapi ada juga yang hidup miskin serta kekurangan. Namun di balik semua itu semua ada rahasia Allah SWT yang dapat membuat manusia menyadari bahwa dirinya bukanlah apa-apa. Selain itu, Allah SWT ingin menguji manusia apakah mampu mengoptimalkan segala potensi kebaikan yang diberikan kepadanya atau tidak. (Mujahidin, 2013)

Perbedaan yang ada malah sering menjadi masalah bagi manusia. Dalam kehidupan sehari-hari, sering timbul gejala-gejala akibat kesenjangan di antara manusia yang sulit untuk di kontrol. Salah satu ajaran Islam untuk mengatasi kesenjangan tersebut adalah zakat. Zakat yang menjadi salah satu tiang penyangga bagi tegaknya Islam serta menjadi kewajiban bagi pemeluknya membawa misi memperbaiki hubungan horizontal antara sesama manusia, sehingga pada akhirnya mampu mengurangi gejala akibat problematika kesenjangan dalam hidup. Selain itu zakat juga dapat memperkuat hubungan vertikal antara sesama manusia dengan Allah SWT.

Kewajiban zakat telah ada sejak masa pra Islam, yaitu sejak masa nabi-nabi terdahulu. Dalam Al-Qur'an diceritakan bahwa perintah zakat merupakan salah satu risalah Allah SWT kepada para rasul terdahulu yang wajib mereka sampaikan dan tunaikan kepada umatnya. Risalah Islam yang dibawa oleh Rasulullah Muhammad SAW meneruskan ajaran zakat yang pernah dibawa rasul-rasul sebelumnya. Disamping itu, Islam juga melakukan penyempurnaan terhadap kewajiban tersebut.

Pada tahun kedua setelah Hijrah, sedekah fitrah diwajibkan. Sedekah ini diwajibkan setiap bulan Ramadhan. Semua zakat adalah sedekah, sedangkan sedekah wajib disebut zakat. Zakat mulai diwajibkan pembayarannya pada tahun ke sembilan Hijrah. Dengan adanya perintah wajibnya ini mulai ditentukan para pegawai pengelolanya yang mana mereka tidak digaji secara resmi, tetapi mereka mendapatkan bayaran tertentu dari dana zakat.

Zakat berperan penting dalam kehidupan sosial, karena fungsi zakat sendiri adalah distribusi kekayaan agar perekonomian masyarakat lebih merata.

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang bercorak sosial ekonomi dari lima rukun Islam (Qardawi, 2007). Menunaikan zakat merupakan kewajiban bagi umat yang mampu sesuai dengan syariat Islam. Orang-orang Islam sangat mempercayai dan meyakini bahwa zakat merupakan salah satu dari pilar agama Islam yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan, kesejahteraan masyarakat, dan penanggulangan

kemiskinan. Kebanyakan orang Islampun berkeyakinan bahwa zakat mempunyai peran yang sangat penting dalam pemberdayaan ekonomi umat.

Pada tahun 2001, Presiden RI mengeluarkan Keputusan Nomor 8 Tahun 2001 tentang dibentuknya Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). BAZNAS memiliki misi yaitu : (1) meningkatkan kesadaran umat untuk berzakat; (2) mengarahkan masyarakat mencapai kesejahteraan baik fisik maupun non fisik melalui pendayagunaan zakat; (3) meningkatkan status *mustahiq* menjadi *muzakki* melalui pemulihan, peningkatan kualitas SDM, dan pembangunan ekonomi Masyarakat; (4) mengembangkan budaya “memberi lebih baik daripada menerima” dikalangan *mustahiq*; (5) mengembangkan manajemen yang amanah, profesional dan transparan dalam mengelola zakat; (6) menjangkau *muzakki* dan *mustahiq* seluas-luasnya; (7) memperkuat jaringan antar organisasi pengelola zakat.

Perhatian pemerintah terhadap sebuah organisasi pengelola zakat cukup besar. Setelah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999, pemerintah kembali mengeluarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 terdapat dua badan yang berhak untuk mengelola zakat, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ), dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Bagi kaum dhuafa, lembaga amil zakat ini dapat dijadikan sebagai perantara dalam hal peningkatan kesejahteraan kehidupan kaum dhuafa. Tujuan pengelolaan zakat menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 adalah meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan

kemiskinan. Agar tujuan tersebut dapat terlaksana maka lembaga amil zakat harus mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sehingga masyarakat akan membayarkan zakatnya melalui lembaga amil zakat.

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang di jalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan berikanlah yang berkualitas kepada orang lain. Selain itu, kita juga harus berperilaku lemah lembut kepada orang lain.(Rusby, 2018).

Kepercayaan adalah hal pertama yang harus dimiliki oleh setiap muslim, terutama dalam hal percaya terhadap seorang atau pihak yang mengurus kepentingan umat Islam. Kepercayaan sangat erat kaitannya dengan persepsi, menurut Astuti (2018) persepsi merupakan proses pengolahan mental secara sadar terhadap stimulus sensoris.

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Menurut Mayer et al (1995) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya. Kepercayaan merupakan faktor yang ikut mempengaruhi pandangan dan perilaku konsumen, sikap itu mempengaruhi kepercayaan, begitu juga kepercayaan itu mempengaruhi perilaku. Banyak faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen, diantaranya kemampuan penyedia

jasa untuk melakukan pelayanan, sikap moral penyedia jasa dalam melayani *muzakki*, serta hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan terhadap penyedia jasa itu sendiri, seperti reputasi dan prestasi penyedia jasa. (Rahman, 2002)

Namun, terkadang masyarakat masih sering meragukan atau kurang percaya terhadap sebuah lembaga amil zakat. Kurangnya kepercayaan dari *muzakki* terhadap lembaga amil zakat salah satunya diakibatkan oleh pandangan masyarakat atau *muzakki* mengenai transparansi dari lembaga amil zakat, ketidak mampuan lembaga amil zakat dalam mengelola dana zakat, serta ketidapauasan yang dirasakan oleh *muzakki*.

Reputasi dari sebuah lembaga amil zakat juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi seorang *muzakki* dalam hal membayarkan zakat. Sebuah lembaga amil zakat yang memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat akan memiliki daya tarik yang lebih dibandingkan dengan lembaga lain yang reputasinya kurang baik. Baik buruknya reputasi sebuah lembaga amil zakat tergantung bagaimana lembaga tersebut membangunnya.

Reputasi adalah akumulasi dari persepsi dan pendapat tentang organisasi dalam pemikiran *stakeholder* yang berbeda. Sebuah organisasi akan menikmati reputasi yang baik pada saat performa atau kinerjanya secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan dari para *stakeholder*. Reputasi merupakan indikator kinerja masa lalu dan prospek masa depan. Reputasi dibangun atas dasar prospek *stakeholder*. Persepsi tersebut dibangun setelah mereka membandingkan kinerja perusahaan dengan harapan-

harapannya(Firsan, 2011). Reputasi dapat dibangun berdasarkan dari berbagai atribut, diantaranya:

1. Membangun komunikasi yang baik dengan khalayak sasarnya
2. Sikap profesionalisme.
3. Mendapatkan kepercayaan publik.
4. Terus melakukan inovasi produk atau layanan terbaru.
5. Adanya tanggung jawab sosial dari perusahaan atau lembaga.
6. Memberikan layanan kualitas yang baik kepada konsumen.
7. Responsif terhadap *feedback* publik.

Sedangkan menurut Hana Dian Pratiwi (2013), menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara reputasi perusahaan terhadap tingkat kepercayaan konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat diketahui bahwa reputasi organisasi memiliki hubungan yang positif terhadap peningkatan kepercayaan donatur. Akan tetapi jika dibandingkan antar studi tersebut, maka dapat terlihat perbedaan bahwa hasil dari penelitian terkait pengaruh reputasi organisasi tersebut adalah berbeda, yaitu ada yang berpengaruh signifikan dan tidak berpengaruh sama sekali terhadap kepercayaan donatur. Dari perbedaan itulah dipandang penting untuk menguji kembali pengaruh reputasi terhadap kepercayaan *Muzakki*.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru. Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru

didirikan sebagai bentuk keprihatinan terhadap kondisi umat Islam yang terpuruk kedalam kemiskinan dan kebodohan. Filosofi yang sangat kuat mempengaruhi kinerja Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru adalah sebagaimana menjadikan *Mustahik* (fakir miskin) menjadi *Muzakki* (pemberi zakat). Zakat harus menjadi berdayaguna sehingga berangsur-angsur kemiskinan dapat dituntaskan.

LAZISMU Pekanbaru dikukuhkan oleh Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Pekanbaru pada tanggal 20 April 2011 dengan penerbitan SK No. 031/KEP/III.0/D/2011 sebagai perpanjangan tangan LAZISMU Pusat yang sudah meraih legalitas sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional dengan Menteri Agama No. 457 Tahun 2002 silam.

Lembaga amil zakat harus terbuka untuk dipandang oleh publik sebagai lembaga yang secara optimal mengelola dana yang terhimpun. Apabila lembaga amil zakat menerapkan sistem transparansi terhadap keuangan dan pengelolaan zakat serta reputasi yang baik, maka para *muzakki* merasa puas dan meningkatkan kepercayaan pada lembaga tersebut karena mereka tidak khawatir tentang dana yang mereka salurkan.

LAZISMU Pekanbaru merupakan lembaga amil zakat infak dan shadaqah yang memiliki reputasi cukup baik. Ini dibuktikan dari beberapa *Reward* yang didapat oleh LAZISMU Pekanbaru dari LAZISMU Nasional adalah :

1. LAZISMU Pekanbaru mendapatkan penghargaan kategori Pendistribusian dan Pendayagunaan Terbaik dengan program (Rumah

Singgah Pasien) yang bekerja sama dengan kelompok pengajian IDI (Ikatan Dokter Indonesia) Riau pada tahun 2018.

2. Lazismu Pekanbaru mendapatkan penghargaan Laporan Keuangan ZIS Terbaik di tahun 2018.

Dari beberapa penghargaan diatas dapat dilihat bahwa LAZISMU memiliki reputasi yang cukup baik, seharusnya dapat meningkatkan kepercayaan *muzakki* untuk menyalurkan zakat di LAZISMU Pekanbaru.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama Ketua BP LAZISMU Pekanbaru, bapak Hari Siyanto, SE, beliau menuturkan bahwa jumlah muzakki di LAZISMU Pekanbaru terus mengalami peningkatan, hal itu tentu tidak terlepas dari sosialisasi yang dilakukan LAZISMU kepada masyarakat tentang wajibnya zakat baik melalui ceramah agama, maupun media. Beliau juga menjelaskan bahwa LAZISMU juga obyektif tentang penyaluran zakat yang dititipkan para Muzakki. LAZISMU Pekanbaru juga memberikan laporan pertanggung jawaban kepada LAZISMU Pusat, selaku LAZISMU Nasional yang telah mendapatkan legalitas dari Menteri Agama Indonesia. Hal ini dilakukan agar kredibilitas LAZISMU Pekanbaru tetap terjaga dan kepercayaan *muzakki* meningkat kepada LAZISMU Pekanbaru. Berikut tabel jumlah *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru dari tahun 2017-2020 :

Tabel 1: Jumlah *Muzakki* Tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah
2017	339
2018	424
2019	455
2020	480

Sumber : LAZISMU Pekanbaru 2021

Dari data *muzakki* di atas dapat kita lihat bahwa peningkatan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru sejak tahun 2017 sampai dengan tahun 2020 tepatnya di bulan november mengalami fluktuatif, yang mana peningkatan *muzakki* terbesar hanya pada tahun 2017 ke tahun 2018. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat untuk menyalurkan zakatnya di LAZISMU Pekanbaru mengalami naik turun.

Alifahmi dalam bukunya meyebutkan reputasi merupakan penilaian jangka panjang yang dapat membuat seseorang menyimpulkan apakah sebuah organisasi dinilai baik atau buruk, hebat atau biasa, besar atau kecil, kuat atau lemah, sangat dihargai atau sebaliknya. Buah reputasi adalah nama baik dan akarnya kepercayaan. Tanpa kepercayaan tidak akan ada penghormatan. Jika sudah dipercaya maka nama baik pun dapat dengan mudah dimiliki.

Sebagai salah satu unsur terpenting dalam dunia bisnis, reputasi perusahaan merupakan indikator penting bagi keberhasilan perusahaan tersebut, ditambah lagi dengan pelayanan yang baik sehingga membuat konsumen merasa percaya dan nyaman terhadap organisasi tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti ingin meneliti dan mengkaji lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Reputasi Organisasi dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepercayaan *Muzakki* di Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru ?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan manfaat secara teoritis, bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya tentang pengaruh reputasi organisasi terhadap kepercayaan *Muzakki* . dan salah satu sumber informasi bagi semua pihak yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi LAZISMU Pekanbaru sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk memecahkan masalah yang dihadapi terutama

masalah pengaruh reputasi terhadap kepercayaan *Muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis akan mengemukakan landasan teori tentang konsep teori, penelitian yang relevan, konsep operasional, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian (jika diperlukan)

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan mengemukakan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengelolaan data, dan teknik analisis data (uji aumsi kalasik, uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, dan uji hipotesis).

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan mengemukakan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi temuan penelitian (jawaban perumusan masalah, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan mengemukakan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR KEPUSTAKAAN



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Teori

Teori merupakan serangkaian pernyataan sistematis yang bersifat abstrak tentang subjek tertentu. Subjek itu dapat berupa pemikiran pendapat, nilai-nilai, norma-norma, pranata-pranata sosial, peristiwa, dan perilaku manusia. Teori berfungsi sebagai eksplanasi (penjelasan), eksplorasi (penjelajah), prediksi (meramalkan), dan kontrol (pengendali).

1. Zakat

a. Pengertian Zakat

Zakat ditinjau dari segi bahasa berasal dari kata *zaka* artinya tumbuh, bersih, berkah dan baik. Secara etimologi (*lughoh*) zakat artinya suci, bersih, tumbuh dan berkah. Menurut terminologi (istilah) zakat adalah harta tertentu yang diberikan kepada orang tertentu, menurut syarat-syarat tertentu pula (Saleh, 2008). Adapun menurut istilah lain zakat adalah suatu bentuk ibadah kepada Allah dengan cara mengeluarkan kadar harta tertentu yang wajib dikeluarkan menurut syariat Islam dan diberikan kepada golongan atau pihak tertentu (Al-Utsmani, 2008).

Sedangkan menurut istilah fiqh zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah yang diserahkan kepada orang-orang yang berhak (Rofiq, 2004). Dengan demikian zakat adalah membersihkan diri seseorang dan hartanya. Sesudah mengeluarkan zakat seseorang telah suci dirinya dari penyakit kikir dan tamak,

hartanya juga telah bersih, karena tidak ada lagi hak orang lain pada hartanya itu.

Allah berfirman dalam surah At-Taubah : 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdo’alah untuk mereka. Sesungguhnya do’a kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka, dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.

b. Dasar Hukum Zakat

Zakat merupakan konsep ajaran islam yang berlandaskan Al-Qur;an dan Sunnah Rasul bahwa harta kekayaan yang dipunyai seseorang adalah *amanah* dari Allah dan berfungsi sosial. Dengan demikian, zakat adalah suatu kewajiban yang diperintahkan oleh Allah SWT. Dasar hukum zakat terdapat dalam Al-Qur;an dan Hadits antara lain :

1. Al-Qur’an Surat Al-Baqarah Ayat 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ﴿٤٣﴾

Artinya : “dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku’lah beserta orang-orang yang ruku”.

2. Al-Qur’an Surat Al-Baqarah Ayat 110

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ 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 pahalanya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha Melihat apa-apa yang kamu kerjakan”.

3. Al-Qur;an Surat Al-Mu'minin Ayat 1-4

قَدْ أَفْلَحَ الْمُؤْمِنُونَ ﴿١﴾ الَّذِينَ هُمْ فِي صَلَاتِهِمْ خَاشِعُونَ ﴿٢﴾
وَالَّذِينَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ ﴿٣﴾ وَالَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَاةِ فَاعِلُونَ ﴿٤﴾

Artinya : “Sesungguhnya beruntunglah orang-orang yang beriman (yaitu) orang-orang yang khusyu' dalam sembahyangnya, dan orang-orang yang menjauhkan diri dari (perbuatan dan perkataan) yang tiada berguna, dan orang-orang yang menunaikan zakat”.

4. Hadits yang diriwayatkan Bukhari. Yang mana artinya :

“Dari Abu Abbas r.a. bahwasanya Nabi SAW pernah mengutus Muada ke Yaman. Abu Abbas menyebutkan Hadits itu. Dan dalam Hadits itu beliau bersabda : Sesungguhnya Allah telah memfardhukan atas mereka sedekah (zakat) harta mereka yang di ambil dari orang-orang kaya di antara mereka dan dikembalikan atau dibagikan kepada orang-orang fakir diantara mereka”.

c. Syarat Orang Yang Wajib Berzakat

Bagi mereka yang tidak memenuhi syarat-syarat ditentukan oleh Islam, mereka tidak mempunyai kewajiban mengeluarkan zakat (Mahmud, 2006). Syarat-syarat yang telah ditentukan diantaranya :

1. Beragama Islam
2. Merdeka
3. Harta yang dimiliki sudah mencapai *nisab* dan mempunyai nilai lebih dari *nisab* tersebut jika dihitung, kecuali pada zakat binatang.
4. Kepemilikan penuh tidak termasuk harta piutang, jika harta yang dituangkan digabungkan dengan harta yang dirumah mencapai

nisab. Begitu juga binatang ternak yang diwakafkan dan harta dari pembagian untung pada *mudharabah* jika belum dibagikan.

5. Telah melewati *haul* (satu tahun), kecuali zakat pada tanaman. *Haul* hanya untuk mempermudah perhitungan. Ketika harta berkurang dari *nisab* atau ditukar menjadi jenis yang lain (kecuali emas dan perak) atau dijual sebagiannya, maka perhitungan pada *haul* terputus. Kecuali hal itu dilakukan untuk menghindari kewajiban zakat, maka kewajiban yang telah ditentukan tidak gugur, karena dia bermaksud untuk merusak kewajiban zakat.

d. Jenis Harta Yang Wajib Dizakati

Secara global, harta zakat terbagi menjadi dua yaitu pendapatan dan hasil bumi (Saleh, 2008), dalam salah satu firman Allah mengingatkan dalam surat Al-Baqarah ayat 267 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ
مِّنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ
تُغْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya, dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Adapun harta yang wajib dizakati itu ada enam jenis harta, diantaranya :

1. Emas dan perak

Emas dan perak merupakan tambang elok, Allah memberikan padanya banyak manfaat yang tidak terdapat pada aneka tambang lain lantaran kelangkaan dan keindahannya. Bangsa manusia telah menjadikannya uang dan nilai tukar bagi segala sesuatu sejak beberapa kurun waktu lalu.

Dari sisi inilah syariat memandang emas dan perak dengan pandangan tersendiri dan mengibaratkannya sebagai suatu kekayaan alam yang hidup, sehingga syariat Islam mewajibkan zakat keduanya.

2. Hewan ternak

Diantara hewan ternak yang wajib dizakati adalah unta, sapi/kerbau, dan kambing, karena jenis ini ditanakkan untuk tujuan pengembangan (*namma*) melalui susu dan anaknya, sehingga sudah sepantasnya dikenakan beban tanggungan. Sementara hewan lain seperti kuda, keledai, dan himar tidak dikenakan zakat sebab hanya dipergunakan sebagai perhiasan atau untuk dipergunakan tenaganya saja. Adapun syarat-syarat zakat ternak yaitu (Juanda, 2006) :

- a. Sampai *nisab* yaitu mencapai kuantitas tertentu yang ditetapkan hukum *syar'I*, jumlah minimal (*nisab*).

- b. Telah dimiliki satu tahun.
- c. Digembalakan, maksudnya adalah sengaja di urus sepanjang tahun dengan dimaksudkan untuk memperoleh susu, daging, dan hasil perkembangbiakannya.
- d. Tidak untuk dipekerjakan demi kepentingan pemiliknya, seperti untuk membajak, mengairi tanaman, alat transportasi dan sebagainya.

3. Hasil pertanian

Maksud hasil pertanian disini adalah hasil yang berupa buah-buahan atau tanaman yang bernilai ekonomi, seperti biji-bijian, umbi-umbian dan lain-lain.

4. Zakat harta perniagaan

Maksud harta perniagaan disini adalah segala sesuatu yang dapat diperjual belikan, tidak termasuk yang masih dipakai dan alat-alat keperluan perniagaan yang diperjual belikan.

5. *Rikaz* atau barang tambang

Rikaz adalah harta terpendam dari zaman dahulu atau bisa disebut harta karun. Termasuk di dalamnya harta yang ditemukan dan tidak ada yang mengaku sebagai pemiliknya.

6. Pendapatan

Zakat pendapatan memang tidak dikenal dalam keilmuan Islam, sedangkan hasil profesi yang berupa harta dapat dikategorikan kedalam zakat harta (simpanan/kekayaan). Demikian

hasil profesi seseorang apabila telah memenuhi ketentuan wajib zakat, maka wajib baginya untuk menunaikan zakat.

e. Sasaran zakat

Ada delapan kelompok (*ashnaf*) orang yang dinyatakan berhak menerima zakat (*mustahiq*). Sebagaimana Firman Allah dalam surat At-Taubah ayat 60 :

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

Artinya : “*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana*”.

1. Fakir adalah orang yang tidak memiliki harta untuk memenuhi kebutuhan pokoknya dan tidak mempunyai pekerjaan atau usaha untuk mencukupi kebutuhan hidupnya (Sari, 2007).
2. Miskin adalah orang yang tidak memiliki harta untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, namun ia mampu berusaha untuk mencari nafkah. Hanya saja pendapatannya tidak mencukupi kehidupan keluarganya bahkan kehidupannya sendiri.

3. *Amil* adalah orang yang mendapat tugas untuk mengurus zakat, mulai dari pengumpulan, penerimaan, pendistribusian, bahkan sampai pemberdayaan.
4. *Mualaf* berarti kelompok orang yang di anggap masih lemah imannya, karena baru masuk Islam. Menurut Masdar Farid Mas'udi (2010) bahwa *mualaf* pada masa sekarang adalah orang yang perlu disadarkan hatinya untuk kembali kepad fitrah kemanusiannya, fitrah yang slalu condong pada kebaikan dan menolak kejahatan.
5. *Riqab* artinya memerdekakan budak (Sari, 2007). Menurut Masdar Farid Mas'udi (2010) menyatakan bahwa *riqab* dalam masa sekarang adalah manusia yang tertindas oleh orang lain atau manusia yang menderita secara sosial ekonomi. Dalam hal ini dana zakat diberikan kepada *riqab* yaitu sama dengan dana untuk usaha pemerdakaan orang atau sekelompok orang yang sedang dalam keadaan tertindas dan kehilangan haknya untuk menentukan arah hidupnya sendiri. Contohnya mengentaskan buruh-buruh rendah dan buruh kasar dari belenggu majikan yang menjeratnya.
6. *Gharim* adalah orang-orang yang terlilit utang, ia tidak bisa atau tidak dapat keluar lagi dari lilitan utangnya kecuali dengan bantuan zakat. Misalnya mendamaikan perselisihan antara keluarga, memelihara persatuan umat, melayani kegiatan dakwah dan lain-lain.

7. *Sabilillah* berarti sekelompok orang yang melakukan kegiatan untuk kepentingan menegakkan jalan Allah. Atau dalam masa sekarang adalah kelompok yang menjaga kemaslahatan dan keadilan hidup yang meliputi kepentingan semua pihak. Menurut Imam Ahmad bin Hambal sebagai mana dikutip oleh KH. Saha Mahfud (1994) bahwa bagian zakat untuk *sabilillah* bisa digunakan untuk membangun madrasah, masjid, jembatan dan sarana umum lainnya.
8. *Ibnusabil* berarti orang yang kehabisan bekal dalam perjalanan bukan untuk tujuan maksiat, sehingga mereka tidak mampu meneruskan perjalanan kecuali dengan bantuan zakat (Sari, 2007).

f. Hikmah dan Manfaat Zakat

Zakat memiliki banyak arti dalam kehidupan umat manusia terutama umat Islam. Zakat banyak hikmahnya, baik yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan Tuhannya, maupun hubungan sosial kemasyarakatan diantara manusia (Sari, 2007).

1. Mensucikan diri dari kotoran dan dosa, memurnikan jiwa, menumbuhkan kahlak mulia menjadi murah hati, memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi, dan mengikis sifat bakhil (kikir), serta serakah sehingga dapat merasakan ketenangan batin, karena terbebas dari tuntutan Allah dan tuntutan kewajiban bermasyarakat.
2. Menolong membina dan menolong kaum yang lemah untuk memenuhi kebutuhan pokok hidupnya, sehingga mereka dapat melaksanakan kewajiban-kewajibannya terhadap Allah SWT.

3. Memberantas penyakit iri hati dan dengki yang biasanya muncul ketika melihat orang-orang disekitarnya penuh dengan kemewahan, sedangkan ia sendiri tak punya apa-apa dan tidak ada uluran tangan dari mereka (orang kaya) kepadanya.
4. Menuju sistem masyarakat Islam yang berdiri di atas prinsip umat yang satu (*ummatan wahidatan*), persamaan derajat, hak dan kewajiban (*musyawarah*), serta tanggung jawab bersama (*takaful ijtimaiyah*)
5. Mewujudkan keseimbangan dalam distribusi dan kepemilikan harta serta keseimbangan tanggung jawab individu dalam masyarakat.
6. Mewujudkan kesejahteraan masyarakat yang di tandai dengan adanya hubungan seorang dengan yang lainnya rukun, damai dan harmonis, sehingga terciptanya ketentraman dan kedamaian lahir dan batin.

2. Reputasi Organisasi

a. Pengertian Reputasi Organisasi

Reputasi pada dasarnya adalah nama baik. Menurut Gaotsi dan Wilson, reputasi adalah evaluasi semua *stakeholder* terhadap organisasi sepanjang waktu yang didasarkan atas pengalaman *stakeholder* tersebut dengan organisasi. Jika diperhatikan secara sekilas, reputasi mirip dengan citra. Namun citra pada umumnya berkenaan dengan pihak luar organisasi. Sedangkan reputasi adalah penilaian *stakeholder*, artinya pihak internal dan eksternal organisasi. Pandangan internal terhadap

organisasi merupakan identitas organisasi. Maka dalam reputasi organisasi terdapat paduan antara identitas dan citra organisasi (Yosal, 2005).

Menurut Millewicz, Herbig, dan Golden, pada dasarnya reputasi organisasi atau perusahaan merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, yaitu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan akan terus mengembangkan dirinya untuk terus mencapai hal-hal yang baru bagi pemenuhan kebutuhan konsumen. Disamping itu juga adanya integritas yang tinggi dari pihak penyedia jasa atas pelayanan terbaik, kemampuan dari penyedia jasa untuk menjalani kedekatan dengan konsumen agar perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan konsumen yang bermacam-macam (Fitriawati, 2001)

Sedangkan menurut Weiss, reputasi merupakan kepercayaan menyeluruh atau kepuasan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan atau organisasi diberi penghargaan tinggi dan terhormat (Pursetyaningsih, 2008). Bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan. Upaya pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, terutama merujuk adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (*brand image*), citra perusahaan (*company image*), reputasi merk (*brand reputation*), nama yang terbaik (*the best name*), pelayanan prima

(*service excelent*), dan semua yang berhubungan dengan kepuasan nasabah mendapatkan prioritas (Aziz, 2001)

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa reputasi adalah akumulasi dari persepsi dan pendapat tentang organisasi yang berada dalam pikiran *stakeholder*. Sebuah organisasi akan menikmati reputasi pada saat performa atau kinerjanya secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan dari *stakeholder*.

Lawrence mengemukakan persepsi seseorang terhadap organisasi didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang organisasi yang bersangkutan. Oleh karena itu, reputasi sebuah oerorganisasi yang sama dapat berbeda antara satu konsumen dengan konsumen lainnya. Seperti yang dikemukakan oleh Joe Marconi bahwa, orang-orang yang memandang satu benda yang sama dapat mempunyai persepsi yang berlainan terhadap benda itu.

b. Dasar Reputasi

Dasar reputasi dibentuk dari berbagai atribut, bahwa dasar dari reputasi adalah: *appeal, social responsibility, emotional financial performance, product and service, vision and leadership, and workplace environment*. Disamping itu ada beberapa faktor lain yang juga menjadi dasar reputasi seperti yang dijelaskan dibawah ini:

1. Komunikasi

Robert D. Ross menjelaskan bahwa komunikasi merupakan kegiatan yang penting bagi perusahaan dalam membangun reputasi

di mata publiknya. Dengan kata lain bahwa fungsi *Public Relation* salah satunya adalah membangun fungsi-fungsi manajemen komunikasi antara organisasi yang di wakilinya dengan khalayak sasarannya. Khususnya dalam membangun citra positif, menciptakan kepercayaan, dan membina hubungan baik dengan *stakeholder* (Firsan, 2011).

Dalam berbagai literatur tentang komunikasi Islam, banyak sekali ayat-ayat yang menjelaskan tentang kaidah-kaidah komunikasi, salah satunya ialah berkata lembut, sebagaimana yang telah di firmankan Allah SWT didalam surah Thaha ayat 44 sebagai berikut:

فَقُولَا لَهُ رِقُولًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat (takut).”

Dari ayat tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Qaulan Layyina* berarti pebicaraan yang lemah lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan sehingga dapat menyentuh hati, karena siapapun tidak suka mendengar orang yang berbicara kasar.

2. Sikap profesional

Banyak hadits-hadits Rasulullah SAW yang mengarahkan umat manusia agar beretos kerja yang tinggi dan mengarah kepada profesionalisme, diantaranya seperti hadits yang berbunyi sebagai berikut:

Artinya: “Dari Aisyah R.A., berkata: Rasulullah SAW bersabda: “*sesungguhnya Allah Mencintai seseorang yang apabila bekerja, ia mengerjakannya secara profesional*”. (HR. Thabrani, No. 891, Baihaqi, No: 334)

Profesionalisme adalah cara bekerja yang sangat didominasi oleh sikap, bukannya hanya daftar dari skill dan kompetensi yang dimiliki. Profesionalisme merupakan nilai atau norma yang di jadikan patokan apakah seseorang dapat bekerja dengan baik atau tidak.

3. Kepercayaan publik

Identitas dan citra perusahaan terbentuk oleh keseluruhan persepsi dari *stakeholders* yang sudah ada maupun yang potensial, seperti pelanggan, pemasok, karyawan, masyarakat umum, dan pemerintah. Dari beberapa *stakeholders* tersebut, karyawan merupakan *stakeholders* yang memegang peranan penting dalam suatu perusahaan. Karena karyawanlah yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan atau *stakeholders* yang lain, dimana mereka dapat menilai citra perusahaan dari apa yang mereka rasakan selama berinteraksi dengan karyawan suatu perusahaan. Kepercayaan didalam Islam disebut juga dengan *amanah* (dapat dipercaya). Sebagaimana firman Allah didalam surat an-Nisa' ayat 58 yang berbunyi :

يَأْتِيهَا النَّاسُ أَتَقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا
 زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ
 بِهِ ۖ وَالْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١١٠﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat*”.

Menurut kandungan ayat tersebut, *amanah* adalah sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain untuk dipelihara atau dikembalikan bila diminta oleh pemiliknya. Lawan kata dari *amanah* adalah khianat. Kata kepercayaan didalam ayat al-Qur’an, bercampur dengan beberapa ayat yang berhubungan dengan keimanan.

4. Inovasi produk

Peran produk dalam mendongkrak suatu perusahaan meliputi seluruh aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing perusahaan yang meliputi proses, produk, pasar, manajemen dan sebagainya.

Didalam Islam sendiri kita sering kali mendengar kata “*hijrah*”, menurut Dr. Arifin, M.Si, *hijrah* secara tekstual dimaknai sebagai berpindah. Sedangkan secara kontekstual *hijrah* dimaknai sebagai sebuah proses pembaruan hidup dalam segala aspek. Jadi, makna *hijrah* secara kontekstual menurutnya adalah inovasi. Didalam al-Qur’an banyak sekali ayat yang menjelaskan tentang *hijrah* ini,

diantaranya sebagaimana firman Allah SWT pada surah an-Nisa' ayat 100 sebagai berikut:

﴿ وَمَنْ يَهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الْأَرْضِ مُرَغْمًا كَثِيرًا وَسَعَةً وَمَنْ
تَخْرُجْ مِنْ بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكْهُ الْمَوْتُ فَقَدْ وَقَعَ
أَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴾

Artinya: “Barangsiapa berhijrah di jalan Allah, niscaya mereka mendapati di muka bumi ini tempat hijrah yang Luas dan rezki yang banyak. Barangsiapa keluar dari rumahnya dengan maksud berhijrah kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian kematian menimpanya (sebelum sampai ke tempat yang dituju), Maka sungguh telah tetap pahalanya di sisi Allah. dan adalah Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Implikasi ayat tersebut menjelaskan apabila manusia ingin mendapatkan karunia dari Allah SWT maka harus memiliki sikap mental dan perilaku untuk berinovasi.

5. Tanggung jawab sosial

Bagi para pelaku bisnis profesional, tanggung jawab sosial ini dikenal dengan istilah CSR (*Coorprate Social Responsibility*). Tanggung jawab sosial didalam Islam telah dijelaskan oleh Allah SWT didalam surah al-Baqarah ayat 177 sebagai berikut:

﴿ لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ
مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى
الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ
وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ

بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ
 وَأُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

Artinya: “bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa.”

Dari ayat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat ketimbang hanya sekedar melakukan shalat. Tanpa mengesampingkan shalat, al-Qur'an juga mengintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Dalam konteks ini, maka CSR dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami.

Istilah CSR (*Coorprate Social Responsibility*) pada konteks global mulai digunakan pada tahun 1970-an. Perusahaan yang baik tidak hanya berburu keuntungan, melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Melalui program CSR reputasi perusahaan terdongkrak dimata publiknya. Karena dengan program tersebut masyarakat dapat merasakan manfaat dari keberadaan perusahaan tersebut.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Reputasi

Sebagai aset organisasi, reputasi dapat meningkat dan dapat menurun yang disebabkan oleh faktor pendukung dan penghalang terbangunnya reputasi. Adapun faktor-faktor penghalang reputasi antara lain:

1. Kritik terhadap perusahaan atau produk yang dilakukan oleh media cetak atau penyiaran.
2. Perilaku yang tidak etis dari perusahaan.
3. Bencana yang menyebabkan terhentinya produksi.
4. Tuduhan atau putusan pengadilan.
5. Tuduhan dari kelompok-kelompok kepentingan atau pelanggan atas keamanan produk.
6. Tuduhan dari pejabat pemerintah atas keamanan produk.
7. Kritik atas perusahaan/ produk di internet.

Sedangkan faktor-faktor yang dapat menaikkan reputasi adalah:

1. Kemampuan berkomunikasi.
2. Inovasi.
3. Nilai sumber daya alam.

d. Indikator Reputasi Organisasi

Arif Supriyanto dalam penelitiannya menyebutkan bahwa ada 7 indikator reputasi, yaitu : kesan, tanggung jawab sosial, lingkungan kerja, etika, hubungan dengan konsumen, produk pelayanan, kepemimpinan dan inovasi (Warin, 2013).

1. Kesan, suatu hal yang sengaja diciptakan dari suatu objek orang atau organisasi.
2. Tanggung jawab sosial, organisasi yang membantu pengembangan masyarakat sekitar, yang masyarakat perlu perhatian dari organisasi dan agar menjadi perusahaan yang ramah lingkungan.
3. Hubungan dengan konsumen, reputasi dibangun untuk konsumen melalui selalu menjamin mutu produk atau jasa serta menjamin terlaksananya pelayanan prima yang diterima konsumen.
4. Lingkungan kerja, membina hubungan yang baik antar sesama rekan kerja, bawahan maupun atasan harus dilakukan karena kita saling membutuhkan. Hubungan kerja yang terbentuk sangat mempengaruhi psikologis karyawan dan membuat karyawan memiliki prestasi kerja yang akan baik bagi reputasi.
5. Etika, standar perilaku dan keputusan moral yang diaplikasikan pada praktek pemasaran.
6. Kepemimpinan dan inovasi, memegang peran yang sangat penting karena kepemimpinan itulah yang menggerakkan dan mengarahkan organisasi dalam mencapai tujuan. Inovasi merupakan suatu perubahan pada sekumpulan informasi yang berhubungan dan terkait dengan upaya meningkatkan sumber daya yang ada.
7. Produk dan layanan, produk segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Dan

produk juga diiringi dengan inovasi dan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen akan meningkatkan reputasi dimasyarakat.

Sedangkan Spector dalam Hana Dian Pratiwi (2013) mengemukakan enam indikator utama yang dapat digunakan untuk mengukur reputasi sebuah perusahaan. Keenam faktor tersebut adalah :

1. *Dynamic* (dinamis): menjadi pelopor, menarik perhatian, aktif, berorientasi pada tujuan.
2. *Cooperatif* (dapat bekerja sama dengan baik): ramah, disukai, membuat senang orang lain, memiliki hubungan baik dengan orang lain.
3. *Wise* (bijaksana): bijak, cerdas, persuasif, terorganisir dengan baik.
4. *Character* (berkarakter): etis, reputasi baik, terhormat.
5. *Succesful* (sukses): kinerja keuangan yang baik, percaya diri.
6. *Withdrawn* (mampu menahan diri): ketat, menjaga rahasia, hati-hati.

3. Kualitas Pelayanan Islami

a. Pengertian Kualitas Pelayanan Islami

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), kualitas di definisikan sebagai “tingkat baik buruknya sesuatu”. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas dapat diukur menjadi kebaikan yang relatif.

Menurut *American Society for Quality Control* “kualitas jasa adalah keseluruhan ciri serta sidat dari suatu produk atau pelayanan

yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat” (Kotler, 2007).

Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang dibutuhkan orang lain. Sedangkan menurut istilah, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung (Moenir, 2002).

Menurut Kotler (2002) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Atep Adya Brata (2003) mengatakan bahwa pelayanan (*service*) adalah singkatan yang mempunyai arti sebagai berikut :

1. S (*self awareness*) : Menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar memberikan pelayanan dengan cepat, benar dan akurat.
2. E (*euthusiasm*) : melaksanakan pelayanan penuh gairah.
3. R (*reform*) : Memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.
4. V (*value*) : Memberikan pelayanan yang mempunyai nilai tambah
5. I (*impressive*) : Menampilkan diri secara menarik tetapi tidak berlebihan.

6. C (*care*) : Memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan (nasabah) secara optimal.
7. E (*evaluation*) : Mengevaluasi pelaksanaan layanan yang sudah diberikan.

Menurut Lewis dan Booms definisi kualitas pelayanan (*service quality*) secara sederhana, yaitu pengukuran terhadap seberapa tinggi tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau lembaga sehingga mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono dkk, 2012). Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan apa yang telah diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan Islami adalah ukuran tinggi tingkat pelayanan suatu perusahaan atau lembaga sesuai dengan yang diharapkan dan dibutuhkan oleh pelanggan atau konsumen berdasarkan nilai-nilai Islam.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan Islami

Menurut Parasuraman dan Zeithaml & Berry kualitas pelayanan dapat diukur dari lima dimensi, yakni : *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan dan *emphaty* (empati) (Umar, 2000).

Sedangkan menurut Othman and Owen (2002). Kelima dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) tersebut apabila diterapkan di perusahaan atau lembaga syariah cenderung akan menilai hal-hal normatif, karena perusahaan atau lembaga syariah memiliki karakteristik lain dibandingkan perusahaan atau lembaga konvensional yaitu menerapkan prinsip syariah di dalam perusahaan atau lembanya. Maka untuk menutupi kelemahan yang ada ditambahkan satu dimensi lagi yaitu *Compliance with Islamic law* (kepatuhan terhadap hukum Islam) pada dimensi kualitas pelayanan yang diteliti sebelumnya oleh Parasuraman, yang kemudian lebih dikenal dengan dimensi CARTER.

1. *Compliance Of Islamic Law* (kepatuhan terhadap hukum Islam)

Merupakan kemampuan perusahaan agar sesuai dengan hukum Islam dan prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam. Kepatuhan syariah (*compliance*) secara operasional adalah kepatuhan kepada Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) karena Fatwa DSN merupakan perwujudan prinsip dan aturan syariah yang harus ditaati dalam lembaga keuangan syariah (Sutedi, 2009).

Sedangkan menurut Othmam dan Owen (2001). *Compliance* merupakan kemampuan suatu lembaga jasa keuangan syariah dalam memenuhi aturan hukum Islam serta beroperasi atau menjalankan bisnisnya dengan prinsip-prinsip syariah (Cahyani 2016).

Indikator *Compliance* dalam penelitian ini yakni :

- a. Sudah sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam.
- b. Tidak menarik atau memberikan bunga pada produk pembiayaan atau tabungan.
- c. Ketentuan produk dan layanan yang Islami.
- d. Busana para pegawai sudah sesuai syari'ah Islam.
- e. Ketentuan bagi hasil pada produk-produk investasi.

2. *Assurance* (kepercayaan) merupakan kemampuan menyampaikan pengetahuan (*knowledge*) dan kesopanan dari para karyawan serta kemampuan mereka untuk mneimbulkan rasa percaya (*trust*) dan yakin (*confidence*).

Indikator *assurance* dalam penelitian ini :

- a. Karyawan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
 - b. Kaeyawan memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan.
 - c. Karyawan memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.
3. *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan untuk menyampaikan pelayanan sesuai yang telah dijanjikan serta akurat.

Indikator dari komponen *reliability* dalam penelitian ini :

- a. Kecermatan karyawan dalam melayani pelanggan.
- b. Memiliki standar pelayanan yang jelas.

- c. Kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
- d. Keahlian karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

4. *Tangible* (berwujud) merupakan fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan dari para karyawan.

Indikator dari *tangible* adalah :

- a. Kerapian penampilan karyawan dalam melayani konsumen
- b. Kenyaman tempat dalam melakukan transaksi
- c. Kedisiplinan karyawan dalam melakukan pelayanan
- d. Teknologi sebagai alat bantu yang memadai.

5. *Empathy* (perhatian) merupakan sejauh mana tingkat pemahaman atau simpati (*caring*) serta perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya.

Indikator *empathy* dalam penelitian ini adalah :

- a. Mendahulukan kepentingan pelanggan
- b. Karyawan melayani dengan sikap ramah dan sopan santun
- c. Karyawan melayani dengan tidak diskriminatif (membedakan)
- d. Karyawan melayani dan menghargai setiap pelanggan.

6. *Responsiveness* (ketanggapan) merupakan kemampuan karyawan menyediakan suatu layanan dengan tepat waktu.

Indikator dari *responsiveness* adalah :

- a. Merespon setiap pelanggan atau pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
- b. Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat
- c. Karyawan melakukakn pelayanan dengan cermatsemua keluhan pelanggan direspon oleh karyawan.

c. Faktor-faktor Pelayanan

Faktor utama yang memengaruhi sukses tidaknya pelayanan adalah sumber daya manusianya. Artinya peranan manusia (karyawan dan pimpinan) yang melayani pelanggan merupakan faktor utama, karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka, sekalipun pelayanan dapat dilakukan dengan menggunakan mesin atau menggunakan sarana internet.

Pada dasarnya pelayanan yang diberikan oleh manusia dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Jumlah tenaga kerja
2. Kualitas tenaga kerja
3. Motivasi karyawan
4. Kepemimpinan
5. Budaya organisasi
6. Kesejahteraan karyawan
7. Lingkungan kerja dan faktor lainnya.

Kemudian faktor pendukung artinya faktor yang ikut mendorong dalam mempengaruhi pelayanan yaitu :

1. Sarana dan prasarana yang digunakan
2. Teknologi yang digunakan
3. *Lay out* gedung dan ruangan
4. Kualitas produk, serta faktor lainnya

d. Pandangan Islam Mengenai Kualitas Pelayanan

Memberikan pelayanan terbaik bagi umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Islam mengajarkan kepada umatnya apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang tau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, tidak diperbolehkan memberikan sesuatu yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ
مِّنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ
تُغْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa untuk menafkahkan atau menyedekahkan harta harus dengan cara yang baik. Baik itu dari

barangnya atau cara perolehannya. Dalam konsep pelayanan maka seseorang harus melayani dengan sikap dan cara-cara yang baik supaya mendapatkan keridhaan Allah SWT.

Berikut ini adalah beberapa adab dan etika bekerja dalam Islam Yaitu (Rafidah, 2014) :

1. *Ihsan*, yakni perbuatan seseorang untuk melakukan perbuatan ma'ruf dan menahan diri dari dosa. Dia mendermakan kebaikan kepada hamba Allah yang lainnya baik melalui hartanya, kehormatannya, ilmunya maupun raganya. Salah satu bentuk *ihsan* yang paling utama adalah berbuat baik kepada orang yang berbuat jelek kepada kita, baik dengan ucapan maupun perbuatannya.
2. *Itqan*, secara bahasa berarti mengerjakan sesuatu dengan sempurna. Namun dalam beberapa hal, *itqan* juga sering diartikan melampaui target. Dalam marketing, *itqan* bisa diartikan dengan penjualan produk minimal mencapai targetnya atau bahkan melampaui targetnya. *Itqan* dalam bekerja adalah bagaimana pekerjaan yang dilakukan seseorang tuntas, selesai, rapi, dan tidak menimbulkan permasalahan lainnya.
3. *Taysir*, dalam memberikan pelayanan orang muslim juga harus memperhatikan aspek mempermudah orang lain, dalam proses mencari rezki orang tersebut.

4. *Samahah*, kata *samahah* sendiri secara bahasa memiliki arti longgar, toleransi, membuat orang lain senang. Sehingga seorang pebisnis yang baik, ia akan memudahkan dan menyenangkan orang lain ketika bertransaksi dengannya.
5. *Ash-Shidiq*, (kejujuran), kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh manusia dalam berbagai segi kehidupan termasuk dalam bermuamalah, kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan pentingnya perkataan yang benar sehingga dapat dijadikan pegangan. Dengan demikian kejujuran merupakan nilai moral yang mendasar untuk menggapai ridha Allah dalam praktek kegiatan syariah.

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan menurut pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antaranya (Arifin, 2009) :

1. Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat dan tidak pula pernah ingkar jani. Hal ini senada dengan Al-Qur'an Surat Asy-Syu'ara ayat 181-183 :

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ وَزِنُوا

بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿۱۸۲﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا

تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿۱۸۳﴾

Artinya : “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu

- merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela dimuka bumi dengan membuar kerusakan”.*
2. Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
 3. Tidak menipu (*Al-Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
 4. Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
 5. Melayanai dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh rasa tanggung jawab.
 6. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga ketika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum waktunya habis.

Abdalla Hanafy fan Hamid Salam, masing-masing adalah guru besar marketing dan *International Business* di *St. Cloud State University* dan guru besar *Business Administration* di *Mankata State*

University, merumuskan etika pelayanan Islami sebagai berikut (Karim, 2001) :

1. Etika untuk selalu menyampaikan yang benar
2. Etika untuk selalu dapat dipercaya
3. Etika untuk selalu mengerjakan semua dengan ikhlas
4. Etika persaudaraan
5. Etika ilmu pengetahuan dan
6. Etika keadilan

Jadi siapapun dia, bila melaksanakan etika bisnis niscaya akan meraih sukses dalam bisnisnya. Sebaliknya, walaupun ia seorang muslim dan berbisnis berlabel Islam, namun meninggalkan etika bisnis, niscaya ia sulit mengembangkan bisnisnya.

4. Kepercayaan *Muzakki*

a. Pengertian Kepercayaan *Muzakki*

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan kita pada suatu produk atau atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi dari pembelajaran dan pengalaman (Taufiq, 2005).

Kepercayaan adalah ekspektasi atau pengharapan positif bahwa orang lain tidak akan melalui kata-kata, tindakan, dan kebijakan bertindak secara oportunistik. Dua unsur penting dari definisi kita

adalah bahwa kepercayaan menyiratkan familiaritas dan risiko. Dibutuhkan waktu untuk membentuk kepercayaan, dibangun bertahap, dan terakumulasi.

Kepercayaan merupakan penilaian atas kredibilitas pihak yang akan dipercaya atas kemampuan pihak yang akan dipercaya dalam menyelesaikan kewajiban-kewajibannya. Sedangkan kepuasan adalah suatu ungkapan yang bernada positif yang berasal dari penilaian semua aspek hubungan kerjasama antara pihak satu dengan pihak lain.

b. Model Kepercayaan

Model kepercayaan organisasional memiliki kecenderungan untuk percaya (*propensity to trust*). Kecenderungan dianggap sebagai keinginan untuk mempercayai orang lain. Kecenderungan dapat mempengaruhi banyaknya kepercayaan yang dimiliki seseorang untuk dapat dipercaya. Untuk membangun sebuah kepercayaan diperlukan tujuh *core values*, yaitu sebagai berikut :

1. Keterbukaan

Keterbukaan menunjukkan pada tindakan yang memungkinkan suatu persoalan menjadi jelas, mudah dipahami dan tidak disangsikan lagi kebenarannya. Oleh karena itu diperlukan keterbukaan antara kedua belah pihak agar keduanya dapat saling percaya antara satu sama lain.

2. Kejujuran

Kejujuran merupakan pangkal dari kepercayaan, ini dimaksudkan untuk menghindari kecurangan yang dapat merugikan orang lain. Jadi kepercayaan itu merupakan imbas dari adanya kejujuran. Jujur itu sendiri adalah berkata atau memberikan suatu informasi secara benar yang sesuai dengan kenyataan.

3. Integritas

Integritas adalah keselarasan antara niat, pikiran, perkataan dan perbuatan. Dalam prosesnya, berjanji akan melaksanakan tugas secara bersih, transparan, dan profesional dalam arti akan mengerahkan segala kemampuan dan sumber daya secara optimal untuk memberikan hasil kerja terbaik. Orang yang berintegritas tinggi mempunyai sikap yang tulus, jujur, berperilaku konsisten serta berpegang teguh pada prinsip kebenaran untuk menjalankan apa yang dikatakan secara bertanggung jawab.

4. Kompeten

Kompeten adalah kemampuan untuk melaksanakan tugas atau peran dalam membangun pengetahuan dan keterampilan berdasarkan pengalaman dan pembelajaran. Yakni sebagai syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas dibidang pekerjaan tertentu.

5. *Sharing*

Sharing adalah sebuah ungkapan dan pengakuan diri terhadap orang lain yang berfungsi sebagai sesuatu untuk meringankan sebuah

masalah. *Sharing* merupakan elemen penting dalam membangun sebuah kepercayaan karena memiliki manfaat psikologis dalam membentuk hubungan yang lebih baik antara satu sama lain.

6. Penghargaan

Untuk mendorong sebuah kepercayaan maka harus terdapat respek saling menghargai satu sama lain.

7. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan dorongan psikologis sosial seseorang untuk mempertanggungjawabkan sesuatu yang telah dikerjakan untuk orang lain (Wibowo, 2006).

Kepercayaan terhadap lembaga zakat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan atau minat muzakki untuk menggunakan lembaga zakat dalam penyaluran zakatnya terhadap mustahiq zakat karena muzakki yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan. Disamping akan menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap masyarakat, dana zakat yang terkumpul dan tersalurkan akan semakin meningkat dan optimal dalam pemanfaatannya. Dengan demikian masyarakat akan berminat dan berkeinginan berzakat pada lembaga amil zakat apabila mereka percaya pada lembaga zakat.

B. Penelitian Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fery Setiawan yang berjudul “Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat *Muzakki* dalam membayar Zakat Profesi”. Hasil penelitian ini dapat diperoleh suatu kesimpulan bahwa untuk model variabel religiusitas, kepercayaan dan minat dalam penelitian ini mampu menerangkan 40,2% variasi minat muzakki dalam membayar zakat profesi melalui lembaga amil zakat.

Persamaan peneliti terdahulu dengan yang saya teliti saat ini adalah terletak pada reputasi dan kepercayaan muzakki terhadap lembaga amil zakat (LAZ).

2. Penelitian yang relevan telah dilakukan oleh Azy Athoillah Yazid dengan judul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat *Muzakki* Dalam Menunaikan Zakat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan Minat *Muzakki* dalam menunaikan Zakat di suatu Lembaga Amil Zakat (LAZ) perlu memperhatikan variabel kualitas layanan, religiusitas dan citra lembaga.

Persamaan penelitian ini dengan yang saya teliti adalah butuhnya suatu citra lembaga yang baik sehingga menimbulkan minat terhadap *Muzakki* untuk menunaikan Zakat.

C. Konsep Operasional

Tabel 2: Variabel Penelitian, Defenisi dan Indikator

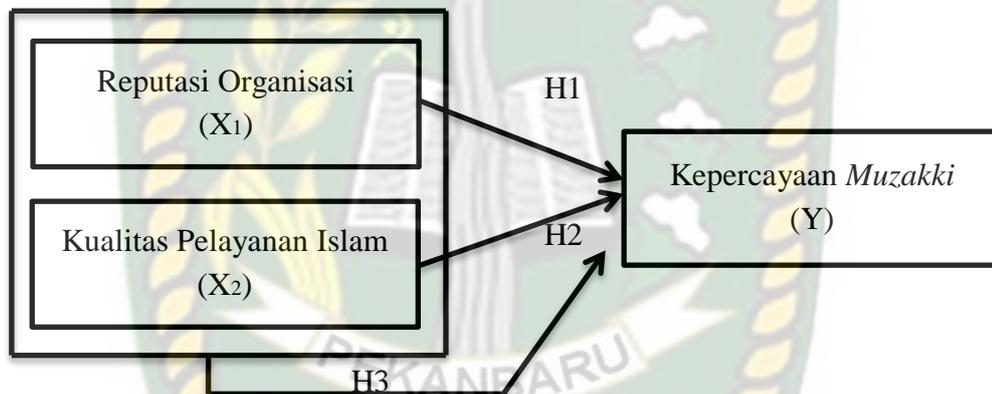
NO	VARIABEL	DEFENISI	INDIKATOR
1.	Reputasi Organisasi (X ₁)	Evaluasi semua <i>stakeholder</i> terhadap organisasi sepanjang waktu yang didasarkan atas pengalaman <i>stakeholder</i> tersebut dengan organisasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesan 2. Tanggung Jawab Sosial 3. Lingkungan Kerja 4. Etika 5. Hubungan dengan Konsumen 6. Produk dan Pelayanan 7. Kepemimpinan dan Inovasi
2.	Kualitas Pelayanan Islami (X ₂)	Menurut peneliti yaitu ukuran tinggi tingkat pelayanan suatu perusahaan atau lembaga untuk memberikan sesuatu sesuai dengan apa yang diharapkan dan dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah sesuai dengan nilai-nilai Islam	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>ComplianceOf Islamic Law</i> (kepatuhan terhadap hukum Islam) 2. <i>Assurance</i> (kepastian) 3. <i>Reliability</i> (kehandalan) 4. <i>Tangible</i> (berwujud) 5. <i>Empathy</i> (perhatian) 6. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan)
3.	Kepercayaan <i>Muzakki</i> (Y)	Kecendrungan yang ada pada diri seseorang untuk percaya terhadap organisasi pengelolaan zakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbukaan 2. Kejujuran 3. Kompeten 4. Integritas 5. <i>Sharing</i> 6. Penghargaan 7. Akuntabilitas

Sumber : Olahan Data 2021

D. Kerangka Berpikir

Ditinjau dari jenis hubungan variabel, maka disini termasuk hubungan sebab akibat yaitu suatu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya sehingga variabel bebas (*Independent Variabel*) adalah Reputasi Organisasi (X_1), Kualitas Pelayanan Islam (X_2). Sedangkan variabel terikat (*Dependent Variabel*) adalah Kepercayaan *Muzakki* (Y) dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Berpikir

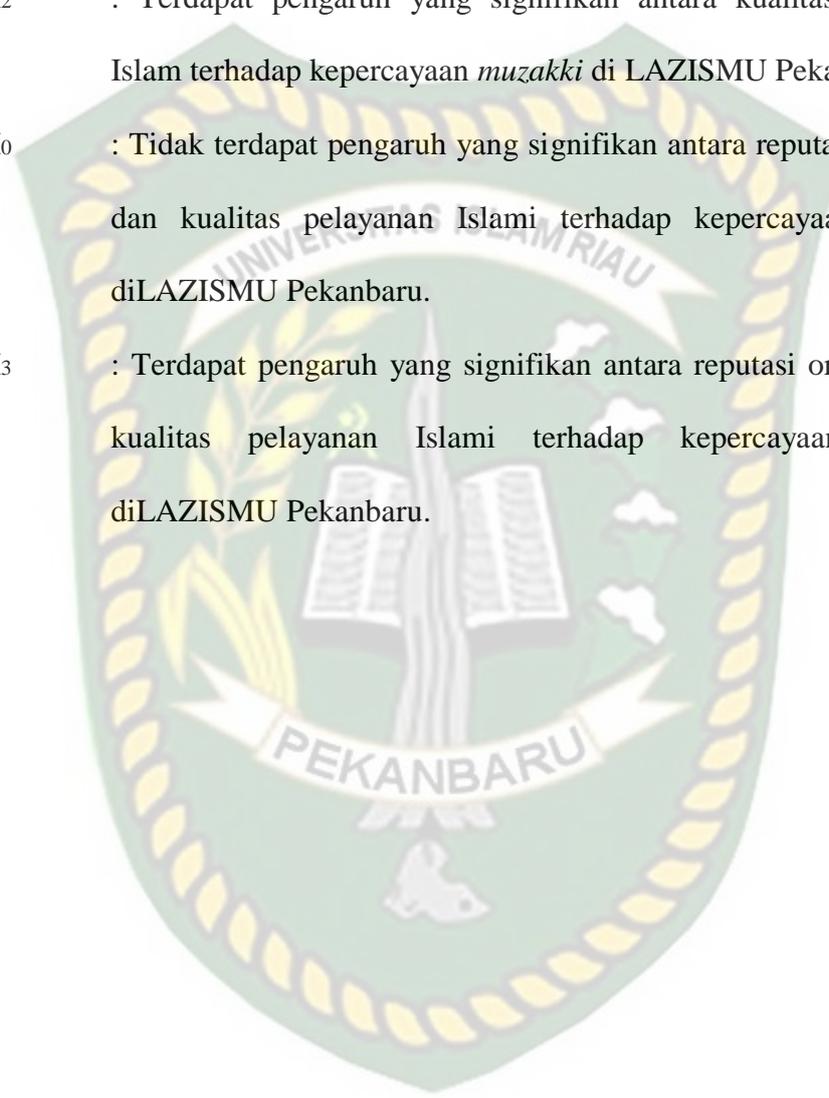


E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru
- H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru

- H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Islam terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru
- H₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Islam terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru
- H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.
- H₃ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini ialah menggunakan pendekatan penelitian Kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Adapun masalah yang diteliti ialah Pengaruh Reputasi Organisasi dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepercayaan *Muzakki* di Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru dengan variabel independent Reputasi Organisasi (X_1) Kualitas Pelayanan Islami (X_2) terhadap variabel dependent (yang dipengaruhi) Kepercayaan *Muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini adalah Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) yang beralamat di Jl. Tambusai No. 72 M, Jadirejo, Kec. Sukajadi, Kota Pekanbaru, Riau 28121.

2. Waktu Waktu Penelitian

Tabel 3: Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Jenis kegiatan	Bulan																
		Tahun																
		Desember				Januari				Februari				Maret				
		2022				2020				2020				2021				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Masa Persiapan																	
2	Pengumpulan Data																	
3	Pengolahan Analisis Data																	
4	Penulisan Laporan																	

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat dalam penelitian yaitu pegawai dan jumlah *muzakki* yang tercatat di Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru.

2. Objek

Objek dalam penelitian ini adalah tingkat kepercayaan *muzakki* terhadap Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam suatu penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan. Dengan adanya populasi dan sampel maka peneliti dapat layak diteliti. Adapun pembahasan mengenai populasi dan sampel sebagai berikut :

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah *Muzakki* Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru tahun 2020 yang berjumlah sebanyak 480 *Muzakki*.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan peneliti. Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode *Slovin* sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampe, karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 480 *Muzakki*.

Rumus Slovin

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus *Slovin*, maka besarnya penarikan jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{480}{(480)(0,1)^2 + 1} = 82,75862$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, sampel di berjumlah 82,75862 dan dibulatkan menjadi 83 *muzakki*.

E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a). Data Premier

Yaitu data utama yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian di Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammdiyah (LAZISMU) Pekanbaru, yaitu karyawan dan *muzakki*.

b). Data Sekunder

Data pendukung bagi peneliti, yaitu data yang penulis peroleh dari buku-buku, karya tulis ilmiah, serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Yaitu penulis melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian.

b. Wawancara

Yaitu penulis melakukan tanya jawab langsung dengan narasumber atau responden untuk memperoleh informasi sesuai dengan data yang diperlukan.

c. Angket

Yaitu dengan cara membuat pertanyaan yang berhubungan dengan keperluan untuk memperoleh informasi sesuai dengan keperluan penelitian, dengan berbagai alternatif pilihan jawaban.

d. Dokumentasi

Yaitu berupa laporan data dari pihak Lembaga Amil Zakat seperti data jumlah donatur, daftar pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada *muzakki*.

F. Teknik Analisi Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik dilakukan untuk menganalisis asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan regresi. Penelitian ini menggunakan tiga pengujian asumsi klasik, yakni uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah suatu populasi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau yang mendekati normal. Suatu data dikatakan berdistribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik.

Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak dapat menggunakan beberapa cara, yakni sebagai berikut :

1. Uji Kolmogorof-Smimov

Nilai kolmogorof smimov digunakan untuk mengetahui distribusi normal data, yaitu apabila signifikan $> 0,05$ maka data terdistribusi secara normal. Sebaliknya apabila signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal.

2. Uji P-P Plot

Uji normalitas data dengan p-p plot dapat dikatakan normal jika gambar titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi pada model regresi dengan lebih dari satu variabel independen dimana terjadi korelasi yang kuat antara variabel independennya. Pada uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan dengan variabel bebas lainnya dalam satu model. Pada penelitian ini, pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *Variance*

Inflation Faktor (VIF) antara variabel independen yang dilihat pada matriks korelasi. Jika nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji, sebaliknya jika nilai VIF $> 10,00$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

c. Uji Heteroskidastisitas

Uji heteroskidastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Asumsi heteroskidastisitas yaitu apabila *variance* dari faktor pengganggu selalu sama pada data pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain. Jika pada ciri ini terpenuhi maka variansi faktor pengganggu pada kelompok data tersebut bersifat heteroskidastisitas. Sebaliknya, jika asumsi itu tidak dapat dipenuhi, maka dapat dikatakan terjadi penyimpangan. Penyimpangan terhadap faktor pengganggu demikian disebut heteroskidastisitas. Model regresi yang baik adalah heteroskidastisitas dan tidak terjadi heteroskidastisitas.

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Biasanya syarat minimum suatu kuesioner untuk memenuhi validitas adalah jika r bernilai minimal 0,5. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung $\geq r$ tabel. Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi rank spearman*.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha $>0,60$. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan $> 0,8$ adalah baik.

4. Uji Regresi Linearitas

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yang terdiri dari: reputasi organisasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepercayaan *Muzakki*. Dengan persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Rumus :

$$Y = a+b_1.X_1+b_2.X_2+e \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

Y = Kepercayaan *Muzakki*

A = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien arah regresi linear

X_1 = Reputasi Organisasi

X₂ = Kualitas Pelayanan

5. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karenanya diterima, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh karena itu harus ditolak.

a. Uji t

Uji t adalah suatu uji hipotesis terhadap koefisien regresi parsial yang digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara individu terhadap variabel terikatnya.

1. Apabila t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya masing-masing variabel reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.
2. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya masing-masing variabel reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami berpengaruh terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menentukan signifikan atau tidaknya suatu variabel bebas secara bersama-sama (simultan) dalam mempengaruhi variabel terikatnya. Uji F dapat dilakukan dengan melihat cara menghitung nilai F tabel dan F hitung, jika F hitung $>$ F tabel maka H_0

ditolak, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima atau dengan melihat nilai probabilitas, jika angka signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak, jika angka signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

G. Gambaran Umum LAZISMU Pekanbaru

1. Sejarah dan Perkembangan LAZISMU Pekanbaru

Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru didirikan sebagai bentuk keperihatinan terhadap kondisi umat Islam yang terpuruk ke dalam kemiskinan dan kebodohan. Sepertinya umat Islam tidak bisa bangkit dalam hidupnya padahal jika kita mau sungguh-sungguh menjadikan Islam sebagai pegangan hidup maka masalah-masalah itu dapat diatasi. Solusinya adalah dengan mengoptimalkan zakat untuk mengentaskan kemiskinan, jika semua itu dikelola secara profesional. Filosofi yang sangat kuat mempengaruhi kinerja Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru adalah sebagaimana menjadikan *mustahik* (fakir miskin) menjadi *muzakki* (pemberi zakat). Zakat harus bisa menjadi berdayaguna sehingga berangsur-angsur kemiskinan dapat dituntaskan.

LAZISMU Pekanbaru merupakan lembaga nirlaba yang berkhidmat mengangkat harkat dan martabat sesial kaum dhuafa' dengan donasi masyarakat yang terdiri atas zakat, infak, shadaqah, wakaf dan dana lainnya yang halal dan legal, baik yang berasal dari perorangan dan kelompok, maupun perusahaan dan lembaga. LAZISMU Pekanbaru dikukuhkan oleh Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Pekanbaru pada tanggal 20 April 2011 dengan penerbitan SK No. 031/KEP/III.0/D/2001

sebagai perpanjangan tangan LAZISMU Pusat yang sudah meraih legalitas sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional dengan SK Menteri Agama No. 457 Tahun 2002 silam. *Starting Action* LAZISMU Pekanbaru terhitung mulai bulan Mei 2011.

2. Visi dan Misi Perusahaan

- a. Visi LAZISMU Pekanbaru adalah MENJADI Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah (LAZISMU) yang amanah, profesional dan transparan.
- b. Misi LAZISMU Pekanbaru adalah :
 - 1) Optimalisasi kualitas pengelolaan ZIS yang amanah, profesional dan transparan.
 - 2) Optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif dan produktif.
 - 3) Optimalisasi pelayanan muzakki dan mustahiq.

3. Fungsi dan Tugas LAZISMU Pekanbaru

LAZISMU Pekanbaru merupakan suatu lembaga yang berfungsi sebagai mediator antara orang yang berlebih hartanya dan orang yang kurang mampu. Dalam mekanisme kerjanya, LAZISMU Pekanbaru memiliki beberapa fasilitas dan sasaran yaitu :

- 1) Fasilitas
 - a) Pembayaran zakat secara tunai.
 - b) Pembayaran ZIS via transfer dan ATM.
 - c) Pembayaran ZISM via QR CODE.

d) Fasilitas jemput zakat

2) Sasaran Zakat

LAZISMU Pekanbaru memberikan zakat kepada delapan *asnaf* yang berhak menertima zakat, yaitu *fakir*, miskin, *amil mualaf*, hamba sahaya, *gharim*, *fisabilillah* dan *ibnu sabil*.

3) Wilayah Penyaluran Zakat

Yang menjadi wilayah penyaluran dana zakat LAZISMU Pekanbaru adalah kota pekanbaru dan sekitarnya.

4. Program-program LAZISMU Pekanbaru

a. Program Pendidikan

- Beasiswa Mentari
- Pembinaan Anak Usia Hebat
- Pondok Tahfiz Qur'an
- *School Kits*
- Bantuan Pendidikan
- *Save Our School*

b. Program kesehatan

- Rumah Singgah Pasien

RSP Umum, Jl. Sarwo Edi/Suka Terus No. 7 RT. 03, RW. 08, Kel. Suka Mulya, Kec. Sail, Pekanbaru dan RSP Perinasia, Jl. Wonosari No. 18 Kel. Tangkerang Selatan, Kec. Bukit Raya, Pekanbaru.

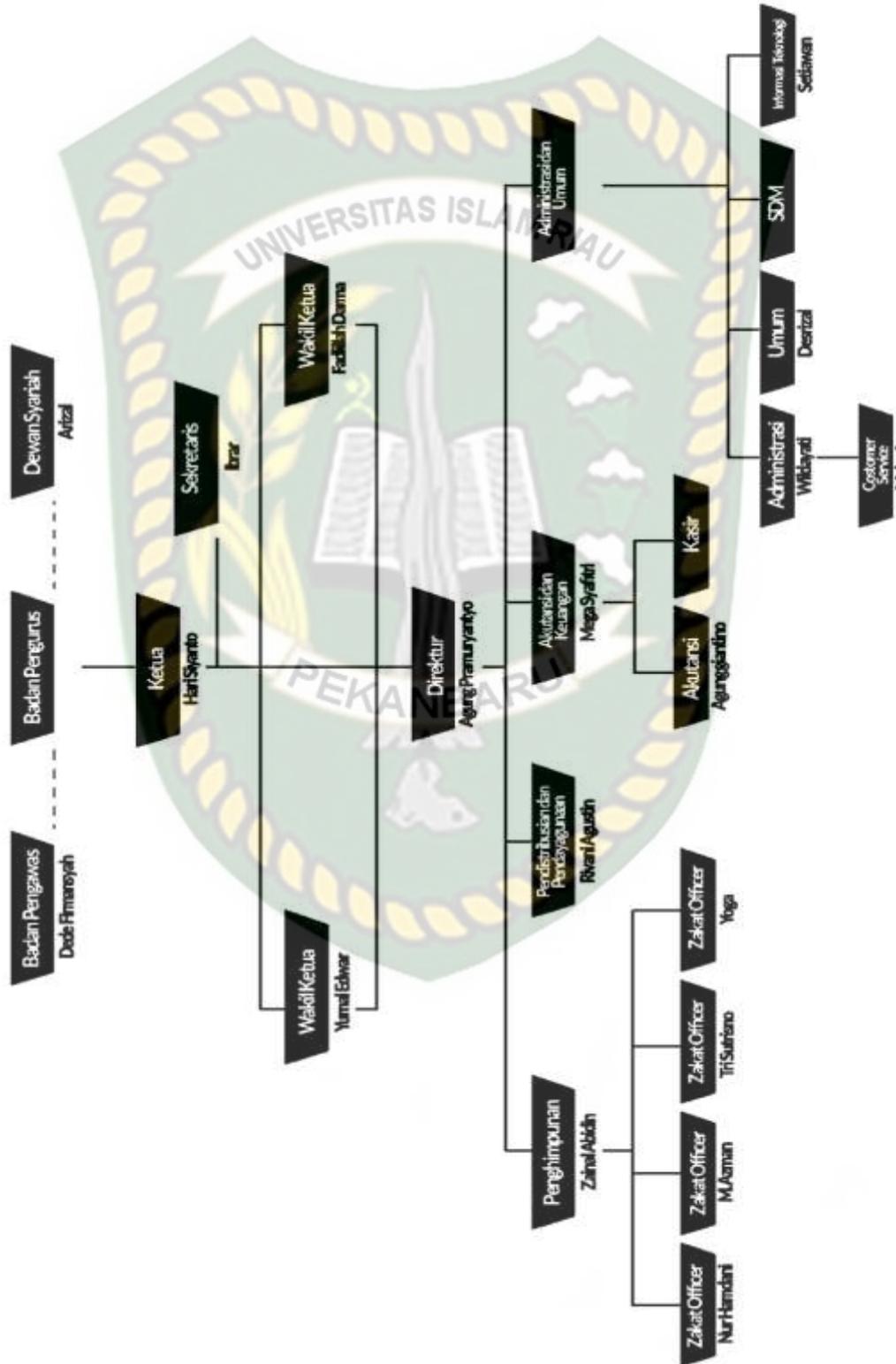
- *Ambulance* peduli

- Bantuan Kesehatan
- Khitanan Massal
- Pengobatan Gratis
- c. Program Ekonomi
 - Bantuan Modal Usaha
 - Bantuan Sarana Produktif
 - Pembinaan dan Pendampingan Usaha
 - Pelatihan dan Motivasi Kewirausahaan
- d. Program Dakwah
 - Dakwah Daerah Pinggiran
 - *Bilal Jananiz*
 - Kajian Zhuhur dan Umum
 - Pembinaan Tahsin dan Tahfidz
- e. Program Sosial Kemanusiaan
 - Bantuan *Mualaf*
 - *Ibnu Sabil*
 - *Fi Sabilillah*
 - Bantuan Bencana
- f. *Event*
 - *Ramadhan*
 - *Qurban*

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5. Struktur LAZISMU Pekanbaru

Gambar 2. Struktur LAZISMU Pekanbaru



H. Deskripsi Temuan Penelitian

1. Karakteristik Responden

Di bab ini akan dijelaskan data yang diperoleh dari angket yang disebarkan kepada responden. Data yang diperoleh merujuk kepada pembahasan penelitian, apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki*, dan bagaimanakah reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami di LAZISMU Pekanbaru menurut *muzakki*.

Data yang diperoleh dengan penyebaran angket kepada *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru, dimana angket yang disebarkan sebanyak 83 angket, sesuai dengan jumlah responden yang dihitung menggunakan metode *slovin*, lalu disajikan dalam bentuk tabel, tabel ini akan memuat frekuensi jawaban responden beserta persentasenya. Kemudian selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan penghitungan menggunakan SPSS.

2. Identitas Responden

Pengolahan data karakteristik responden dalam penelitian ini dapat menjelaskan gambaran umum *muzakki* LAZISMU Pekanbaru dengan jumlah responden 83 orang. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur, dan pekerjaan *muzakki*.

a. Jenis Kelamin Responden

Sebaran responden yang terdiri dari laki-laki dan perempuan dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	56	67%
2	Perempuan	27	33%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Hasil Penelitian 2021

Data dari tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa responden terdiri dari 83 *muzakki*. Sebagian besar responden adalah laki-laki dengan uraian 56 orang atau 67% dan sisanya adalah perempuan dengan uraian 27 orang atau 33%.

b. Umur Responden

Umur responden berada pada rentang dibawah 30 tahun hingga di atas 50 tahun dengan sebaran yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah	Presentase
1	<30 Tahun	13	16%
2	30 – 40 Tahun	21	25%
3	40 – 50 Tahun	33	40%
4	>50 Tahun	16	19%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Hasil Penelitian 2021

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa jumlah responden terdiri dari 83 *muzakki*. Responden yang berumur <30 tahun berjumlah 13 orang atau 16%, umur 30-40 tahun berjumlah 21 orang atau 25%, umur 40-50 tahun berjumlah 33 orang atau 40%, dan yang berumur >50 tahun berjumlah 16 orang atau 19%. Hal ini memberi gambaran bahwa

sebagian besar *muzakki* LAZISMU Pekanbaru berada pada rentang umur 40-50 tahun.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 6 : Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Dokter	7	8%
2	Pegawai Swasta	13	16%
3	PNS	26	32%
4	Polisi	9	11%
5	TNI	7	8%
6	Wiraswasta	11	13%
7	Lain-lain	10	12%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Hasil Penelitian 2021

Data dari tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa responden terdiri dari 83 orang *muzakki*. Responden dengan pekerjaan sebagai Dokter berjumlah 7 orang atau 8%, Pegawai Swasta berjumlah 13 orang atau 16%, PNS berjumlah 26 orang atau 32%, Polisi berjumlah 9 orang atau 11%, TNI berjumlah 7 orang atau 8%, Wiraswasta berjumlah 11 orang atau 13%, dan lain-lain berjumlah 10 orang atau 12%. Hal ini memberikan gambaran bahwa *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru sebagian besar didominasi oleh *muzakki* dengan pekerjaan sebagai PNS.

3. Deskripsi Variabel

a. Respon *Muzakki* terhadap Reputasi Organisasi dan Kualitas Pelayanan Islami LAZISMU Pekanbaru

Angket yang telah disebar sebanyak 83 angket, telah diisi dan dikembalikan secara keseluruhan. Angket yang disebar merupakan

angket tertutup, dimana didalam angket memiliki 33 pertanyaan, dimana setiap pertanyaan berisi 5 pilihan alternatif jawaban, dan dibagi dalam 3 kategori yaitu :

1. 11 pertanyaan digunakan untuk mengukur raputasi organisasi (X_1)
2. 12 peetanyaan digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan islami (X_2)
3. 10 pertanyaan digunakan untuk mengukur kepercayaan *muzakki* (Y)

Data dari angket disajikan dalam bentuk tabel, tabel ini dimuat frekuensi jawaban responden serta presentasenya. Untuk memudahkan dalam bentuk presentase penulis menggunakan rumus dalam pengolahan angket. Adapun rumus yang dipergunakan adalah sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Dimana : P = Presentase

F = Frekuensi

N = Jumlah nilai keseluruhan

1. Variabel Reputasi Organisasi (X_1)

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel reputasi organisasi dilihat berdasarkan tabel berikut :

Tabel 7 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru memiliki nama yang baik di kalangan masyarakat/muzakki

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	48	58%
2	Setuju	23	28%
3	Netral	9	11%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru memiliki nama yang baik di kalangan masyarakat/muzakki menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 48 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 58% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 23 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 28% menyatakan setuju.

Tabel 8 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru merupakan lembaga yang dipercaya masyarakat/muzakki sejak lama

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	41	50%
2	Setuju	33	40%
3	Netral	7	8%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru merupakan lembaga yang dipercaya

masyarakat/*muzakki* sejak lama menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 41 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 50% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 33 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 40% menyatakan setuju.

Tabel 9 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru organisasi/lembaga pengelolaan bantuan sosial yang membangun kemandirian masyarakat

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	25	30%
2	Setuju	44	53%
3	Netral	10	12%
4	Tidak Setuju	4	5%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru organisasi/lembaga pengelolaan bantuan sosial yang membangun kemandirian masyarakat menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 44 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 53% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 25 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 30% menyatakan setuju.

Tabel 10 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru selalu membuat lingkungan kerja nyaman, baik untuk donatur maupun karyawan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	49	59%
2	Setuju	16	19%
3	Netral	17	21%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		83	100%

Sumber : Olahan Data 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru selalu membuat lingkungan kerjanya nyaman, baik untuk donatur maupun karyawan menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 49 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 59% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 3 (tiga), yaitu sebanyak 17 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 21% menyatakan netral.

Tabel 11 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru dalam mengenalkan zakat kepada masyarakat menggunakan etika dan praktek sesuai dengan prinsip syari'ah dan etika

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	38	46%
2	Setuju	33	40%
3	Netral	12	14%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru dalam mengenalkan zakat kepada masyarakat menggunakan etika dan praktek sesuai dengan prinsip syari'ah dan etika menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 38 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 46% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 33 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 40% menyatakan setuju.

Tabel 12 : Responden yang menyatakan Karyawan LAZISMU Pekanbaru memiliki hubungan yang baik dengan muzakki

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	32	38%
2	Setuju	43	52%
3	Netral	8	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan Karyawan LAZISMU Pekanbaru memiliki hubungan yang baik dengan muzakki menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 43 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 52% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 32 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 38% menyatakan sangat setuju.

Tabel 13 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru selalu peduli terhadap donatur/muzakki

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	35	42%
2	Setuju	37	45%
3	Netral	7	8%
4	Tidak Setuju	3	4%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru selalu peduli terhadap donatur/muzakki menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 37 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 45% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 35 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 42% menyatakan sangat setuju.

Tabel 14 : Responden yang menyatakan Produk yang ada di LAZISMU Pekanbaru ada yang tidak dimiliki BAZ/LAZ lain

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	40	49%
2	Setuju	29	35%
3	Netral	11	13%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan produk yang ada di LAZISMU Pekanbaru ada yang tidak dimiliki BAZ/LAZ lain menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu

sebanyak 40 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 49% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 29 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 35% menyatakan setuju.

Tabel 15 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru memberikan pelayanan yang memuaskan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	49	59%
2	Setuju	19	23%
3	Netral	13	16%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru memberikan pelayanan yang memuaskan menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 49 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 59% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 19 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 23% menyatakan setuju.

Tabel 16 : Responden yang menyatakan Pemimpin memiliki hubungan baik dengan karyawan dan muzakki

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	33	40%
2	Setuju	39	47%
3	Netral	10	12%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan pemimpin memiliki hubungan baik dengan karyawan dan *muzakki* menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 39 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 47% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 33 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 40% menyatakan sangat setuju.

Tabel 17 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru selalu terdepan dan selalu melakukan inovasi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	30	36%
2	Setuju	30	36%
3	Netral	15	18%
4	Tidak Setuju	7	9%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru selalu terdepan dan selalu melakukan inovasi menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 30 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 36% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 30 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 36% menyatakan setuju.

2. Variabel Kualitas Pelayan Islami (X₂)

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel kualitas pelayanan Islami dilihat berdasarkan tabel berikut :

Tabel 18 : Responden yang menyatakan Kemudahan akses dan tempat parkir

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	44	53%
2	Setuju	33	40%
3	Netral	4	5%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan kemudahan akses dan tempat parkir menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 44 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 53% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 33 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 40% menyatakan setuju.

Tabel 19 : Responden yang menyatakan Kerapian penampilan karyawan LAZISMU Pekanbaru

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	40	48%
2	Setuju	32	39%
3	Netral	10	12%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan kerapian penampilan karyawan LAZISMU Pekanbaru menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 40 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 48% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 32 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 39% menyatakan setuju.

Tabel 20 : Responden yang menyatakan Pelayanan karyawan LAZISMU Pekanbaru yang selalu siap menolong

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	52	63%
2	Setuju	23	27%
3	Netral	8	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan pelayanan karyawan LAZISMU Pekanbaru yang selalu siap menolong menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 52 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 63% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 23 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 27% menyatakan setuju.

Tabel 21 : Responden yang menyatakan Kecermatan karyawan dalam melayani muzakki

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	33	40%
2	Setuju	43	52%
3	Netral	6	7%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan kecermatan karyawan dalam melayani muzakki menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 43 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 52% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 33 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 40% menyatakan sangat setuju.

Tabel 22 : Responden yang menyatakan Karyawan LAZISMU Pekanbaru melakukan pelayanan dengan cepat dan cermat

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	28	34%
2	Setuju	44	53%
3	Netral	9	11%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan karyawan LAZISMU melakukan pelayanan dengan cepat dan cermat menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 44 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 53% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 28 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 34% menyatakan sangat setuju.

Tabel 23 : Responden yang menyatakan Karyawan LAZISMU Pekanbaru siap dalam memenuhi permintaan muzakki

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	36	43%
2	Setuju	27	33%
3	Netral	19	23%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan karyawan LAZISMU Pekanbaru siap dalam memenuhi permintaan muzakki menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 36 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 43% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 27 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 33% menyatakan setuju.

Tabel 24 : Responden yang menyatakan Karyawan bersikap sopan kepada muzakki

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	39	47%
2	Setuju	32	39%
3	Netral	12	14%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan karyawan bersikap sopan kepada muzakki menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 39 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 47% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 32 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 39% menyatakan setuju.

Tabel 25 : Responden yang menyatakan Muzakki merasa aman ketika bertransaksi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	33	40%
2	Setuju	39	47%
3	Netral	11	13%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan muzakki merasa aman ketika bertransaksi menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 39 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 47% menyatakan setuju. Proporsi

tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 33 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 40% menyatakan sangat setuju.

Tabel 26 : Responden yang menyatakan Karyawan selalu mendahulukan kepentingan *muzakki*

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	44	53%
2	Setuju	31	37%
3	Netral	7	9%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan karyawan selalu mendahulukan kepentingan *muzakki* menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 44 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 53% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 31 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 37% menyatakan setuju.

Tabel 27 : Responden yang menyatakan Karyawan melayani dengan tidak membeda-bedakan *muzakki*

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	38	46%
2	Setuju	36	43%
3	Netral	8	10%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan karyawan melayani dengan tidak membeda-bedakan *muzakki* menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 38 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 46% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 36 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 43% menyatakan setuju.

Tabel 28 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	38	46%
2	Setuju	40	48%
3	Netral	3	4%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru sudah sesuai dengan prinsip Islam menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 40 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 48% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 38 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 46% menyatakan sangat setuju.

Tabel 29 : Responden yang menyatakan Produk dan pelayanan di LAZISMU Pekanbaru sudah Islami

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	42	50%
2	Setuju	32	39%
3	Netral	8	10%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan produk dan pelayanan di LAZISMU Pekanbaru sudah Islami menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 42 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 50% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 32 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 39% menyatakan setuju.

3. Variabel Kepercayaan *Muzakki* (Y)

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel kepercayaan *muzakki* dilihat berdasarkan tabel berikut :

Tabel 30 : Responden yang menyatakan Manajemen dana zakat di LAZISMU Pekanbaru dikelola secara terbuka/transparan kepada masyarakat luas, terutama kepada *Muzakki*

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	35	42%
2	Setuju	26	31%
3	Netral	16	19%
4	Tidak Setuju	4	5%

5	Sangat Tidak Setuju	2	3%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan manajemen dana zakat di LAZISMU Pekanbaru dikelola secara terbuka/transparan kepada masyarakat luas, terutama kepada *muzakki* menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 35 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 42% menyatakan sangat setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 26 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 31% menyatakan setuju.

Tabel 31 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru selalu memberi informasi yang dibutuhkan jika ada pertanyaan tentang zakat dari *Muzakki*

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	22	27%
2	Setuju	30	36%
3	Netral	26	31%
4	Tidak Setuju	4	5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru selalu memberi informasi yang dibutuhkan menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 30 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 36% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 3

(empat), yaitu sebanyak 26 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 31% menyatakan netral.

Tabel 32 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru bersikap jujur dalam memberikan segala informasi/berita kepada Muzakki

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	23%
2	Setuju	37	45%
3	Netral	17	20%
4	Tidak Setuju	10	12%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru bersikap jujur dalam memberikan informasi menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 37 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 45% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 19 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 23% menyatakan sangat setuju.

Tabel 33 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru selalu menerapkan kejujuran di setiap pekerjaannya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	23%
2	Setuju	10	12%
3	Netral	37	45%
4	Tidak Setuju	17	20%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru selalu menerapkan kejujuran di dalam pekerjaanya menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 3 (tiga), yaitu sebanyak 37 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 45% menyatakan netral. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 19 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 23% menyatakan sangat setuju.

Tabel 34 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru berkompeten dalam mengelola dana zakat, infak, dan shadaqah yang masuk dan di isi oleh orang-orang berkompeten dibidangnya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	22%
2	Setuju	17	20%
3	Netral	39	47%
4	Tidak Setuju	9	11%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru berkompeten dalam mengelola dana zakat, infak, dan shadaqah yang masuk dan di isi oleh orang-orang berkompeten dibidangnya menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 3 (tiga), yaitu sebanyak 39 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 47% menyatakan netral. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu

sebanyak 18 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 22% menyatakan sangat setuju.

Tabel 35 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru bekerja secara profesional terhadap masyarakat/muzakki

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	22%
2	Setuju	24	27%
3	Netral	26	31%
4	Tidak Setuju	15	20%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru bekerja secara profesional menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 3 (tiga), yaitu sebanyak 26 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 31% menyatakan netral. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 24 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 27% menyatakan setuju.

Tabel 36 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru berjanji melaksanakan tugas secara baik dan bersih

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	22	27%
2	Setuju	35	42%
3	Netral	20	24%
4	Tidak Setuju	5	6%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru berjanji melaksanakan tugas dengan baik dan bersih menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 35 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 42% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 22 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 27% menyatakan sangat setuju.

Tabel 37 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru menghormati dan menghargai semua kalangan/semua pihak baik itu para *Muzakki* maupun kepada masyarakat/*muzakki* yang membutuhkan informasi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	25	30%
2	Setuju	42	51%
3	Netral	9	11%
4	Tidak Setuju	5	6%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan Lazismu Pekanbaru menghormati dan menghargai semua pihak menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 42 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 51% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 25 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 30% menyatakan sangat setuju.

Tabel 38 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru sering menerima penghargaan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	27	33%
2	Setuju	34	40%
3	Netral	18	22%
4	Tidak Setuju	4	5%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru sering menerima penghargaan menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 34 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 40% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 27 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 33% menyatakan sangat setuju.

Tabel 39 : Responden yang menyatakan LAZISMU Pekanbaru dapat mempertanggung jawabkan kinerjanya secara Vertikal (Tuhan) maupun horizontal (masyarakat) secara umum

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	28	34%
2	Setuju	39	47%
3	Netral	11	13%
4	Tidak Setuju	3	4%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		83	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban responden terhadap pernyataan LAZISMU Pekanbaru dapat mempertanggung jawabkan kinerjanya secara Vertikal (Tuhan) maupun horizontal (masyarakat) secara umum menunjukkan proporsi tertinggi pada skor 4 (empat), yaitu sebanyak 39 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 47% menyatakan setuju. Proporsi tertinggi kedua terdapat pada skor 5 (lima), yaitu sebanyak 28 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 34% menyatakan sangat setuju.

4. Rekapitulasi Kuesioner

a. Reputasi Organisasi

Deskripsi tanggapan dari 83 orang responden yang telah mengisi kuesioner mengenai reputasi organisasi LAZISMU Pekanbaru dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 40 : Rekapitulasi tentang Reputasi Organisasi LAZISMU Pekanbaru

NO ITEM	SS		S		N		TS		TST	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	48	58%	23	28%	9	11%	1	1%	2	2%
2	41	50%	33	40%	7	8%	2	2%	0	0%
3	25	30%	44	53%	10	12%	4	5%	0	0%
4	49	59%	16	19%	17	21%	0	0%	1	1%
5	38	46%	33	40%	12	14%	0	0%	0	0%
6	32	39%	43	52%	8	10%	0	0%	0	0%
7	35	42%	37	45%	7	8%	3	4%	1	1%
8	40	49%	29	35%	11	13%	2	2%	1	1%
9	49	59%	19	23%	13	16%	2	2%	0	0%
10	33	40%	39	47%	10	12%	0	0%	1	1%
11	30	36%	30	36%	15	18%	7	9%	1	1%
Jumlah	420		346		119		21		7	

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban berdasarkan tabel 40 diatas dapat diketahui bahwa distribusi jawaban responden setelah diberi skor masing-masing untuk indikator, menunjukkan proporsi tertinggi adalah pada kreteria jawaban “sangat setuju” sebesar 420, proporsi kedua pada kreteria jawaban “setuju” sebesar 346, proporsi ketiga pada kreteria jawaban “netral” sebesar 119, proporsi keempat pada kreteria jawaban “tidak setuju” sebesar 21 dan proposi terendah pada kreteria jawaban “sangat tidak setuju” sebesar 7.

b. Kualitas Pelayanan Islami

Deskripsi tanggapan dari 83 orang responden yang telah mengisi kesioner mengenai kualitas pelayanan Islami LAZISMU Pekanbaru dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 41 : Rekapitulasi tentang Kualitas Pelayanan Islami LAZISMU Pekanbaru

NO ITEM	SS		S		N		TS		TST	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	44	53%	33	40%	4	5%	2	2%	0	0%
2	40	48%	32	39%	10	12%	1	1%	0	0%
3	52	63%	23	27%	8	10%	0	0%	0	0%
4	33	40%	43	52%	6	7%	1	1%	0	0%
5	28	34%	44	53%	9	11%	2	2%	0	0%
6	36	43%	27	33%	19	23%	0	0%	1	1%
7	39	47%	32	39%	12	14%	0	0%	0	0%
8	33	40%	39	47%	11	13%	0	0%	0	0%
9	44	53%	31	37%	7	9%	1	1%	0	0%
10	38	46%	36	43%	8	10%	1	1%	0	0%
11	38	46%	40	48%	3	4%	1	1%	1	0%
12	42	50%	32	39%	8	10%	1	1%	0	1%
Jumlah	467		412		105		10		2	

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban berdasarkan tabel 41 diatas dapat diketahui bahwa distribusi jawaban responden setelah diberi skor masing-masing untuk indikator, menunjukkan proporsi tertinggi adalah pada kreteria jawaban “sangat setuju” sebesar 467, proporsi kedua pada kreteria jawaban “setuju” sebesar 412, proporsi ketiga pada kreteria jawaban “netral” sebesar 105, proporsi keempat pada kreteria jawaban “tidak setuju” sebesar 10 dan proposi terendah pada kreteria jawaban “sangat tidak setuju” sebesar 2.

c. Kepercayaan Muzakki

. Deskripsi tanggapan dari 83 orang responden yang telah mengisi kesioner mengenai kepercayaan *muzakki* LAZISMU Pekanbaru dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 42 : Rekapitulasi tentang Kepercayaan Muzakki LAZISMU Pekanbaru

NO ITEM	SS		S		N		TS		TST	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	35	42%	26	31%	16	19%	4	5%	2	2%
2	22	27%	30	36%	26	31%	4	5%	1	1%
3	19	23%	37	45%	17	20%	10	12%	0	0%
4	19	23%	10	12%	37	45%	17	20%	0	0%
5	18	22%	17	20%	39	47%	9	11%	0	0%
6	18	22%	24	27%	26	31%	15	20%	0	0%
7	22	27%	35	42%	20	24%	5	6%	1	1%
8	25	30%	42	51%	9	11%	5	6%	2	2%
9	27	33%	34	40%	18	22%	4	5%	0	0%
10	28	34%	39	47%	11	13%	3	4%	2	2%
Jumlah	233		294		219		76		8	

Sumber : Data Olahan 2021

Jawaban berdasarkan tabel 42 diatas dapat diketahui bahwa distribusi jawaban responden setelah diberi skor masing-masing untuk indikator, menunjukkan proporsi tertinggi adalah pada kreteria jawaban “setuju” sebesar 294, proporsi kedua pada kreteria jawaban “sangat setuju” sebesar 233, proporsi ketiga pada kreteria jawaban “netral” sebesar 219, proporsi keempat pada kreteria jawaban “tidak setuju” sebesar 76 dan proposi terendah pada kreteria jawaban “sangat tidak setuju” sebesar 8.

5. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir (*corrected item total correlation*) dan nilainya dapat dilihat pada hasil pengolahan menggunakan program SPSS 20 pada tabel *item-total statistic* di kolom *corrected item-total correlation*. Suatu pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r hitung yang merupakan nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari r tabel. Kuisisioner yang dinyatakan valid berarti kuisisioner tersebut benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur. Butir-butir instrumen dianggap valid apabila koefisien korelasi (r hitung) $>$ r tabel/ r kritis (0,444) dengan $n = 20$ orang. Hasil uji validitas tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 43 : Hasil Uji Validitas Reputasi Organisasi, Kualitas Pelayanan Islami dan Kepercayaan *Muzakki*

NO	Pernyataan Reputasi Organisasi	r hitung	r tabel	Keterangan
1	LAZISMU Pekanbaru memiliki nama yang baik di kalangan masyarakat/ <i>muzakki</i> .	0.580	0,444	Valid
2	LAZISMU Pekanbaru merupakan lembaga yang dipercaya masyarakat/ <i>muzakki</i> sejak lama.	0.533	0,444	Valid
3	LAZISMU Pekanbaru organisasi/lembaga pengelolaan bantuan sosial yang membangun kemandirian masyarakat.	0.523	0,444	Valid
4	LAZISMU Pekanbaru selalu membuat lingkungan kerja nyaman, baik untuk donatur maupun karyawan.	0.512	0,444	Valid
5	LAZISMU Pekanbaru dalam mengenalkan zakat kepada masyarakat menggunakan etika dan praktek sesuai dengan prinsip syari'ah dan etika.	0.509	0,444	Valid
6	Karyawan LAZISMU Pekanbaru memiliki hubungan yang baik dengan <i>muzakki</i> .	0.521	0,444	Valid
7	LAZISMU Pekanbaru selalu peduli terhadap donatur/ <i>muzakki</i> .	0.535	0,444	Valid

8	Produk yang ada di LAZISMU Pekanbaru ada yang tidak dimiliki BAZ/LAZ lain.	0.515	0,444	Valid
9	LAZISMU Pekanbaru memberikan pelayanan yang memuaskan.	0.686	0,444	Valid
10	Pemimpin memiliki hubungan baik dengan karyawan dan <i>muzakki</i> .	0.460	0,444	Valid
11	LAZISMU Pekanbaru selalu terdepan dan selalu melakukan inovasi.	0.531	0,444	Valid
NO	Pernyataan Kualitas Pelayanan Islami	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kemudahan akses dan tempat parkir.	0.703	0,444	Valid
2	Kerapian penampilan karyawan LAZISMU Pekanbaru.	0.589	0,444	Valid
3	Pelayanan karyawan LAZISMU Pekanbaru yang selalu siap menolong.	0.626	0,444	Valid
4	Kecermatan karyawan dalam melayani <i>muzakki</i> .	0.609	0,444	Valid
5	Karyawan LAZISMU Pekanbaru melakukan pelayanan dengan cepat dan cermat.	0.609	0,444	Valid
6	Karyawan LAZISMU Pekanbaru siap dalam memenuhi permintaan <i>muzakki</i> .	0.516	0,444	Valid

7	Karyawan bersikap sopan kepada <i>muzakki</i> .	0.509	0,444	Valid
8	<i>Muzakki</i> merasa aman ketika bertransaksi.	0.628	0,444	Valid
9	Karyawan selalu mendahulukan kepentingan <i>muzakki</i> .	0.503	0,444	Valid
10	Karyawan melayani dengan tidak membeda-bedakan <i>muzakki</i> .	0.542	0,444	Valid
11	LAZISMU Pekanbaru sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.	0.562	0,444	Valid
12	Produk dan pelayanan di LAZISMU Pekanbaru sudah Islami.	0.519	0,444	Valid
	Pernyataan Kepercayaan Muzakki	r hitung	r tabel	Keterangan
NO				
1	Manajemen dana zakat di LAZISMU Pekanbaru dikelola secara terbuka/transparan kepada masyarakat luas, terutama kepada <i>Muzakki</i> .	0.540	0,444	Valid
2	LAZISMU Pekanbaru selalu memberi informasi yang dibutuhkan jika ada pertanyaan tentang zakat dari <i>Muzakki</i> .	0.487	0,444	Valid
3	LAZISMU Pekanbaru bersikap jujur dalam memberikan segala informasi/berita kepada <i>Muzakki</i> .	0.686	0,444	Valid

4	LAZISMU Pekanbaru selalu menerapkan kejujuran di setiap pekerjaanya.	0.511	0,444	Valid
5	LAZISMU Pekanbaru berkompeten dalam mengelola dana zakat, infak, dan shadaqah yang masuk dan di isi oleh orang-orang berkompeten dibidangnya.	0.591	0,444	Valid
6	LAZISMU Pekanbaru bekerja secara profesional terhadap masyarakat/ <i>muzakki</i> .	0.501	0,444	Valid
7	LAZISMU Pekanbaru berjanji melaksanakan tugas secara baik dan bersih.	0.608	0,444	Valid
8	LAZISMU Pekanbaru menghormati dan menghargai semua kalangan/semua pihak baik itu para <i>Muzakki</i> maupun kepada masyarakat/ <i>muzakki</i> yang membutuhkan informasi.	0.584	0,444	Valid
9	LAZISMU Pekanbaru sering menerima penghargaan.	0.509	0,444	Valid
10	LAZISMU Pekanbaru dapat mempertanggung jawabkan kinerjanya secara Vertikal (Tuhan) maupun horizontal (masyarakat)secara umum.	0.565	0,444	Valid

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa 11 butir item pernyataan untuk variabel Reputasi Organisasi semuanya dinyatakan valid, Sedangkan untuk Kualitas Pelayanan Islami yang terdiri dari 12 butir pernyataan juga dinyatakan valid, dan 10 pernyataan dari Kepercayaan *Muzakki* juga dinyatakan valid. Seluruhnya adalah valid karena nilai *corrected item total correlation* lebih besar dibanding 0,444 dan item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Dalam penentuan tingkat reliabilitas suatu instrumen penelitian. Secara umum keandalan dalam kisaran $> 0,50$ s/d $0,80$ baik, serta dalam kisaran $> 0,80$ s/d $1,00$ dianggap sangat baik. (Santoso, 2001 : 227). Untuk menentukan reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan variabel dilakukan pengujian dengan komputer program SPSS 20.0. for windows dengan rumus *Cronbach's Alpha*.

Berdasarkan tingkat reliabilitas, hasil uji koefisien reliabilitas (r Alpha) terhadap keempat instrumen variabel yang diuji dapat dirangkum pada tabel di bawah ini :

Tabel 44 : Hasil Uji Reliabilitas

NO.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Reputasi Organisasi (X_1)	0,701	Baik
2	Kualitas Pelayanan Islami (X_2)	0.742	Baik
3	Kepercayaan <i>Muzakki</i> (Y)	0,704	Baik

Sumber: data primer diolah dari SPSS

Berdasarkan tabel rangkuman hasil uji reliabilitas diatas, nilai alpha cronbach untuk Reputasi Organisasi adalah 0.701, Kualitas Pelayanan Islami adalah 0.742, dan Kepercayaan *Muzakki* adalah 0.704. Hal ini berarti bahwa pernyataan untuk seluruh item pernyataan adalah baik untuk Reputasi Organisasi dan Kualitas Pelayanan Islami serta baik untuk Kepercayaan *Muzakki*.

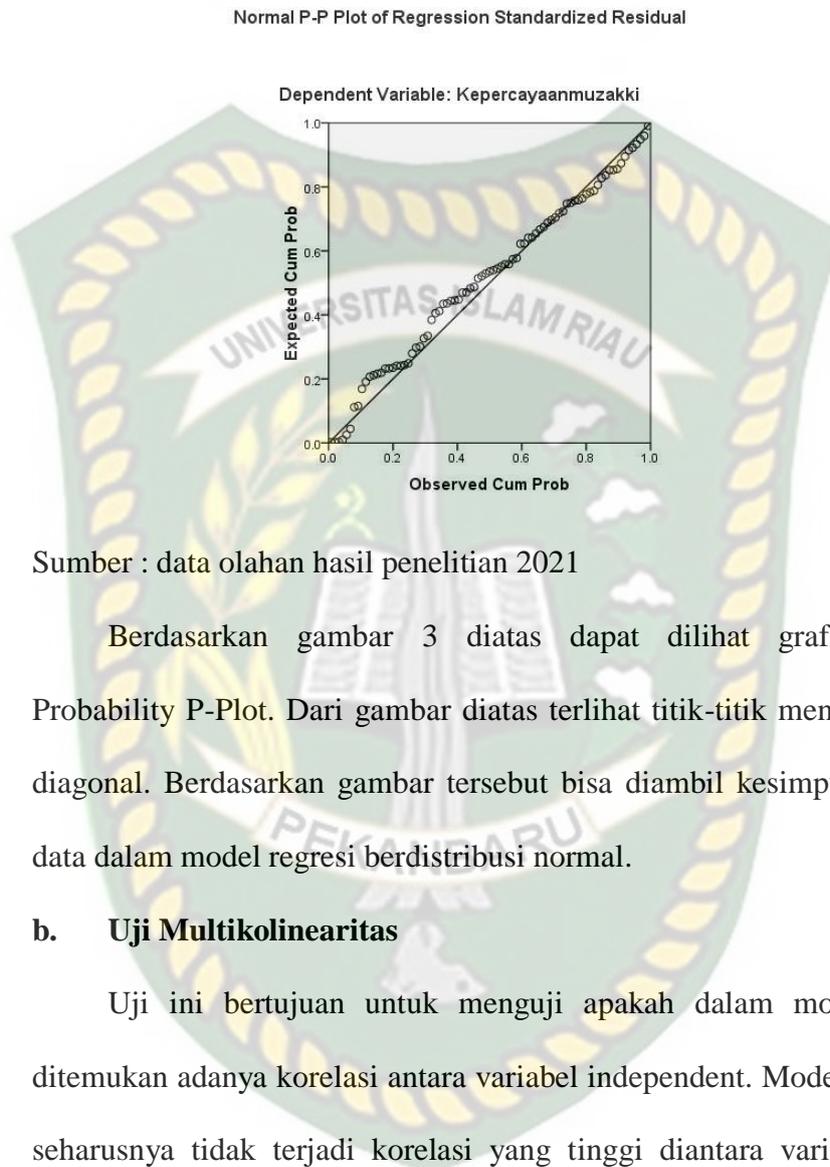
6. Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat dilakukan analisis pada regresi linear berganda, maka sebelum melakukan syarat untuk analisis tersebut perlu diuji dahulu asumsi klasiknya. Selanjutnya data yang diuji asumsi klasik tersebut pada regresi linear mesti dua berskala interval atau rasio.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas residual dapat dilihat dari grafik normal p-p plot. Hasil menunjukkan grafik tersebut diketahui bahwa pancaran residual berada dalam garis lurus melintang, ini dapat dilihat pada gambar 2.

Gambar 3 : Grafik Normal Probability P-Plot



Sumber : data olahan hasil penelitian 2021

Berdasarkan gambar 3 diatas dapat dilihat grafik Normal Probability P-Plot. Dari gambar diatas terlihat titik-titik mengikuti garis diagonal. Berdasarkan gambar tersebut bisa diambil kesimpulan bahwa data dalam model regresi berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independent. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel bebas. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/ tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.

Berdasarkan aturan variance inflation factor (VIF) dan tolerance, maka apabila VIF melebihi angka 10 atau tolerance kurang dari 0,10 maka dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas. Sebaliknya apabila nilai VIF kurang dari 10 atau tolerance lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 45 : Uji Multikolinieritas Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-8.241	6.227		-1.323	.189		
ReputasiOrganisasi	.402	.108	.391	3.712	.000	.606	1.650
Kualitaspelayananislami	.527	.153	.362	3.438	.001	.606	1.650

a. Dependent Variable: Kepercayaanmuzakki

Sumber : data olahan hasil penelitian 2021

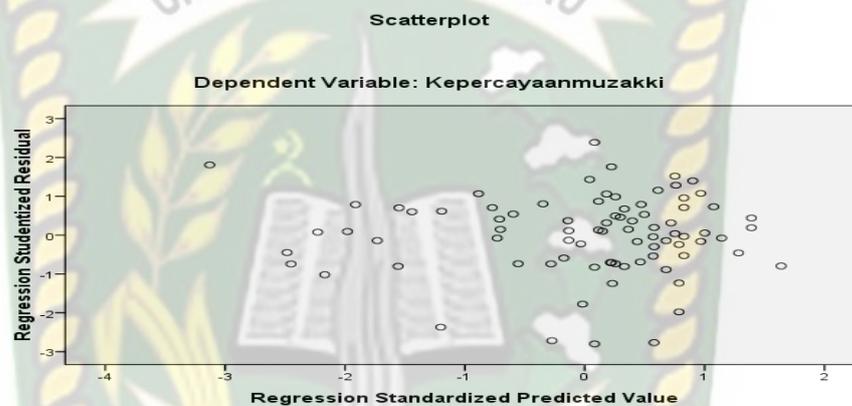
Berdasarkan tabel 43 di atas diketahui nilai variance inflation factor (VIF) < 10 dan tolerance > 0,10. Maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas regresi.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain berbeda. Sedangkan bila terjadi ketidaknyamanan variance dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu

model regresi linear berganda adalah dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Jika tidak ada pola tertentu dan titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Grafik scatterplot ditunjukkan pada gambar berikut:

Gambar 4. Grafik Scatterplot



Sumber : data olahan hasil penelitian 2021

Gambar 4 tersebut menunjukkan bahwa data tersebar diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y namun membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian tidak dapat disimpulkan apakah dalam model regresi terjadi gejala heterokedastisitas. Metode yang lebih handal adalah dengan menggunakan uji korelasi antara variable bebas dengan *Unstandardized*. Apabilan nilai *Probability* antara variable bebas dengan *Unstandardized* $> 0,05$ berarti tidak terdapat heterokedastisitas dalam model regresi.

7. Pengujian Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh reputasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru digunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan bantuan hasil pengolahan data dengan program SPSS 20.0 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 46 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.241	6.227		1.323	.189
ReputasiOrganisasi	.402	.108	.391	3.712	.000
Kualitaspelayananislami	.527	.153	.362	3.438	.001

a. Dependent Variable: Kepercayaanmuzakki

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian 2021

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh reputasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru, maka digunakan pendekatan statistik dengan model regresi linier berganda.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Berdasarkan perhitungan data yang diolah, persamaan garis regresi antara reputasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru, didapat persamaan berikut :

$$Y = 8.241 + 0.402 X_1 + 0.527 X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- a. Nilai Konstanta sebesar (a) 8.241 artinya adalah apabila reputasi organisasi (X_1), kualitas pelayanan islami (X_2) nilainya diasumsikan nol (0), maka target kepercayaan *muzakki* adalah 8.241.
- b. Nilai Koefisien regresi variabel reputasi organisasi (X_1) sebesar 0.402 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan reputasi organisasi akan meningkatkan kepercayaan *muzakki* sebesar 0.402. Peningkatan ini bernilai positif, yang bermakna semakin naik reputasi organisasi maka semakin tinggi kepercayaan *muzakki*.
- c. Nilai Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan islami (X_2) sebesar 0.527 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan kualitas pelayanan islami akan meningkatkan kepercayaan *muzakki* sebesar 0.527. Peningkatan ini bernilai positif, yang bermakna semakin naik kualitas pelayanan islami maka semakin tinggi kepercayaan *muzakki*.

8. Pengujian Hipotesis

a. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh nyata dari variable pengaruh reputasi organisasi dan kualitas pelayanan islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru secara bersama-sama (Simultan). Uji F ini dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang kuat antara variable bebas (X) dengan variable terikat (Y)
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang lemah antar variable bebas (X) dengan variable terikat (Y).

Tabel 47 : Hasil Pegujian Hipotesis Untuk Uji Simultan Dengan F-Test⁷

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1147.971	2	573.986	34.347	.000 ^a
	Residual	1336.920	80	16.712		
	Total	2484.892	82			

a. Predictors: (Constant), Kualitaspelayananislami, ReputasiOrganisasi

b. Dependent Variable: Kepercayaanmuzakki

Sumber : data olahan hasil penelitian 2021

Diketahui F hitung sebesar 34.347 signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh sebagai berikut :

$$F \text{ tabel} = n - k - 1; k$$

$$F \text{ tabel} = 83 - 2 - 1; 2$$

$$F \text{ tabel} = 81; 2$$

$$F \text{ tabel} = 3.44$$

Keterangan n = Jumlah sampel

k = jumlah variable bebas

1 = Konstanta

Dengan demikian diketahui F hitung (34.347) lebih besar dengan F Tabel (47) atau Sig. (0,000) < 0,05. artinya adalah bahwa variable independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai statistik dengan t tabel pada alpha 5% dan *degree of freedom* ($\alpha / 1, df 83$) = 1,980.

Tabel 48 : Hasil Pengujian (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.241	6.227		1.323	.189
ReputasiOrganisasi	.402	.108	.391	3.712	.000
Kualitaspelayananislami	.527	.153	.362	3.438	.001

a. Dependent Variable: Kepercayaanmuzakki

Sumber : data olahan hasil penelitian 2021

Berdasarkan hasil perhitungan dan data olahan SPSS di atas dapat diketahui bahwa:

1. Diperoleh nilai *t hitung* sebesar 3.712, sedangkan nilai *t tabel* untuk $\alpha = 0,05$ (5%) dengan derajat kebebasan 83 ($n - k - 1 = 83 - 2 - 1$) diperoleh 1.980. Ini berarti *t hitung* > *t tabel* ($3.712 > 1.980$) maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapatnya pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki*.
2. Diperoleh nilai *t hitung* sebesar 3.438, sedangkan nilai *t tabel* untuk $\alpha = 0,05$ (5%) dengan derajat kebebasan 83 ($n - k - 1 = 83 - 2 - 1$) diperoleh 1.980. Ini berarti *t hitung* > *t tabel* ($3.438 > 1.980$) maka

dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapatnya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan islami terhadap kepercayaan *muzakki*.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variabel independen. Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variable dependen. Berdasarkan pengolahan data SPSS 20.0 terlihat pada tabel berikut:

Tabel 49 : Hasil Pengujian untuk Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 ^a	.462	.449	4.088

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan islami, Reputasi Organisasi

b. Dependent Variable: Kepercayaan muzakki

Sumber : data olahan hasil penelitian 2021

Dari hasil olahan data diperoleh nilai r (koefisien korelasi) sebesar 0,680 yang menunjukkan pengaruh reputasi organisasi, kualitas pelayanan islami terhadap kepercayaan *muzakki* berada pada kategori kuat karena berada pada rentang 0.60 – 0.799.

Perhitungan di atas menunjukkan nilai R^2 (koefisien determinasi) atau R Square sebesar 0,462 atau 46.2%. Dengan demikian dapat ditegaskan nilai koefisien determinasi = 0,462 yang berarti kontribusi reputasi organisasi, kualitas pelayanan islami terhadap kepercayaan

muzakki adalah 46.2% dan selebihnya 53.8% (100%-46.2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

I. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.

1. Pengaruh Reputasi Organisasi Terhadap Kepercayaan *Muzakki* di LAZISMU Pekanbaru

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel reputasi organisasi diperoleh nilai *t hitung* sebesar 3.712, sedangkan nilai *t tabel* untuk $\alpha = 0,05$ (5%) dengan derajat kebebasan 83 ($n - k - 1 = 83 - 2 - 1$) diperoleh 1.980. Ini berarti *t hitung* > *t tabel* ($3.712 > 1.980$) maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapatnya pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki*.

Maka dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru. Hal ini dikarenakan dari hasil kuesioner yang disebarkan dengan 11 item pertanyaan tentang reputasi organisasi dapat diketahui bahwa sebagian besar *muzakki* menjawab sangat setuju.

Hasil tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju pada variabel reputasi organisasi, yang artinya persepsi *muzakki* terhadap LAZISMU Pekanbaru memiliki reputasi yang baik, sehingga dengan reputasi baik yang dimiliki LAZISMU Pekanbaru mempengaruhi kepercayaan *muzakki* membayarkan zakatnya pada LAZISMU Pekanbaru.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fery Setiawan (2017) yang berjudul “Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat *Muzakki* dalam membayar Zakat Profesi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan reputasi berpengaruh terhadap minat *muzakki*.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepercayaan *Muzakki* di LAZISMU Pekanbaru

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan Islami diperoleh nilai *t hitung* sebesar 3.438, sedangkan nilai *t tabel* untuk $\alpha = 0,05$ (5%) dengan derajat kebebasan 83 ($n - k - 1 = 83 - 2 - 1$) diperoleh 1.980. Ini berarti *t hitung* > *t tabel* ($3.438 > 1.980$) maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapatnya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan islami terhadap kepercayaan *muzakki*.

Maka dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Islami mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru. Hal ini dikarenakan dari

hasil kuesioner yang disebarakan dengan 21 item pertanyaan tentang reputasi organisasi dapat diketahui bahwa sebagian besar *muzakki* menjawab sangat setuju.

Hasil tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju pada variabel kualitas pelayanan Islami, yang artinya persepsi *muzakki* terhadap LAZISMU Pekanbaru memiliki kualitas pelayanan yang baik dan Islami, sehingga dengan kualitas pelayanan Islami yang dimiliki LAZISMU Pekanbaru mempengaruhi kepercayaan *muzakki* membayar zakatnya pada LAZISMU Pekanbaru.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Azy Athoillah Yazid (2017) dengan judul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat *Muzakki* Dalam Menunaikan Zakat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat *muzakki* dalam menunaikan zakat di suatu Lembaga Amil Zakat (LAZ) perlu memperhatikan variabel kualitas layanan, religiusitas dan citra lembaga.

3. Pengaruh Reputasi Organisasi dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepercayaan *Muzakki* di LAZISMU Pekanbaru

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung (34.347) lebih besar dengan F Tabel (47) atau Sig. (0,000) < 0,05. artinya adalah bahwa variable independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

Pada dasarnya suatu keputusan kepercayaan akan melibatkan antara dua pilihan atau lebih alternative pilihan tindakan. Dalam sebuah proses pengambilan keputusan penggunaan jasa atau produk, konsumen atau *muzakki* akan dihadapkan pada situasi pilihan menggunakan atau tidak suatu jasa atau produk yang ditawarkan dengan berbagai karakteristik. Pengambilan keputusan kepercayaan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kepercayaan *muzakki* yaitu reputasi yang dimiliki organisasi dan juga kualitas pelayanan yang Islami, ketika reputasi dan kualitas pelayanan yang dimiliki organisasi atau lembaga itu baik dimata *muzakki* maka semakin mempengaruhi *muzakki* untuk membayarkan zakatnya di LAZ/BAZ tersebut. Dari hasil kuesioner variabel Kepercayaan *Muzakki* dengan 10 item pertanyaan diketahui bahwa sebagian besar memilih setuju, dengan demikian *muzakki* akan percaya jika LAZ/BAZ memiliki reputasi dan kualitas pelayanan Islami yang baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

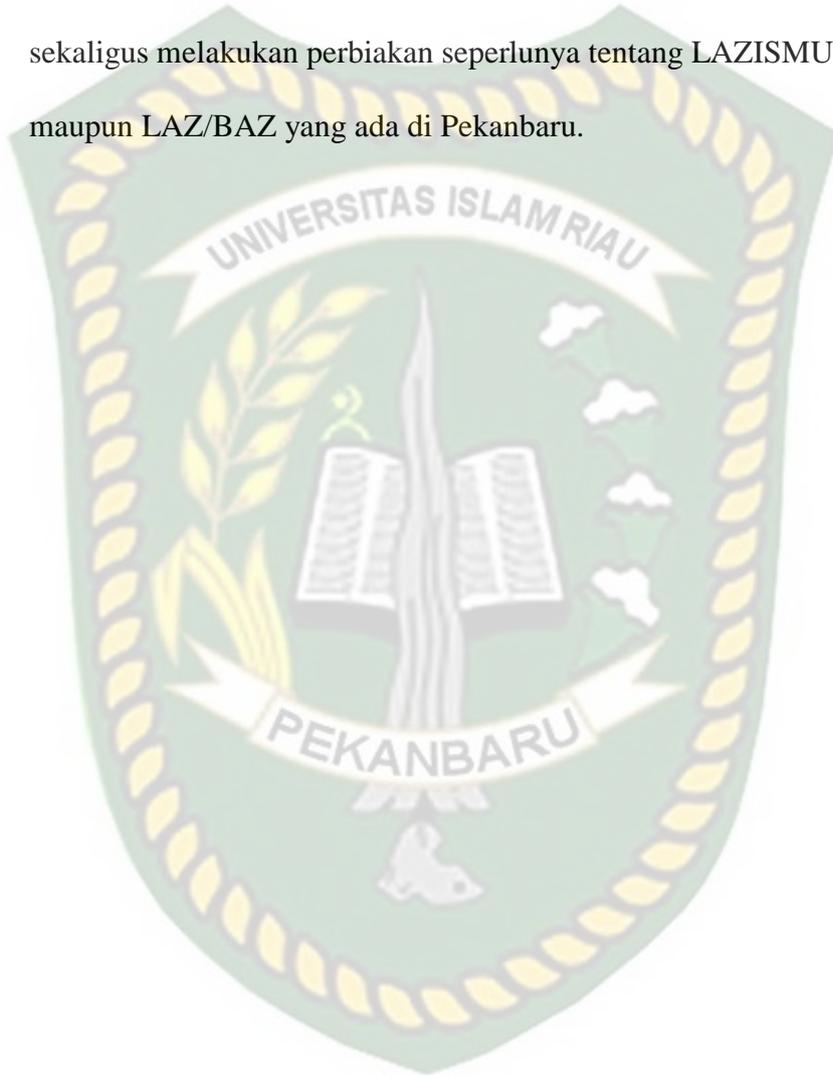
Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh variabel reputasi organisasi (X_1) dan variabel kualitas pelayanan Islami (X_2) terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru (Y) dengan persamaan $Y = 8.241 + 0.402 X_1 + 0.527 X_2$ yang berarti reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami berpengaruh positif terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru. Dapat disimpulkan bahwa terdapatnya pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi terhadap kepercayaan *muzakki*. Dan dapat disimpulkan juga bahwa terdapatnya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki*. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan *muzakki* di LAZISMU Pekanbaru.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran-saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Pihak LAZISMU Pekanbaru diharapkan lebih meningkatkan lagi reputasi, kualitas pelayanan yang Islami, program-program, edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih banyak mengenal khususnya di Kota Pekanbaru yang akan meningkatkan reputasi dan menimbulkan ketertarikan masyarakat untuk berzakat di Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Pekanbaru dan lebih transparan dalam penyalurannya.
2. Menjalinkan komunikasi yang lebih baik antara pemimpin dan para pegawainya sampai ketenaga lapangan dan juga tentunya terhadap para *muzakki*. Dengan terjalinnya komunikasi yang baik dapat menimbulkan kepercayaan dari masyarakat terlebih-lebih *muzakki* yang membayarkan zakatnya di LAZISMU Pekanbaru.
3. Evaluasi dilakukan secara rutin dan mendetail. Dengan evaluasi yang baik dan rutin diharapkan dapat mempersiapkan alternatif-alternatif pemecahan masalah yang tepat untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi terhadap reputasi organisasi dan kualitas pelayanan Islami di LAZISMU Pekanbaru.
4. Pembinaan karyawan secara terpadu dan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan pemahaman dan pelaksanaan kinerja sehingga tercipta karyawan yang memang betul-betul memahami pelayanan secara Islami.

5. Kemudian hasil penelitian ini sekiranya dapat dijadikan sebagai bahan pengetahuan bagi masyarakat tentang LAZISMU di Kota Pekanbaru dan bisa dijadikan bahan acuan bagi peneliti untuk meneliti dan mengoreksi sekaligus melakukan perbiakan seperlunya tentang LAZISMU Pekanbaru maupun LAZ/BAZ yang ada di Pekanbaru.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku :

- Al-Utsmani Shalih bin Muhammad Syaikh. (2008). *Fatwa-fatwa Zakat*. Jakarta : Darussunah Pers.
- Arifin, Johan. (2009). *Etika Bisnis Islam*. Semarang : Walisongo Press.
- Azis, Sisnianto. (2001). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Reputasi (Studi pada Bank Mandiri Purwokerto)*. Semarang : Universitas Diponegoro Press.
- Barata, Atep Adya. (2003). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Dasrin Hidayat. (2014). *Media Public Relation: Pendekatan Kasus Cyber Public Relation Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Firsan Nova. (2011). *CRISIS Public Relations: Strategi PR Menghadapai Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Fitriawati Eka. (2001). *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Reputasi Perusahaan*. Semarang : Universitas Diponegoro Press.
- Hana Dian Pratiwi. (2013). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Website Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen Dalam Bertransaksi Online*. Surabaya : UN Sunan Ampel Press.
- Ika Yunia Fauzia. (2013). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Juanda Gustian dkk. (2006). *Pelaporan Zakat Pengurangan Penghasilan*. Jakarta : Pt Raja Grafindo Persada.

Karim, Adiwarmarman. (2001). *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta : Gema Insani Press.

Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks.

Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Mahfud Sahal. (1994). *Nuansa Fiqh Sosial*. Yogyakarta : LkiS.

Mahmud Al-Ba'ly Abdul Al-Hamid. (2006). *Ekonomi Zakat*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Mas'udi Masdar Farid. (2010). *Pajak itu Zakat*. Bandung : PT Mizan Pustaka.

Mujahidin Akhmad. (2013). *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Pursetyaningsih. (2008). *Pengaruh Harga, Reputasi, Kualitas Jasa, Promosi Keterpakasaan Berpindah, dan Rekomendasi pada Perilaku Nasabah Berpindah Bank*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Qardhawi Yusuf. (1999). *Hukum Zakat*. Bogor : Pustaka iteratur Antar Nusa.

Rahman Eljunusi dkk. (2002). *Membangun Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut Produk Komitmen Agama Kualitas Jasa dan kepercayaan pada Bank Syariah*. Semarang : Universitas Diponegoro Press.

- Rofiq H Ahmad. (2004). *Fiqh Kontekstual*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset.
- Saleh Hasan. (2008). *Kajian Fiqh Nabawi dan Fiqh Kontemporer*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Sari Kartika Elsi. (2007). *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta : Gramedia.
- Sutedi, Andrian. (2009). *Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Jakarta : PT Ghalia Indonesia.
- Taufiq Amir Muhammad. (2005). *Dinamika Pemasaran*. Jakarta : Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andhi Publisher.
- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset dan Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta : PT Ghalia Indonesia.
- Warin et al. (2013). *Tanggung Jawab Perusahaan dan Sosial Media : A Game Theory Approach*. Cirano.
- Wibowo. (2006). *Manajemen Perubahan*. Jakarta : Grafindo Pesada.
- Yosal, Iriantara, 2005, *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Skripsi :

- Setiawan, Fery. (2017). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat *Muzakki* dalam membayar Zakat Profesi. *Tesis*. Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah, Surakarta.

Tesis :

Yazid, Athoillah. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat *Muzakki* Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Haya. *Skripsi*. STAI Darul Ulum. Banyuwangi.

Jurnal :

Astuti, Daharmi. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah. *Syarikat Jurnal: Rumpun Ekonomi Syariah*. 1. (1).

Hamzah, Zulfadli. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Tabarru' Jurnal: Islamic Banking And Finance*. 3. (1).

Dwi Cahyani, Putri. (2016). Tingat Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *Esensi Jurnal : Bisnis dan Manajemen*. 6. (2).

Rafidah. (2014). Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah. *NALAR FIQH*. 10. (2).

Rusby, Zulkifli. (2018). Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Perserp) Syariah Unit Tanah Merah Cabang Pegadaian Soebrantas. *Syarikat Jurnal: Rumpun Ekonomi Syariah*. 1. (1).