

**MENINGKATKAN REPUTASI BAZNAS KABUPATEN KUDUS
MELALUI PENGUATAN KEPERCAYAAN ORGANISASIONAL**

Tesis

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Magister

Program Magister Manajemen



Disusun Oleh:

Ardia Rahma Wardani

NIM: 20402000021

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2024

**MENINGKATKAN REPUTASI BAZNAS KABUPATEN KUDUS MELALUI
PENGUATAN KEPERCAYAAN ORGANISASIONAL**

Tesis

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S2

Program Magister Manajemen



Disusun Oleh:

Ardia Rahma Wardani

NIM: 20402000021

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)**

SEMARANG

2024

HALAMAN PENGESAHAN

TESIS

**MENINGKATKAN REPUTASI BAZNAS KABUPATEN KUDUS MELALUI
PENGUATAN KEPERCAYAAN ORGANISASIONAL**

Disusun Oleh:

Ardia Rahma Wardani

NIM : 20402000021



Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat
diajukan dihadapan Sidang Panitia Ujian Tesis Program

Magister Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 26 Agustus 2022

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and flourishes, positioned above the name of the supervisor.

Prof. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D

**MENINGKATKAN REPUTASI BAZNAS KABUPATEN KUDUS MELALUI
PENGUATAN KEPERCAYAAN ORGANISASIONAL**

Disusun Oleh:

Ardia Rahma Wardani

NIM : 20402000021

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada Tanggal 28 Juni 2024

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



Prof. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D

Penguji I



Prof. Dr. Ken Sudarti, SE, M.Si

Penguji II



Dr. Tri Wikaningrum, SE, M.Si

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan Untuk memperoleh Gelar
Magister Manajemen
Tanggal 28 Juni 2024

Ketua Program Pascasarjana



Prof. Dr. Ibnu Khajar, SE, M.Si

NIK. 210491028

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ardia Rahma Wardani
NIM : 20402000021
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul “Meningkatkan Reputasi Baznas Kabupaten Kudus Melalui Penguatan Kepercayaan Organisasional” merupakan hasil karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarism dengan cara tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam laporan penelitian ini

Semarang, 12 Agustus 2024

Pembimbing

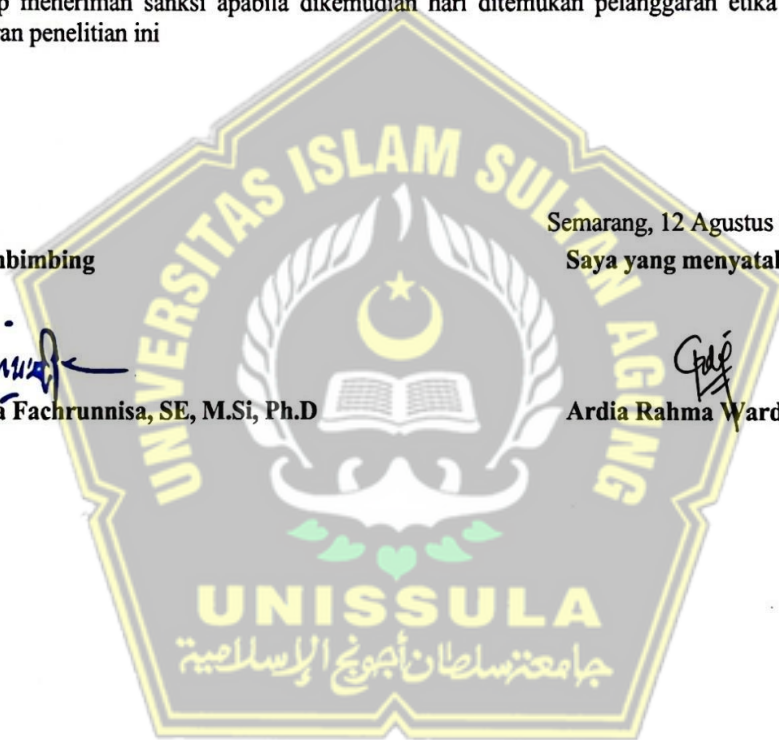
Saya yang menyatakan,



Prof. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D



Ardia Rahma Wardani



**LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ardia Rahma Wardani
NIM : 20402000021
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Agung

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tesis dengan judul :

**MENINGKATKAN REPUTASI BAZNAS KABUPATEN KUDUS MELALUI
PENGUATAN KEPERCAYAAN ORGANISASIONAL**

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 12 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Ardia Rahma Wardani

NIM. 20402000021

ABSTRACT

The trust of muzakki is an important factor for a zakat institution to increase the reputation of the institution . Zakat institutions need to ensure that employees provide the best performance and meet expectations. The purpose of this study is to develop a model to improve the reputation of the institution with the quality of Good Corporate Governance (GCG) and Knowledge Quality which is intervened by Organizational Trust. Data were collected from 100 muzakki respondents of state civil servants in Kudus Regency, Central Java Province, Indonesia. The method used to analyze the hypothesis is Most Least Squares (PLS). This study concludes that: Good Corporate Governance (GCG), Knowledge Quality, and Organizational Trust, have a positive and significant effect on the Image of the Institution. Organizational Trust was also found to have an influence on the intervening between GCG and Knowledge Quality with Institutional Reputation

Keywords: good corporate governance, knowledge quality, organizational trust, institutional reputation

ABSTRAK

Kepercayaan muzakki merupakan faktor penting bagi sebuah lembaga zakat untuk meningkatkan Reputasi lembaga. Lembaga zakat perlu memastikan bahwa pegawai memberikan kinerja terbaik dan memenuhi harapan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan model untuk meningkatkan reputasi institusi dengan kualitas *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Quality of Knowledge* yang diintervensi oleh kepercayaan organisasi. Data dikumpulkan dari 100 responden muzakki pegawai negeri sipil di Kabupaten Kudus, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Metode yang digunakan untuk menganalisis hipotesis adalah Most Least Squares (PLS). Penelitian ini menyimpulkan bahwa: *Good Corporate Governance* (GCG), *Knowledge Quality*, dan *Organizational Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Lembaga. Kepercayaan Organisasi juga ditemukan memiliki pengaruh terhadap intervensi antara GCG dan Kualitas Pengetahuan dengan Reputasi Lembaga

Kata kunci: *good corporate governance, knowledge quality, organizational trust, institutional reputation*

PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'alla, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Meningkatkan Reputasi Baznas Kabupaten Kudus Melalui Penguatan Kepercayaan Organisasional”, dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana (S2) pada program Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

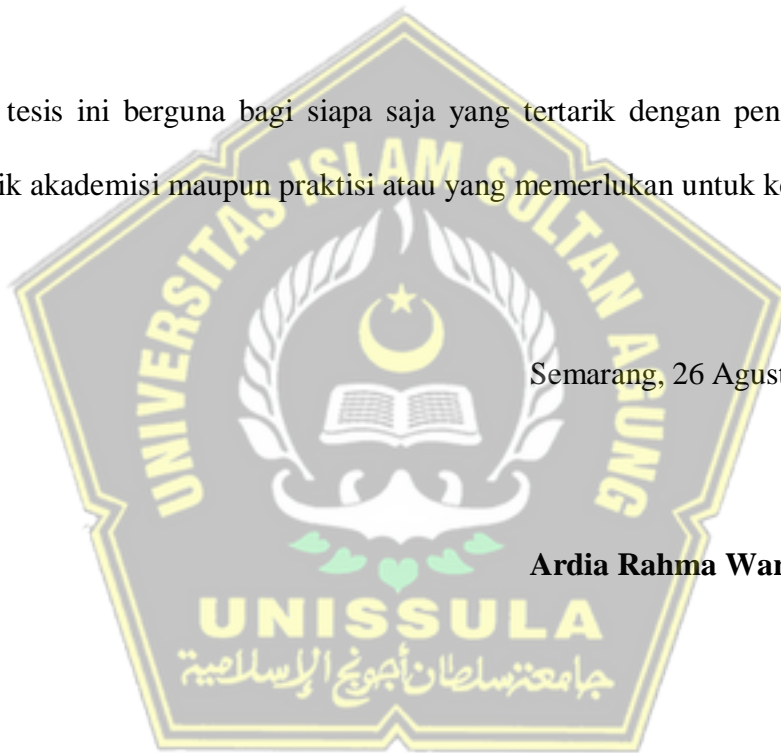
Penulis mengaturkan banyak terima kasih dan penghormatan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Prof. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D. selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan berharga selama proses pembuatan tesis dan publikasi artikel hingga dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Prof. Dr. H. Heru Sulistyono, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Prof. Dr. Ibnu Khajar, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen serta Ibu Siti Sumiati selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang telah memberikan dukungan dan arahan kepada saya atas penyelesaian penelitian ini.
4. Prof. Dr. Ken Sudarti, S.E., M.Si. dan Dr. Tri Wikaningrum, SE, M.Si selaku dosen penguji proposal dan tesis yang telah memberikan masukan-masukan untuk penyempurnaan tesis saya.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi program study Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan seluruh ilmu kepada saya selama masa perkuliahan berlangsung.

6. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan pelayanan yang terbaik.
7. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan baik doa maupun motivasi.
8. Suami saya yang telah mendukung dengan penuh selama saya menempuh pendidikan.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan imbalan yang setimpal dengan amal kebaikan yang telah diberikan.

Penulis berharap tesis ini berguna bagi siapa saja yang tertarik dengan peningkatan reputasi organisasional baik akademisi maupun praktisi atau yang memerlukan untuk kepentingan lain.



Semarang, 26 Agustus 2022

Ardia Rahma Wardani

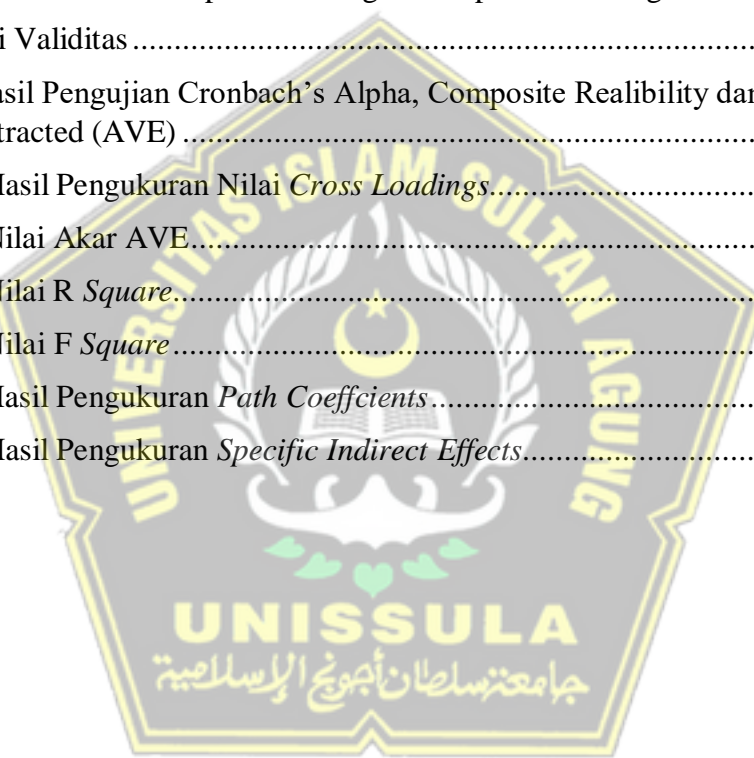
DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK.....	iii
PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pengertian Zakat.....	7
2.2 <i>Good Corporate Governance</i>	10
2.3 Kualitas Pengetahuan.....	13
2.4 Kepercayaan Organisasional.....	15
2.5 Reputasi Lembaga.....	17
2.6 Model Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Variabel dan Indikator	19
3.3 Sumber Data.....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5 Responden.....	23
3.6 Teknik Analisis	23
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif	23
3.6.2 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	24

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Deskripsi Variabel.....	26
4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian.....	26
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif	29
4.2 Analisis Data.....	34
4.2.1 Analisis Data.....	34
4.2.2 Pengujian Hipotesis (Pengaruh Antar Variabel)	43
4.2.3 Pembahasan	47
BAB V KESIMPULAN	50
5.1 Simpulan	50
5.1.1 Masalah Penelitian	50
5.2 Implikasi Teoritis	51
5.3 Implikasi Manajerial.....	52
5.4 Keterbatasan Penelitian	53
5.5 Agenda Penelitian Kedepan.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	58
Lampiran 1: Kuesioner.....	58
Lampiran 2: Uji Validitas.....	62
Lampiran 3: Uji Reliabilitas Composite Reliability dan Cronbach's Alpha dan Uji Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	64
Lampiran 4: Uji Discriminant Validity (Cross Loadings).....	64
Lampiran 5: Nilai Akar AVE	65
Lampiran 6: Nilai R Square	65
Lampiran 7: Nilai f Square.....	65
Lampiran 8: Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficients</i>).....	66
Lampiran 9: Uji Pengaruh Tidak Langsung (<i>Specific Indirect Effects</i>).....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	20
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	26
Tabel 4.2 Pendidikan Responden.....	27
Tabel 4.3 Penghasilan Responden	28
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden mengenai <i>Good Corporate Governance</i> (GCG).....	30
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden mengenai Kualitas Pengetahuan.....	31
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden mengenai Kepercayaan Organisasional	32
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden mengenai Reputasi Lembaga	33
Tabel 4.8 Uji Validitas	35
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha, Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)	37
Tabel 4.10 Hasil Pengukuran Nilai <i>Cross Loadings</i>	38
Table 4.11 Nilai Akar AVE.....	40
Tabel 4.12 Nilai <i>R Square</i>	41
Tabel 4.13 Nilai <i>F Square</i>	42
Tabel 4.14 Hasil Pengukuran <i>Path Coefficients</i>	44
Tabel 4.15 Hasil Pengukuran <i>Specific Indirect Effects</i>	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Empirik Penelitian	18
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden (%).....	27
Gambar 4.2 Pendidikan Responden (%)	28
Gambar 4.3 Penghasilan Responden.....	29
Gambar 4.4 Model Uji Validitas.....	36
Gambar 4.5 Pengaruh Organizational Trust dalam memediasi <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dan <i>Institutional Reputation</i>	47
Gambar 4.6 Pengaruh <i>Knowledge Quality</i> dalam memediasi <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dan <i>Institutional Reputation</i>	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	58
Lampiran 2: Uji Validitas.....	62
Lampiran 3: Uji Reliabilitas Composite Reliability dan Cronbach's Alpha dan Uji Nilai Average Variance Extracted (AVE)	64
Lampiran 4: Uji Discriminant Validity (Cross Loadings).....	64
Lampiran 5: Nilai Akar AVE	65
Lampiran 6: Nilai R <i>Square</i>	65
Lampiran 7: Nilai f <i>Square</i>	65
Lampiran 8: Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficients</i>).....	66
Lampiran 9: Uji Pengaruh Tidak Langsung (<i>Specific Indirect Effects</i>).....	66



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bagi kehidupan di dunia, kemiskinan merupakan bahaya besar bagi umat manusia dan tidak sedikit umat yang jatuh peradabannya hanya karena kefakiran. Karena itu seperti sabda Nabi Muhammad SAW yang menyatakan bahwa kefakiran itu mendekati pada kekufuran. Diantara cara menanggulangi kefakiran adalah dengan adanya dukungan atau tolong menolong orang yang mampu untuk mengeluarkan harta kekayaannya berupa dana zakat kepada mereka yang kekurangan akan tetapi tidak semua bentuk tolong menolong itu baik, melainkan ada juga yang tidak baik. Tolong menolong yang baik adalah apabila mengarah pada kebaikan dan ketaqwaan sesuai dengan petunjuk agama.

Zakat berperan penting dalam kehidupan social, karena fungsi zakat sendiri adalah distribusi kekayaan agar perekonomian masyarakat lebih merata. Untuk memaksimalkan pengelolaan zakat, infaq, shodaqoh maka pemerintah membentuk Badan Amil Zakat Nasional. Dalam hal ini lembaga zakat berfungsi untuk melakukan pencatatan dan pelaporan atas penerimaan dan pengalokasian zakat.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional.

BAZNAS Kabupaten Kudus sendiri sudah memiliki muzakki tetap yaitu para Aparatur Sipil Negara (ASN) di lingkungan Kabupaten Kudus. Para ASN setiap bulannya menyetorkan zakat ke BAZNAS Kabupaten Kudus sebesar 2,5% dari penghasilan. Namun, pada tahun 2020 muzakki ASN yang berzakat di BAZNAS Kabupaten Kudus menurun, dari tahun 2019 sendiri BAZNAS Kabupaten Kudus mampu mengumpulkan dana zakat yang bersumber dari ASN sebesar Rp.

1.731.073.648 kemudian perolehan tersebut mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar Rp. 1.186.325.791. Hal ini dapat disebabkan karena persepsi ASN terhadap Reputasi lembaga BAZNAS rendah. Hal itu bisa terjadi karena rendahnya pengetahuan muzakki terhadap lembaga BAZNAS dan rendahnya *good corporate governance* BAZNAS sehingga tingkat kepercayaan muzakki ASN terhadap lembaga zakat rendah.

Dalam sistem pengelolaan zakat, perilaku muzakki dalam membayar zakat sangat bergantung kepada kepercayaan mereka kepada lembaga zakat. Rendahnya tingkat kepercayaan merupakan salah satu penghalang bagi muzakki untuk menyerahkan zakatnya melalui lembaga zakat. Oleh karena itu, kepercayaan perlu dibangun antara muzakki dan lembaga zakat sebagai upaya meningkatkan penghimpunan dana zakat (Mustafa, 2013).

Permasalahan yang sering muncul ditengah masyarakat kita yaitu kepada siapa zakat harus diberikan. Lebih utama disalurkan langsung oleh muzakki kepada mustahik, atau sebaliknya melalui amil zakat. Jika disalurkan kepada mustahik, memang ada perasaan tenang karena menyaksikan secara langsung zakatnya tersebut telah disalurkan kepada mereka yang dianggap berhak menerimanya. Tapi terkadang penyaluran langsung yang dilakukan oleh muzakki tidak mengenai sasaran yang tepat. Terkadang orang sudah merasa menyalurkan zakat kepada mustahik, padahal ternyata yang menerima bukan mustahik yang sesungguhnya, hanya karena kedekatan emosi maka ia memberikan zakat kepadanya. Di sisi lain tingkat kepercayaan masyarakat pada badan atau institusi pemerintah dan pengelola zakat masih rendah. Upaya yang dilakukan BAZNAS untuk memperoleh kepercayaan muzakki diantaranya telah mempublish laporan keuangan setiap tahun kepada para ASN yang telah menyalurkan zakatnya kepada BAZNAS

Terdapat berbagai faktor penentu kepercayaan muzakki kepada lembaga pengelola zakat. Diantaranya faktor *good corporate governance* dan kualitas pengetahuan mengenai BAZNAS sehingga Reputasi lembaga BAZNAS meningkat.

Ketidakpercayaan ataupun kurang percaya masyarakat terhadap lembaga amil zakat membuat sebagian masyarakat lebih memilih menunaikan ibadah zakat langsung kepada mustahiq dari pada ke lembaga zakat. Oleh karena itu, pengelolaan zakat oleh suatu lembaga amil zakat yang lebih profesional, amanah dan transparan akan dapat

menumbuhkan semangat muzakki untuk menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut. Tingkat pemahaman masyarakat muslim mengenai keagamaan khususnya ibadah zakat berpengaruh kuat terhadap semua aspek kehidupan manusia, khususnya berdampak pada kesadaran masyarakat membayar zakat. Termasuk ajaran Islam mengenai pemerataan dan pendistribusian pendapatan yang memihak kepada rakyat miskin.

Good Corporate Governance menjadi faktor penentu kepercayaan Muzakki, sebagaimana dinyatakan oleh Mappaselle (2013) menunjukkan hasil bahwasanya prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja keuangan perusahaan dan secara parsial prinsip transparansi, akuntabilitas, kewajaran, berpengaruh signifikan, dan independensi, tanggung jawab tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dan pada penelitian Mahaendrayasa dan Putri (2017), bahwa prinsip *accountability*, *independency* dan *fairness* berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan *transparency* dan *responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan LPD. Apabila *Good Corporate Governance* BAZNAS baik, maka tingkat kepercayaan muzakki juga meningkat.

Kualitas Pengetahuan muzakki terhadap BAZNAS juga menjadi faktor penentu kepercayaan muzakki, ketika muzakki sadar bahwa zakat harus disalurkan melalui lembaga zakat maka ketika muzakki sadar akan peran lembaga zakat maka semakin tinggi tingkat kepercayaan muzakki ASN juga akan meningkat. Hasil penelitian Rusniati (2019) pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga dapat dikaitkan terhadap penelitian ini apabila pengetahuan muzakki terhadap lembaga BAZNAS baik maka kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat juga akan meningkat.

Reputasi terbentuk dari bagaimana lembaga melaksanakan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan utama pada segi layanan. Reputasi juga terbentuk berdasarkan impresi dan pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu, sehingga membangun sikap mental. Reputasi akan diperhatikan publik dari waktu ke waktu dan akhirnya akan membentuk suatu pandangan positif yang akan dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain.

Reputasi lembaga merupakan persepsi yang berkembang dalam benak publik

mengenai realitas dari perusahaan atau lembaga itu. Setiap perusahaan harus mempunyai reputasi di masyarakat, dan reputasi itu sendiri dapat berperingkat baik, sedang, atau buruk. Reputasi buruk melahirkan dampak yang negatif bagi operasional perusahaan atau lembaga dan juga dapat melemahkan kemampuan bersaing. Reputasi yang baik dari suatu organisasi merupakan aset yang sangat penting karena reputasi mempunyai suatu dampak persepsi masyarakat dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Reputasi yang kuat dan baik akan menggiring muzakki percaya dalam menitipkan zakatnya melalui BAZNAS. Sebaliknya, buruknya reputasi hanya akan mengakibatkan rendahnya minat Muzakki dalam menitipkan zakatnya melalui BAZNAS.

Badan atau Lembaga Amil Zakat merupakan organisasi sosial ekonomi dalam masyarakat Islam. Dengan kehadiran lembaga zakat telah memberikan cukup besar kontribusi dalam memberdayakan kaum muslimin. Karena dari dana-dana muzakki segala program lembaga zakat bisa diimplementasikan. Lembaga zakat mempunyai reputasi tersendiri dalam kehidupan bermasyarakat. Ketika Muzakki ASN menaruh kepercayaannya terhadap lembaga zakat BAZNAS maka reputasi organisasi BAZNAS akan meningkat sehingga akan menggiring ASN percaya dalam menitipkan zakatnya ke BAZNAS.

Dengan demikian, *good corporate governance*, kualitas pengetahuan dan reputasi lembaga merupakan faktor terpenting dalam menentukan kepercayaan para muzakki dalam menitipkan zakatnya ke BAZNAS.

Sehingga, berdasarkan fenomena di lapangan dan juga rekomendasi dari beberapa penelitian terdahulu, maka diperlukan serangkaian penelitian dalam rangka upaya, **Meningkatkan Reputasi BAZNAS Kabupaten Kudus Melalui Penguatan Kepercayaan Organisasional.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana meningkatkan reputasi BAZNAS Kabupaten Kudus? Sedangkan pertanyaan penelitian dapat di susun sebagai berikut:

1. Bagaimana Kepercayaan Organisasional mampu meningkatkan Reputasi Lembaga BAZNAS Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana *Good Corporate Governance* mampu mempengaruhi tingkat kepercayaan para Muzakki?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pengetahuan yang dimiliki oleh para Muzakki terhadap tingkat Kepercayaan Muzakki terhadap Lembaga BAZNAS Kabupaten Kudus?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan yang telah diidentifikasi di atas yaitu:

1. Untuk menjelaskan pengaruh Kepercayaan Organisasional mampu meningkatkan Reputasi Lembaga BAZNAS Kabupaten Kudus.
2. Untuk menjelaskan pengaruh *Good Corporate Governance* mampu mempengaruhi tingkat kepercayaan para Muzakki
3. Untuk menjelaskan pengaruh Kualitas Pengetahuan yang dimiliki oleh para Muzakki terhadap tingkat Kepercayaan Muzakki terhadap Lembaga BAZNAS Kabupaten Kudus.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran berkaitan tentang *Good Corporate Governance* dan Kualitas Pengetahuan terhadap tingkat Kepercayaan ASN melalui Reputasi Organisasi di lembaga zakat dan juga menambah khazanah keilmuan terutama dalam bidang ilmu zakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademisi

Sebagai referensi dan tambahan literatur kepustakaan, khususnya untuk jenis penelitian yang membahas mengenai zakat.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam melakukan suatu penilaian mengenai *Good Corporate Governance* dan Pengetahuan terhadap Reputasi Lembaga melalui Kepercayaan sehingga akan lebih meyakinkan muzakki ASN dalam menyalurkan dana zakatnya melalui BAZNAS.

c. Bagi Lembaga Amil Zakat Kabupaten Kudus

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan sumber informasi sebagai pengukuran *Good Corporate Governance*, Kualitas Pengetahuan, Kepercayaan, dan Reputasi Lembaga dalam persepsi publik.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Zakat

Zakat merupakan kata dasar (masdar) yang berarti berkah, tumbuh, bersih dan baik. Menurut Ibn Manzur dalam Lisan al- 'Arab, zakat sekiranya ditinjau dari sudut bahasa bermakna tumbuh, berkat dan terpuji yang mana semua perkataan ini digunakan dalam Al-Quran dan Al-Hadist. Zakat menurut istilah adalah hak yang wajib dikeluarkan daripada harta. Berikut ialah definisi yang dikemukakan oleh para fuqaha': Dalam mazhab Syafi'i, zakat didefinisikan kadar yang ditentukan dari beberapa jenis harta, yang wajib dikeluarkan kepada golongan manusia tertentu apabila cukup syarat tertentu. Para fuqaha' mazhab Maliki, mendefinisikan zakat adalah mengeluarkan sebagian yang khusus daripada harta yang khusus yang telah mencapai had kuantiti yang mewajibkan zakat kepada orang yang berhak menerimanya (mustahiq) dengan syarat pemilikan itu penuh dan mencapai hawl (setahun), bukan bertambah barang dan bukan pertanian. Para fuqaha' mazhab Hanafi, pula mendefinisikan zakat sebagai menjadikan sebahagian harta yang khusus daripada harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus, yang ditentukan oleh syarak karena Allah SWT.

B. Rukun dan Syarat Zakat

Rukun Zakat

Rukun zakat adalah mengeluarkan sebagian dari nishab (harta), dengan melepaskan kepemilikan terhadapnya, menjadikannya sebagai milik orang fakir, dan menyerahkannya kepadanya atau harta tersebut diserahkan kepada wakilnya; yakni imam atau orang yang bertugas untuk memungut zakat.

Syarat Wajib Zakat

Zakat mempunyai beberapa syarat wajib dan syarat sah. Menurut kesepakatan para ulama, bahwa syarat wajib zakat sebagai berikut:

1. Merdeka,

Merdeka menurut jumbuh ulama zakat wajib bagi seorang tuan karena dia yang memiliki harta secara penuh. Menurut Imam Malik, tidak ada kewajiban

zakat pada harta milik seorang hamba sahaya, baik atas nama hamba sahaya itu sendiri maupun atas nama tuannya karena harta milik hamba sahaya tidak sempurna (naqish), padahal zakat pada hakikatnya hanya diwajibkan pada harta yang dimiliki secara penuh.

2. Muslim

Menurut Ijma' zakat tidak wajib atas orang kafir karena zakat merupakan ibadah yang suci sedangkan orang kafir bukan orang suci maka tidak wajib mengeluarkan zakat.

3. Baligh dan berakal

Keduanya dipandang sebagai syarat oleh mazhab Hanafi. Dengan demikian, zakat tidak wajib diambil dari harta anak kecil dan orang gila sebab keduanya tidak termasuk dalam ketentuan orang yang wajib mengerjakan ibadah seperti shalat dan puasa. Sedangkan menurut jumhur ulama, keduanya bukan merupakan syarat.

4. Harta yang dikeluarkan adalah harta yang wajib dizakati

Harta yang mempunyai kriteria ini ada lima jenis, yaitu: uang emas dan perak, barang tambang dan barang temuan, barang dagangan, hasil tanaman dan buah-buahan, dan binatang ternak. Harta yang dizakati disyaratkan produktif, yakni salah satu makna zakat adalah berkembang dan dihasilkan dari barang-barang yang produktif.

5. Harta yang dizakati telah mencapai nisab atau senilai dengannya

Harta yang dizakati telah mencapai nisab atau senilai dengannya yakni nisab yang ditentukan oleh syara' sebagai tanda kayanya seseorang dan kadar-kadar berikut yang mewajibkannya zakat.

6. Harta yang dizakati adalah milik penuh

Harta yang dizakati adalah milik penuh, Imam Syafi'i berpendapat bahwa yang dimaksud dengan harta yang dimiliki secara penuh ialah harta yang dimiliki secara asli, penuh dan ada hak untuk mengeluarkannya.

7. Kepemilikan harta telah mencapai setahun

Kepemilikan harta mencapai setahun, menurut hitungan qamariyah, haul dijadikan syarat dalam zakat. Menurut Mazhab Maliki, tibanya masa setahun menjadi syarat untuk zakat emas, perak, perdagangan, dan binatang ternak. Tetapi tidak akan menjadi syarat untuk zakat barang tambang, barang temuan, dan harts (tanaman biji-bijian dan tanaman yang menghasilkan minyak nabati).

8. Harta tersebut bukan merupakan harta hasil utang

Harta tersebut bukan merupakan harta hasil utang, Mazhab Hanafi berpendapat bahwa utang berkaitan dengan hak hamba mencegah kewajiban zakat, baik utang karena Allah seperti zakat dan pajak bumi maupun utang kepada manusia.

9. Harta yang akan dizakati melebihi kebutuhan pokok

Harta yang akan dizakati melebihi kebutuhan pokok, Imam Hanafi mensyaratkan agar harta yang wajib dizakati terlepas dari hutang dan kebutuhan pokok, sebab orang yang sibuk mencari harta untuk kedua hal ini sama dengan orang yang tidak mempunyai harta

C. Syarat Sah Pelaksanaan Zakat

- 1) Niat, ditujukan kepada Allah dengan berpegang teguh bahwa zakat merupakan kewajiban yang telah ditetapkan Allah dan senantiasa mengharapkan keridhaannya. Menurut Imam Hanafi, niat diwajibkan ketika menunaikan kewajiban tersebut atau sesudahnya. Sedangkan menurut Imam Malik dan Imam Syafi'i, niat itu dilakukan ketika menunaikannya.
- 2) Tamlik (Memindahkan Kepemilikan Harta Kepada Penerimaanya), Ulama fiqh sepakat, untuk keabsahan zakat harta yang dikeluarkan sebagai zakat bersifat milik bagi orang yang berhak menerimanya. Apabila sifatnya bukan pemilikan, seperti kebolehan memanfaatkan atau mengkonsumsi saja, maka zakat itu tidak sah.

2.2 *Good Corporate Governance*

Aggarwal (2013) menekankan *Good Corporate Governance* sebagai inisiatif untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam membentuk kepercayaan muzakki di BAZNAS. *Good Corporate Governance* dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada para muzakki untuk menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi. *Good Corporate Governance* dalam organisasi pengelola zakat adalah keyakinan muzakki bahwa organisasi pengelola zakat memiliki tata kelola yang efisien untuk memenuhi kepentingan terbaik muzakki untuk menyalurkan zakat (Lovenia and Adnan 2017). Kepercayaan merupakan suatu konsep yang dapat muncul baik di tingkat individu maupun di tingkat organisasi (Iscan and Sayin, 2010). *Organizational trust* merupakan kepercayaan kepada organisasi dan dalam kepercayaannya di dukung oleh organisasi. Guinot et al. (2014) adanya *organizational trust*, seseorang dapat percaya kepada organisasi dan berfikir bahwa organisasi akan memberikan layanan yang terbaik kepadanya.

Kepercayaan muzakki terhadap Lembaga pengelola zakat merupakan hal yang perlu di perhatikan. Menurut Roziq et al. (2021) masih adanya faktor yang mempengaruhi rendahnya tingkat kepercayaan para muzakki terhadap Lembaga pengelola Zakat. Terkadang rendahnya kepercayaan tersebut disebabkan oleh kurangnya pelayanan dan hasil pengelolaannya yang belum terpublikasi oleh muzakki.

Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Penerapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* bagi dunia sebuah perusahaan sangatlah penting. Prinsip *Good Corporate Governance* yang dikeluarkan oleh OECD menjadi acuan bagi setiap negara yang menerapkannya. Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* yang dikeluarkan oleh OECD (*Organisation for Economic Coperation and Development*) tahun 2004 mencakup hal- hal sebagai berikut (Edo, 2014):

1. Memastikan dasar Perusahaan Kerangka Pemerintahan yang Efektif
2. Hak Pemegang Saham
3. Kesetaraan perlakuan para pemegang saham
4. Peran Pemangku Kepentingan dalam Tata Kelola Perusahaan
5. Keterbukaan dan Transparansi

6. Tanggung jawab Dewan

Selanjutnya setiap negara mengadopsi prinsip-prinsip tersebut dan merealisasikannya sesuai dengan ketentuan masing-masing negara. Pedoman Umum *Good Corporate Governance* di Indonesia disusun oleh Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG). Adapun menurut KNKG, prinsip GCG terdiri dari *Transparency*, *Accountability*, *Responsibility*, *Independency* dan *Fairness* (KNKG, 2011).

a. *Transparency* (Transparansi)

Transparansi adalah penyediaan informasi yang memadai dan mudah diakses oleh pemangku kepentingan. Transparansi diperlukan agar organisasi menjalankan bisnis secara objektif dan sehat.

b. *Accountability* (Akuntabilitas)

Akuntabilitas terdiri dari unsur kejelasan fungsi dalam organisasi dan cara mempertanggung-jawabkannya. Organisasi harus mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu organisasi harus dikelola dengan benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan organisasi dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

c. *Responsibility* (Responsibilitas)

Prinsip responsibilitas, organisasi harus mematuhi peraturan perundang-undangan dan melaksanakan tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga terpelihara kesinambungan, usaha jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai warga korporasi yang baik (*good corporate citizen*).

d. *Independency* (Independensi)

Prinsip independensi (*independency*), organisasi dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan beserta

jajarannya tidak boleh saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak manapun.

e. *Fairness* (Keadilan dan Kesetaraan)

Keadilan dan kesetaraan (*fairness*) adalah kesamaan perlakuan dan kesempatan. Dalam melaksanakan kegiatannya, organisasi senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan prinsip keadilan dan kesetaraan. *Fairness* atau kewajaran salah satu perwujudan adil. Setiap keputusan bisnis, baik dalam skala individu maupun organisasi, dilakukan sesuai kewajaran dan kesetaraan sesuai dengan apa yang biasa berlaku, dan tidak diputuskan berdasar suka atau tidak suka.

Adapun penjelasan mengenai penerapan prinsip GCG di organisasi pengelola zakat menurut Hendian (2016) adalah sebagai berikut:

1. Transparansi, berarti OPZ harus menerapkan prinsip transparansi terhadap seluruh pihak yang terlibat. Penerapan prinsip sangat penting agar OPZ dapat diawasi oleh masyarakat dan pemerintah. Sehingga akan tercipta sistem kontrol yang baik, tidak hanya secara internal tetapi juga secara eksternal. Transparansi di OPZ dapat diwujudkan salah satunya dengan mempublikasikan laporan keuangan secara rutin baik kepada pihak internal maupun eksternal seperti muzakki dan pemerintah.
2. Akuntabilitas, berarti OPZ memegang prinsip amanah dalam mengelola dana zakat. Prinsip ini menekankan harus ada pola tanggungjawab. Akuntabilitas ini telah disusun sistem pelaporan standar akuntansi keuangan yang didasarkan pada fatwa dari Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI).
3. Pertanggungjawaban, berarti OPZ harus tanggap dalam melayani muzakki. Daya tanggap terdiri dari dua aspek yaitu responsif terhadap muzakki dan responsif terhadap kebutuhan mustahik.
4. Kemandirian, berarti bahwa OPZ harus menghindari adanya dominasi dari pihak lain. OPZ harus terhindari dari berbagai konflik kepentingan

yang mencoba mengintervensi yang dapat mengganggu kemandirian OPZ tersebut.

5. Keadilan, berarti OPZ mendistribusikan dana zakat kepada pihak yang berhak mendapatkannya. OPZ juga harus memberikan kesempatan, hak dan kewajiban yang sama terhadap karyawan, mstahik dan muzakki sesuai dengan kontribusi yang diberikan.

Hasil penelitian Ria Yuniar (2020) menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan muzakki. Roziq et al. (2021) menyatakan *good corporate governance* mempengaruhi kepercayaan muzakki dalam menyalurkan zakatnya. Selain itu, penelitian Taolin et al. (2019) juga menyatakan *good corporate governance* yang baik dapat membangun kepercayaan yang kuat. Sehingga, *good corporate governance* pada Lembaga pengelola Zakat akan meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap institusi. Semakin baik GCG di suatu perusahaan maka kepercayaan muzakki juga akan semakin meningkat. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diusulkan adalah:

H1: *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Muzakki

2.3 Kualitas Pengetahuan

Kualitas pengetahuan tentang organisasi merupakan satu hal penting yang perlu diperhatikan oleh organisasi karena faktor ini dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat pada organisasi. Organisasi harus membangun kepercayaan masyarakat karena dampaknya terhadap peningkatan kinerja organisasi dan kualitas pengetahuan yang masyarakat terima. Peneliti menyatakan bahwa tingkat kepercayaan yang rendah pada organisasi dapat berdampak negatif pada tingkat kualitas layanan. Selain itu, ada klaim dalam literatur baru-baru ini bahwa tidak ada cukup penelitian yang berfokus *knowledge quality* pada *organizational trust* (Radević et al, 2021).

Morgan (1994) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepercayaan muncul ketika satu pihak memiliki keyakinan pada kecakapan dan integritas lembaga. Beberapa peneliti menyatakan kepercayaan sangat penting untuk membangun dan

menjaga relasi jangka panjang (Rousseau and Burt, 1998). Kualitas pengetahuan membantu seseorang untuk belajar tentang layanan dan produk yang ada/baru yang disediakan oleh organisasi. Pengetahuan mengacu pada persepsi konsumen seputar bagaimana sebuah organisasi memberikan informasi tentang layanan serta manfaat dari layanan tersebut. Pengetahuan ini penting karena membantu konsumen untuk menyadari, dan menggunakan lebih baik, layanan yang ditawarkan oleh organisasi BAZNAS yang memungkinkan organisasi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka melalui diferensiasi layanan, yang mengarah ke titik perbedaan organisasi non profit dengan organisasi yang lainnya. Dengan demikian, BAZNAS memungkinkan menjadi salah satu organisasi yang dengan cepat menanggapi kebutuhan dan permintaan konsumen pada khususnya untuk melakukan zakat lewat muzakki, apabila pengetahuan sudah didapatkan oleh konsumen maka akan dengan cepat meningkatkan hubungan antara organisasi melewati muzakki dan konsumen, serta meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan oleh organisasi. Pada akhirnya, penelitian menunjukkan bahwa knowledge quality secara langsung memengaruhi niat konsumen sehingga ketika konsumen percaya maka secara otomatis akan berpengaruh ke kepercayaan organisasi (Behnam and Doyle, 2020).

Pengetahuan produk ialah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan tentang manfaat produk berarti pengetahuan yang berkaitan dengan apa saja manfaat yang diperoleh seorang konsumen jika mengkonsumsi suatu produk. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen berarti pula pengetahuan tentang kemampuan produk untuk memenuhi harapan konsumen (Sumarwan, 2015).

Indikator Pengetahuan

Ada beberapa indikator untuk mengetahui pengetahuan zakat menurut Daulay, 2006 antara lain:

1. Tahu atau tidaknya lembaga zakat BAZNAS. Nilai perbuatan seseorang ditentukan dengan ilmu, sehingga antara perbuatan orang yang berilmu dengan perbuatan orang yang tidak berilmu akan berbeda nilainya di sisi Allah SWT.
2. Pengetahuan tentang bersedia atau enggan menyalurkan zakat ke BAZNAS

3. Pengetahuan tentang apakah zakat harus atau tidak disalurkan melalui BAZNAS. Pengetahuan yang ilmiah dan objektif agar tercapai, diperlukan sikap yang bersifat ilmiah yang mendukung tujuan ilmu itu sendiri. Sehingga benar- benar objektif, terlepas dari prasangka pribadi yang bersifat subjektif.

Menurut penelitian Rusniati (2019) pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga dapat dikaitkan terhadap penelitian ini apabila pengetahuan muzakki terhadap lembaga BAZNAS baik maka kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat juga akan meningkat. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang diusulkan adalah:

2.4 Kepercayaan Organisasional

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

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 (Hamzah Zulfadli, 2020), muzakki yang telah yakin terhadap suatu lembaga amil zakat maka ia akan terus membayarkan zakatnya pada lembaga amil zakat tersebut (Arim Nasim, Muhammad Rizqi Syahri Romdhon 2014)

Kepercayaan organisasi atau *organizational trust* merupakan keyakinan dan kepercayaan individu yang secara penuh kepada organisasi serta semua aspek maupun elemen yang terdapat di dalamnya, untuk berbuat jujur dan terbuka dalam setiap kegiatan maupun kebijakan yang dilakukan (Cumming dan Bromiley, 1996)

Adapun yang menjadi indikator kepercayaan dalam penelitian ini adalah (Wibowo, 2006):

1. Keterbukaan
2. Kejujuran
3. Integritas
4. Kompeten
5. Sharing
6. Penghargaan
7. Akuntabilitas

Semakin baik tingkat Kepercayaan Organisasional maka Reputasi Lembaga BAZNAS juga akan mengalami peningkatan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang diusulkan adalah:



2.5 Reputasi Lembaga

Reputasi adalah gambaran setiap orang mengenai pribadi perusahaan, organisasi atau produk. Reputasi adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai oleh dunia. Reputasi itu abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis tetapi dapat dirasakan dari hasil penelitian baik atau buruk seperti penerimaan tanggapan baik positif atau negatif yang khususnya datang dari masyarakat luas Ruslan (2012).

Reputasi lembaga adalah reputasi dari organisasi secara keseluruhan, jadi bukan hanya reputasi pada produk dan pelayanan Jefkins dan Yadin, (2004). Sedangkan hal-hal positif yang meningkatkan reputasi lembaga lebih dikenal dan diterima publik adalah sejarah perusahaan yang gemilang, kualitas pelayanannya, keberhasilan dalam bidang marketing dan berkaitan dengan tanggung jawab sosial Ruslan (2012). Secara logika jika perusahaan sudah pernah mengalami krisis kepercayaan dari publik atau masyarakat umum maka akan membawa dampak negatif terhadap reputasinya, bahkan terjadi penurunan reputasi sampai pada titik yang paling rendah. Bagi sebagian orang, informasi kadangkala tidak mempengaruhi keputusan, tetapi bagi sebagian yang lain informasi tersebut menjadi hal untuk dipertimbangkan.

Farah et al. (2015) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa reputasi sebuah Lembaga Zakat merupakan faktor ekstrinsik yang berpengaruh terhadap minat muzakki. Pengukuran variabel reputasi menggunakan indikator progresif dan inovatif, memuaskan, fleksibilitas, orientasi muzakki, dapat dipercaya dan kesehatan keuangan. Hipotesis penelitian:

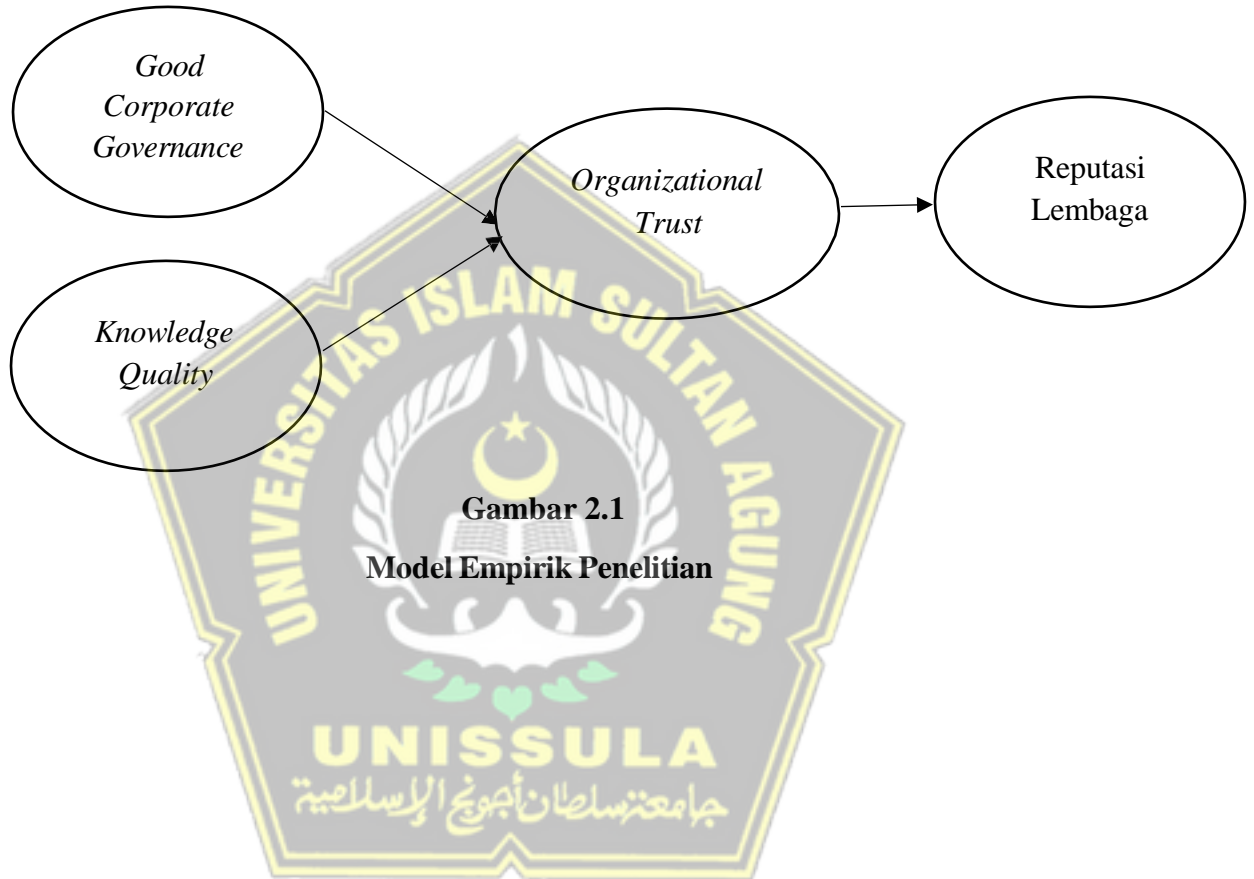
***H1: Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Muzakki**

***H2: Kualitas Pengetahuan Muzakki terhadap Lembaga BAZNAS* berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Organisasional**

***H3: Kepercayaan Organisasional* berpengaruh positif terhadap Reputasi Lembaga**

2.6 Model Penelitian

Berdasarkan kajian pustaka maka model empirik penelitian ini nampak pada Gambar 2.1. Pada gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa *Organizational Trust* dipengaruhi oleh *Good Corporate Governance* dan *Knowledge Quality*. Sedangkan *Organizational Trust* mampu meningkatkan Reputasi Lembaga.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Dalam penelitian ini, peneliti terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dari mustahik di BAZNAS Kabupaten Kudus mengenai *good corporate governance*, kualitas pengetahuan, reputasi lembaga dan kepercayaan dalam menyalurkan zakatnya di BAZNAS Kabupaten Kudus. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka angka dan analisis menggunakan statistik Sugiyono (2015).

3.2 Variabel dan Indikator

Variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2012). Variabel penelitian ini mencakup *Good Corporate Governance*, Kualitas Pengetahuan, Kepercayaan Organisasional dan Reputasi Lembaga. Uraianya adalah sebagai berikut:

a. *Good Corporate Governance*

Suatu konsep atau sistem yang diterapkan pada manajemen BAZNAS, yang bertujuan untuk mengatur hubungan pihak-pihak yang terlibat didalam organisasi. Serta untuk mengelola organisasi tersebut agar memiliki kinerja yang baik dan sesuai ekspektasi dari masyarakat. *Good Corporate Governance* dalam suatu Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) adalah suatu hal yang penting bagi pembayar zakat (yang sesungguhnya pemilik dari BAZNAS dan LAZ) menyakini bahwa zakat yang mereka bayarkan digunakan secara efisien untuk memenuhi kepentingan terbaik mereka (Lovenia & Adnan,2017)

b. Kualitas Pengetahuan

pengetahuan yang berkaitan dengan apa saja yang diketahui seorang muzakki terhadap lembaga zakat BAZNAS. (Sumarwan, 2015).

c. Reputasi Lembaga

Reputasi merupakan gambaran yang dimiliki setiap orang mengenai pribadi OPZ, kelembagaan atau produk dan layanan. (Ruslan 2012, Farah et al. 2015).

d. Kepercayaan Organisasional

Kepercayaan adalah kemauan atau minat muzakki untuk menggunakan lembaga zakat dalam penyaluran zakatnya terhadap mustahiq zakat karena muzakki yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan (Hamzah Zulfadli, 2020)

Tabel3.1
Variabel dan Indikator

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Pengukuran
<i>Good Corporate Governance</i>	keyakinan yang dimiliki oleh Muzakki bahwa OPZ telah memiliki tata kelola yang efisien untuk memenuhi kepentingan terbaik muzakki (Lovenia & Adnan ,2017 Hendian, 2016)	1. Transparansi : keterbukaan informasi oleh BAZNAS yang dapat diakses oleh masyarakat (publik) 2. Akuntabilitas : pertanggungjawaban atas segala aktivitas kepada pihak yang berkepentingan yang menjadi stakeholder 3. Pertanggungjawaban : kewajiban terhadap segala sesuatu, fungsi menerima pembebanan sebagai akibat dari sikap tindak sendiri atau pihak lain 4. Kemandirian : Kemampuan mengatur tingkah laku yang ditandai kebebasan, inisiatif, rasa percaya diri, kontrol diri, ketegasan diri, serta tanggung jawab terhadap diri	Skala Likert

		sendiri dan orang lain. 5. Keadilan : memberikan hak kepada yang berhak menerima (mustahik).	
Kualitas Pengetahuan	pengetahuan yang berkaitan dengan apa saja yang diketahui seorang muzakki terhadap lembaga zakat BAZNAS. (Sumarwan, 2015).	1. Pengetahuan tentang eksistensi lembaga zakat BAZNAS. 2. Pengetahuan tentang fungsi lembaga BAZNAS Pengetahuan tentang penyaluran zakat melalui BAZNAS.	Skala Likert



<p>Organizational Trust</p>	<p>kemauan atau minat muzakki untuk menggunakan lembaga zakat dalam penyaluran zakatnya terhadap mustahiq zakat karena muzakki yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan (Hamzah Zulfadli, 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbukaan : memberikan akses yang mudah bagi masyarakat dalam memperoleh informasi yang diperlukan 2. Kejujuran : kesesuaian antara informasi dan kenyataan 3. Integritas : gambaran diri dalam suatu organisasi yang terlihat dari perilaku dan tindakan. 4. Kompeten : sikap, pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan seseorang untuk melakukan sesuatu dengan baik 5. Sharing : tindakan dimana kita memberikan apa yang kita miliki kepada orang lain yang membutuhkan 6. Penghargaan : memberikan pelayanan terbaik 7. Akuntabilitas : pertanggungjawaban atas segala aktivitas kepada pihak yang berkepentingan yang menjadi stakeholder 	<p>Skala Likert</p>
------------------------------------	--	--	---------------------

<p>Reputasi Lembaga</p>	<p>merupakan gambaran yang dimiliki setiap orang mengenai pribadi OPZ, kelembagaan atau produk dan layanan. (Rueslan 2012, Farah et al. 2015)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Progresif dan Inovatif : memperbaiki kualitas pelayanan dan terus berinovasi memberikan pelayanan yang terbaik 2. Memuaskan : memberikan pelayanan yang memuaskan kepada muzakki 3. Fleksibilitas : siap menerima juga beradaptasi dengan perubahan 4. Orientasi Muzakki : memberikan informasi kepada muzakki kapanpun dan dimanapun 5. Dapat dipercaya : amanah dengan titipan muzakki 6. Kesehatan Keuangan : menyajikan laporan keuangannya secara transparan dan tidak pernah terjadi penyalahgunaan wewenang. 	<p>Skala Likert</p>
--------------------------------	---	---	---------------------

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dalam penelitian ini berupa hasil pembagian kuesioner terhadap responden, dalam hal ini adalah muzakki ASN yang membayar zakatnya di BAZNAS Kabupaten Kudus yang dipilih secara acak oleh peneliti. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain. Data ini berupa laporan keuangan dari organisasi pengelola zakat, selain itu data yang diperoleh melalui buku-buku, berita online, jurnal dan artikel yang relevan dengan *Good Corporate Governance*, Kualitas Pengetahuan, Reputasi Lembaga dan Kepercayaan Organisasional serta dokumen yang berasal dari organisasi pengelola zakat.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Studi ini metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner, merupakan pengumpulan data secara langsung yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan pada responden. Kuesioner menggunakan google form yang disebarakan kepada individu, dalam hal ini muzakki ASN di Kabupaten Kudus.

3.5 Responden

Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah Muzakki ASN Dinas Pertanian dan PDAM Kabupaten Kudus dengan total populasi 357.

Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi dalam jumlah besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, seperti karena adanya keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang telah diambil dari populasi tersebut *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi yang akan menjadi anggota sampel. Sampel yang diambil adalah minimal 100 muzakki.

3.6 Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Partial Least Square (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan *variance* atau *component-based structural equation modeling*. PLS digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel. Tujuan PLS-SEM adalah untuk mengembangkan atau membangun teori (Ghozali & Latan, 2015). Analisis PLS terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran atau *outer model* dan model struktural atau *inner model*.

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistika deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu data sehingga memberikan informasi yang berguna (Walpole, 1995). Statistik deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi (Sugiyono, 2007).

3.6.2 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Evaluasi model pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori adalah dengan menggunakan pendekatan MTMM (*MultiTrait-MultiMethod*) dengan menguji *convergent validity* dan *discriminant validity*. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Ghozali & Latan, 2015).

3.6.2.1 *Covengent Validity*

Convergent validity dari model pengukuran dengan indikator refleksif dapat dilihat dari korelasi antara item *score*/indikator dengan score konstruknya. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, loading 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima (Ghozali & Latan, 2015).

3.6.2.2 *Discriminant Validity*

Discriminant validity indikator dapat dilihat pada cross loading antara indicator dengan konstruknya. Apabila korelasi konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dengan konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari *average variance extracted* (\sqrt{AVE}) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dengan model. Model dikatakan mempunyai *discriminant validity* yang cukup baik jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya (Ghozali, 2011). Dalam Ghozali & Latan (2015) menjelaskan uji lainnya untuk menilai validitas dari konstruk dengan melihat nilai AVE. Model dikatakan baik apabila AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,50.

3.6.2.3 *Reliability*

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 3.0, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan reliable jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0,70 (Ghozali & Latan, 2015).

3.6.3 Uji Model Pengukuran (Inner Model)

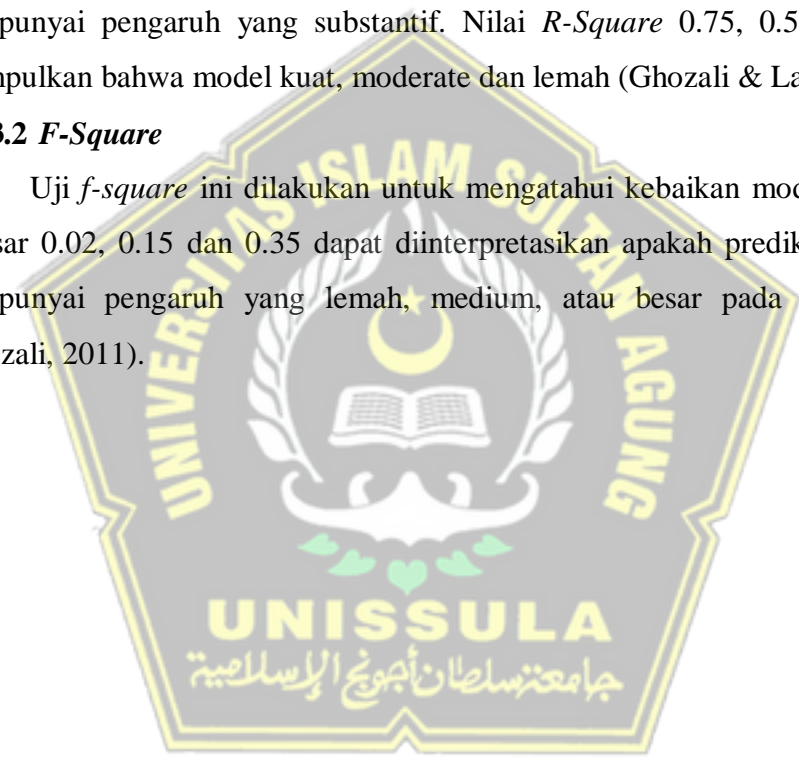
Model struktural atau inner model menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan pada substantive theory.

3.6.3.1 *R-Square*

Dalam menilai model struktural terlebih dahulu menilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan uji *goodness-fit* model. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Nilai *R-Square* 0.75, 0.50 dan 0.25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Ghozali & Latan, 2015).

3.6.3.2 *F-Square*

Uji *f-square* ini dilakukan untuk mengetahui kebaikan model. Nilai *f-square* sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada tingkat struktural (Ghozali, 2011).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Variabel

4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian

Penelitian ini melibatkan 100 responden, dimana responden merupakan Aparatur Sipil Negara di Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Kuesioner disebar di beberapa kantor yang terletak di Kabupaten Kudus, diantaranya Dinas Pertanian dan Pangan dan Kantor PDAM. Berikut ini adalah gambaran karakteristik responden dilihat dari jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan penghasilan perbulan responden berdasarkan hasil pengisian kuesioner:

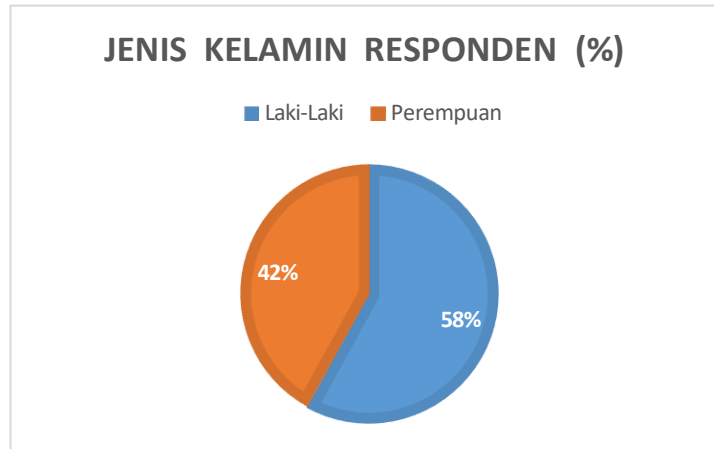
4.1.1.1 Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1: Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi(f)	Presentase(%)
Laki-Laki	58	58%
Perempuan	42	42%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif karakteristik responden pada tabel di atas, hasil analisis menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki (58%) sedangkan sisanya berjenis kelamin perempuan sebanyak 42%. Persentase responden berdasarkan jenis kelamin selengkapnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.1: Jenis Kelamin Responden (%)

4.1.1.2 Pendidikan Responden

Tabel 4.2: Pendidikan Responden

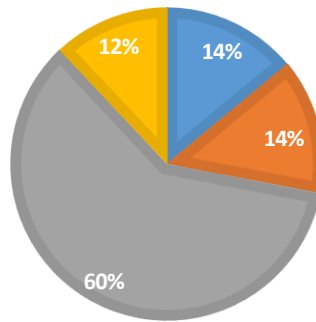
Pendidikan	Frekuensi(f)	Presentase(%)
SMA	14	14%
Diploma	14	14%
Sarjana	60	60%
Pascasarjana	12	12%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif karakteristik responden pada tabel di atas, hasil analisis menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar berpendidikan terakhir Sarjana (60%), SMA (14%), dan Diploma sebanyak (14%), sedangkan sisanya adalah Pascasarjana sebanyak 12%. Hal ini menunjukkan bahwa responden Pegawai Negeri di Kabupaten Kudus sebagian besar adalah lulusan Sarjana. Persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada gambar berikut:

PENDIDIKAN RESPONDEN

■ SMA ■ Diploma ■ Sarjana ■ Pascasarjana



Gambar 4.2: Pendidikan Responden (%)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

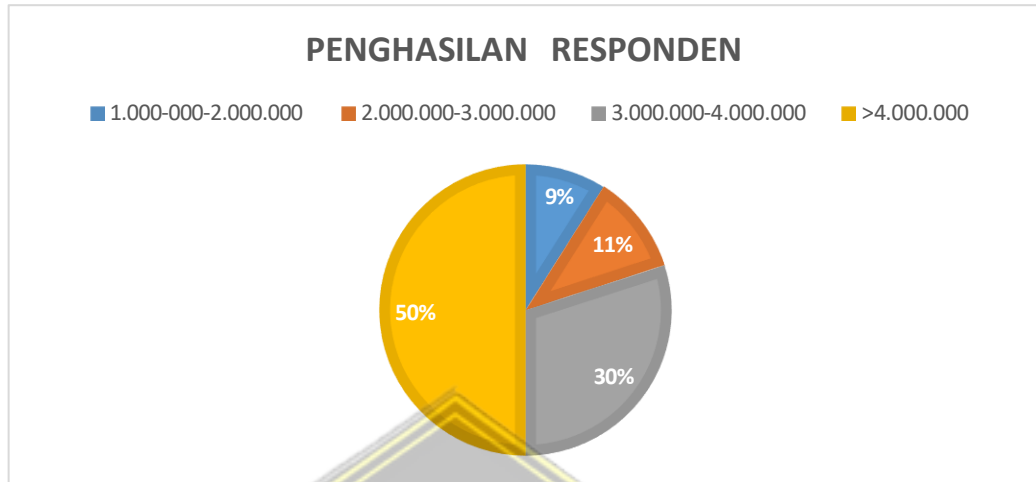
4.1.1.2 Penghasilan Responden

Tabel 4.3: Penghasilan Responden

Penghasilan	Frekuensi(f)	Presentase(%)
1.000.000-2.000.000	9	9%
2.000.000-3.000.000	11	11%
3.000.000-4.000.000	30	30%
>4.00.000	50	50%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif karakteristik responden pada tabel di atas, hasil analisis menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar berpenghasilan >4.000.000 (50%), 3.000.000-4.000.000 (30%), dan 2.000.000-3.000.000 sebanyak (11%), sedangkan sisanya adalah berpenghasilan 1.000.000-2.000.000 sebanyak 9%. Hal ini menunjukkan bahwa responden Pegawai Negeri di Kabupaten Kudus sebagian besar berpenghasilan lebih dari >4.000.000. Persentase responden berdasarkan penghasilan responden dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.3: Penghasilan Responden

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Angka indeks dapat dikembangkan dari deskripsi derajat persepsi responden terhadap variabel penelitian (Ferdinand, 2014). Perhitungan indeks dilakukan dengan rumus:

$$\text{Nilai indeks} = ((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)) / 5$$

dimana:

F1 adalah jumlah responden dengan jawaban 1

F2 adalah jumlah responden dengan jawaban 2

F3 adalah jumlah responden dengan jawaban 3

F4 adalah jumlah responden dengan jawaban 4

F5 adalah jumlah responden dengan jawaban 5

Untuk mendapatkan angka indeks dari jawaban responden terhadap masing-masing variabel, didasarkan pada nilai skor rata-rata (indeks) yang dikategorikan dalam rentang skor berdasarkan perhitungan three box method (Ferdinand, 2014) sebagai berikut:

Nilai indeks maksimum : $(100 \times 5) / 5 = 100$

Nilai indeks minimum : $(100 \times 1) / 5 = 20$

Angka yang mewakili dimulai dari angka 1 sampai 5, sehingga angka indeks yang dihasilkan akan dimulai dari angka 20 sampai dengan 100 dengan rentang sebesar 80. Kriteria tiga kotak (three box method) digunakan untuk membagi tiga rentang sebesar 80 menjadi rentang sebesar 26.67 yang kemudian dipakai sebagai dasar interpretasi nilai indeks yaitu:

20,00 – 46,67 = rendah
46,86 – 73,33 = sedang
73,34 – 100,00 = tinggi

4.1.2.1 Deskripsi Variabel Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) memiliki 5 indikator yang dikembangkan oleh Hendian (2016) yaitu transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, kemandirian dan keadilan. Hasil selengkapnya dari masing-masing indikator dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden mengenai *Good Corporate Governance (GCG)*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Indeks	Keterangan
1	Transparansi	0.0	0.0	14.0	38.0	38.0	86.8	Tinggi
2	Akuntabilitas	0.0	1.0	13.0	46.0	40.0	85.0	Tinggi
3	Pertanggungjawaban	0.0	0.0	10.0	44.0	46.0	87.2	Tinggi
4	Kemandirian	0.0	0.0	12.0	46.0	42.0	86.0	Tinggi
5	Keadilan	0.0	0.0	14.0	42.0	44.0	86.0	Tinggi
Rata-Rata Indeks							86,2	Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Hasil jawaban responden sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.4 di atas menggambarkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap *Good Corporate Governance (GCG)* yaitu dengan nilai rata-rata 86.2. Rata-rata yang tinggi menunjukkan bahwa good corporate governance BAZNAS Kabupaten

Kudus sudah baik. Indikator tertinggi ditunjukkan oleh indikator pertanggungjawaban yaitu BAZNAS Kabupaten Kudus responsif terhadap muzakki dan responsif terhadap kebutuhan mustahik. Hasil ini dapat diartikan bahwa BAZNAS merespon muzakki dengan baik terkait data atau laporan yang dibutuhkan muzakki dan responsive dengan kebutuhan mustahiq terkait dengan apa saja yang dibutuhkan mustahiq untuk keberlangsungan hidupnya sesuai dengan ashnaf yang ada.

4.1.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Pengetahuan

Kualitas pengetahuan memiliki 3 indikator yang dikembangkan oleh Dauly (2006) yaitu pengetahuan tentang eksistensi lembaga zakat BAZNAS, pengetahuan tentang fungsi lembaga BAZNAS dan pengetahuan tentang penyaluran zakat melalui BAZNAS. Hasil selengkapnya dari masing-masing indikator dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.5: Hasil Jawaban Responden mengenai Kualitas Pengetahuan

No	Indikator	1	2	3	4	5	Indeks	Keterangan
1	Pengetahuan tentang eksistensi lembaga zakat BAZNAS	0.0	0.0	9.0	44.0	47.0	87.6	Tinggi
2	Pengetahuan tentang fungsi lembaga BAZNAS	0.0	0.0	15.0	43.0	42.0	85.4	Tinggi
3	Pengetahuan tentang penyaluran zakat melalui BAZNAS	0.0	0.0	14.0	46.0	40.0	85.2	Tinggi
Rata-Rata Indeks							86,1	Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Hasil jawaban responden sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.5 di atas menggambarkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap Kualitas Pengetahuan yaitu dengan nilai rata-rata 86.1. Rata-rata yang tinggi

menunjukkan bahwa kualitas pengetahuan muzakki sudah baik. Indikator tertinggi ditunjukkan oleh indikator pengetahuan tentang eksistensi lembaga zakat BAZNAS yaitu muzakki memiliki pengetahuan yang cukup tentang keberadaan BAZNAS Kabupaten Kudus. Hasil ini dapat diartikan bahwa muzakki ASN sadar akan kehadiran BAZNAS sebagai badan resmi yang mengelola zakat.

4.1.2.3 Deskripsi Variabel Kepercayaan Organisasional

Kepercayaan Organisasional memiliki 7 indikator yang dikembangkan oleh Wibowo (2006) yaitu keterbukaan, kejujuran, integritas, kompeten, sharing, penghargaan dan akuntabilitas. Hasil selengkapnya dari masing-masing indikator dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.6: Hasil Jawaban Responden mengenai Kepercayaan Organisasional

No	Indikator	1	2	3	4	5	Indeks	Keterangan
1	Keterbukaan	0.0	0.0	19.0	45.0	36.0	83.4	Tinggi
2	Kejujuran	0.0	0.0	19.0	46.0	35.0	83.2	Tinggi
3	Integritas	0.0	1.0	15.0	47.0	37.0	84.0	Tinggi
4	Kompeten	0.0	0.0	17.0	45.0	38.0	84.2	Tinggi
5	Sharing	0.0	2.0	11.0	52.0	35.0	84.0	Tinggi
6	Penghargaan	0.0	0.0	18.0	48.0	38.0	87.2	Tinggi
7	Akuntabilitas	0.0	0.0	22.0	43.0	35.0	82.6	Tinggi
Rata-Rata Indeks							84.1	Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Hasil jawaban responden sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.6 di atas menggambarkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap kepercayaan organisasional yaitu dengan nilai rata-rata 84.1. Rata-rata yang tinggi menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap Lembaga BAZNAS. Indikator tertinggi ditunjukkan oleh indikator Penghargaan yaitu Baznas Kabupaten Kudus menghormati dan menghargai semua kalangan/semua pihak baik itu para muzakki maupun kepada masyarakat yang membutuhkan informasi. Hasil ini dapat diartikan bahwa pengelola zakat

menghormati muzakki maupun mustahiq dalam memberikan informasi yang dibutuhkan muzakki dan mustahiq, sehingga memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi.

4.1.2.4 Deskripsi Variabel Reputasi Lembaga

Reputasi Lembaga memiliki 7 indikator yang dikembangkan oleh Farah et. Al (2015) yaitu progresif dan inovatif, memuaskan, fleksibilitas, orientasi muzakki, Dapat dipercaya dan kesehatan keuangan. Hasil selengkapnya dari masing-masing indikator dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.7: Hasil Jawaban Responden mengenai Reputasi Lembaga

No	Indikator	1	2	3	4	5	Indeks	Keterangan
1	Progresif & Inovatif	0.0	0.0	7.0	44.0	49.0	88.4	Tinggi
2	Memuaskan	0.0	0.0	9.0	54.0	37.0	85.6	Tinggi
3	Fleksibilitas	0.0	0.0	15.0	46.0	39.0	84.8	Tinggi
4	Orientasi Muzakki	0.0	0.0	17.0	46.0	37.0	84.0	Tinggi
5	Dapat dipercaya	0.0	0.0	8.0	52.0	40.0	86.4	Tinggi
6	Kesehatan Keuangan	0.0	0.0	12.0	49.0	39.0	85.4	Tinggi
Rata-Rata Indeks							85,8	Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Hasil jawaban responden sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.7 di atas menggambarkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap reputasi lembaga yaitu dengan nilai rata-rata 85.8. Rata-rata yang tinggi menunjukkan bahwa reputasi lembaga sudah baik. Indikator tertinggi ditunjukkan oleh indikator progresif dan inovatif yaitu Baznas Kabupaten Kudus adalah lembaga yang terus memperbaiki kualitas dan layanan kepada muzakki. Hasil ini dapat diartikan

bahwa baznas berusaha memperbaiki kualitas dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada muzakki sehingga muzakki semakin percaya dengan pengelolaan di baznas kabupaten kodus.

4.2 Analisis Data

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis beberapa faktor yang dapat meningkatkan Reputasi lembaga. Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu *good corporate governance* (GCG), kualitas pengetahuan, kepercayaan organisasional dan reputasi lembaga. Sebanyak lima hipotesis dikembangkan dan diuji dalam penelitian ini.

4.2.1 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data *Partial Least Square* (PLS) menggunakan software SmartPls 3.0 yang membutuhkan dua tahap untuk menilai Fit Model yaitu dengan uji *Outer Model* dan uji *Inner Model*.

4.2.1.1 Uji Outer Model

Analisa Outer Model ini untuk mengetahui hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya, atau dapat dikatakan bahwa outer mode mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Tiga kriteria pengukuran digunakan dalam teknik analisa data menggunakan SmartPLS untuk menilai model. Tiga pengukuran itu adalah *Convergent Validity*, uji reliabilitas (*Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*), dan *Discriminant validity*

A. *Convergent Validity*

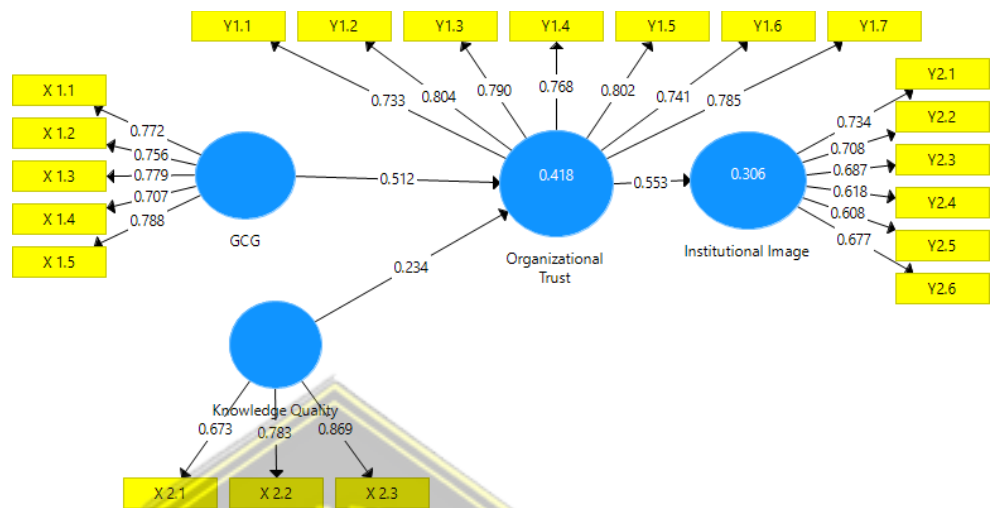
Sesuai aturan umum (*rule of thumb*), nilai *loading factor* indikator dikatakan valid jika ≥ 0.7 . Namun demikian dalam pengembangan model atau indikator baru, nilai *loading factor* antara 0.5 – 0.6 masih dapat diterima (Yamin dan Kurniawan, 2011 dalam Haryono, 2017:405). Indikator dikatakan valid jika nilai *loading factor* di atas 0.5 (nilai *Original Sample*), dan nilai probabilitas (*P values*) di bawah 0.05.

Tabel 4.8: Uji Validitas

Variabel	Indikator	Outer Loadings
Good Corporate Governance (GCG)	GCG01	0.772
	GCG02	0.756
	GCG03	0.779
	GCG04	0.707
	GCG05	0.788
Kualitas Pengetahuan/ Knowledge Quality	KP01	0.673
	KP02	0.783
	KP03	0.869
Kepercayaan Organisasional/ Organizational Trust	KO01	0.733
	KO02	0.804
	KO03	0.790
	KO04	0.768
	KO05	0.802
	KO06	0.741
	KO07	0.785
Reputasi Lembaga/ Institutional Reputation	CL01	0.734
	CL02	0.708
	CL03	0.687
	CL04	0.618
	CL05	0.608
	CL06	0.677

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas. Dari output tersebut dapat diketahui bahwa semua item sudah valid, karena nilai loading factor di atas 0.5. Model hasil uji validitas terlihat pada Gambar 4.4 di bawah



Gambar 4.4: Model Uji Validitas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

B. Uji Reliabilitas (*Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*) dan Uji nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

1) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstuk. Suatu alat ukur atau instrumen yang berupa kuesioner dikatakan dapat memberikan hasil ukur yang stabil atau konstan, bila alat ukur tersebut dapat diandalkan atau reliabel. Reliabilitas instrumen penelitian dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan *Composite Reliability* dan koefisien *Cronbach's Alpha*. Menurut Chin (1998) dalam Ghozali dan Latan (2015), persyaratan yang digunakan untuk menilai reliabilitas yaitu nilai *Chronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0.70 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0.60 – 0.70 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*. Berikut merupakan data hasil analisis dari pengujian *Composite Reliability* maupun *Cronbach's Alpha*:

Tabel 4.9: Hasil Pengujian Cronbach's Alpha, Composite Realibility dan Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>AVE</i>
<i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	0,818	0,873	0,579
Kualitas Pengetahuan	0,674	0,821	0,607
Kepercayaan Organisasional	0,889	0,913	0,601
Reputasi Lembaga	0,761	0,832	0,454

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Hasil pengujian berdasarkan output di atas menunjukkan bahwa hasil *Composite Reliability* variable *good corporate governance*, kualitas pengetahuan dan reputasi lembaga menunjukkan nilai yang memuaskan yaitu nilai masing-masing variabel diatas nilai 0.7. Hal tersebut menunjukkan konsistensi dan stabilitas instrumen yang digunakan tinggi. Namun, variabel reputasi lembaga menunjukkan bahwa hasil *Cronbach's Alpha* dibawah 0.7 namun masih dapat dikatakan bahwa penelitian ini reliabel.

2) Uji nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dapat menggambarkan besaran varian atau keragaman variabel manifes yang dapat dikandung oleh konstruk laten. Nilai ideal pada *Average Variance Extracted (AVE)* adalah 0.5 yang berarti *Convergent Validity* baik. Hal ini menunjukkan bahwa variabel laten dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya. Kriteria *Average Variance Extracted (AVE)* agar suatu variabel valid adalah harus di atas 0.50 (Haryono, 2017). Hasil pengujian pada Tabel 4.9 di atas (lihat pada kolom AVE) menunjukkan bahwa variable *good corporate governance*, kepercayaan organisasional dan reputasi lembaga memiliki validitas konvergen baik. Namun, variabel kualitas pengetahuan nilainya dibawah 0.50. Hal ini menunjukan bahwa ada satu variable yang tidak valid secara konvergen sehingga validitasnya kurang baik.

C. Uji *Discriminant Validity*

Discriminant Validity menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi apakah nilai konstraknya lebih baik daripada nilai konstruk lainnya dengan melihat nilai korelasi konstruk pada *Cross Loadings*. Beberapa cara untuk melihat *Discriminant Validity* adalah sebagai berikut:

1) **Melihat Nilai *Cross Loading***

Discriminant Validity dapat diukur dengan melihat nilai *Cross Loading*. Jika semua indikator mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dengan masing-masing konstraknya dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi indikator pada blok konstruk pada kolom lainnya, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator dalam blok adalah penyusun konstruk dalam kolom tersebut (Haryono, 2017:421). Hasil pengukuran *Cross Loadings* dapat dilihat pada Tabel 4.10 dibawah:

Tabel 4.10: Hasil Pengukuran Nilai *Cross Loadings*

Indikator	<i>Good Corporate Governance</i>	<i>Knowledge Quality</i>	<i>Organizational Trust</i>	<i>Institutional Reputation</i>
GCG01	0.772	0.362	0.503	0.322
GCG02	0.756	0.308	0.443	0.303
GCG03	0.779	0.254	0.416	0.237
GCG04	0.707	0.339	0.435	0.339
GCG05	0.788	0.339	0.513	0.336
KQ01	0.221	0.673	0.300	0.071

KQ02	0.375	0.783	0.310	0.278
KQ03	0.382	0.869	0.426	0.403
OT01	0.528	0.353	0.733	0.423
OT02	0.530	0.391	0.804	0.425
OT03	0.491	0.286	0.790	0.490
OT04	0.411	0.279	0.768	0.434
OT05	0.468	0.334	0.802	0.505
OT06	0.383	0.392	0.741	0.334
OT07	0.483	0.418	0.785	0.370
CL01	0.170	0.167	0.277	0.734
CL02	0.375	0.242	0.394	0.708
CL03	0.275	0.175	0.472	0.687
CL04	0.286	0.316	0.350	0.618
CL05	0.195	0.164	0.297	0.608
CL06	0.291	0.308	0.375	0.677

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

2) **Membandingkan Nilai Akar *Average Variance Extracted (AVE)***

Discriminant Validity selanjutnya diukur dengan membandingkan nilai akar *Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka

memiliki nilai *Discriminant Validity* yang baik. Hasil pengukuran nilai akar *Average Variance Extracted (AVE)* ditunjukkan pada Tabel 4.11 di bawah.

Table 4.11: Nilai Akar AVE

Indikator	Reputasi Lembaga	GCG	Kepercayaan Organisasional	Kualitas Pengetahuan
Reputasi Lembaga	0.673			
GCG	0.406	0.761		
Kepercayaan Organisasional	0.553	0.611	0.775	
Kualitas Pengetahuan	0.343	0.424	0.451	0.779

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil di atas, dapat dilihat nilai akar *Average Variance Extracted (AVE)* setiap variabel tidak ada masalah karena nilai akar kuadrat AVE lebih besar dari pada korelasi dengan konstruk lainnya. Dengan ini maka dapat dikatakan sesuai uji dengan akar *Average Variance Extracted (AVE)* ini model memiliki *Discriminant Validity* yang baik.

4.2.1.2 Uji Inner Model

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat nilai *R Square* (R^2), *F Square* (f^2), *Predictive Relevance* (Q^2), dan uji *Goodness of Fit* (GoF), serta uji pengaruh antar variabel.

A. Analisis *R Square* (R^2)

Analisis ini untuk mengetahui besarnya persentase variabilitas konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk eksogen. Analisis ini juga untuk mengetahui kebaikan model persamaan struktural. Semakin besar angka *R Square* menunjukkan semakin besar variabel eksogen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen sehingga semakin baik persamaan strukturalnya. Hasil perhitungan nilai *R Square* ditunjukkan pada Tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12: Nilai R *Square*

Variabel	R <i>Square</i>
Kepercayaan	0.306
Organisasional (<i>Organizational Trust</i>)	
Reputasi Lembaga (<i>Institutional Reputation</i>)	0.418

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Menurut Chin (1998) dalam Ghazali dan Latan (2015:81), nilai R *Square* sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 dapat disimpulkan bahwa model kuat, menengah, dan lemah. Berdasarkan hasil pengukuran di atas dapat dikatakan pengaruhnya menengah. Hasil output di atas menunjukkan bahwa nilai R *Square* memiliki arti besarnya persentase sumbangan pengaruh variabel eksogen terhadap endogen. R *Square* variabel *organizational trust* sebesar 0.418 (41,8%) artinya sumbangan pengaruh variabel *good corporate governance* dan kualitas pengetahuan terhadap *organizational trust* 41,8% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti. R *Square* variabel *institutional reputation* sebesar 0.306 (30,6%) artinya sumbangan pengaruh variabel *good corporate governance*, kualitas pengetahuan dan kepercayaan organisasional terhadap reputasi lembaga sebesar 30,6% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti.

B. *Effect size* (f^2)

Rumus persamaan ini digunakan untuk mencari tahu apakah variabel laten endogen dipengaruhi secara kuat oleh variabel laten eksogen (Ghozali dan Latan, 2015: 78). *Effect Size* (f^2) dapat dihitung sebagai berikut:

$$f^2 = \frac{R^2 \text{ include} - R^2 \text{ exclude}}{1 - R^2 \text{ include}}$$

Apabila hasil nilai dari f^2 menghasilkan nilai sebesar 0.02 maka pengaruh variabel laten eksogen adalah kecil, nilai 0.15 maka pengaruh variabel laten eksogen dinyatakan menengah, dan nilai 0.35 maka pengaruh variabel laten eksogen dinyatakan besar (Ghozali dan Latan, 2015:81). Hasil perhitungan nilai *F Square* ditunjukkan pada Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13: Nilai *F Square*

Pengaruh Antar Variabel	<i>F Square</i>
GCG (X1) -> <i>Organizational Trust</i> (Y1)	0.370
<i>Knowledge Quality</i> (X2) -> <i>Organizational Trust</i> (Y1)	0.077
<i>Organizational Trust</i> (Y1) -> <i>Institutional Reputation</i> (Y2)	0.441

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui hasil sebagai berikut:

1. Variabel *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap *Organizational Trust* nilai *f square* sebesar 0.370, maka pengaruhnya tergolong sedang.
2. Variabel *Knowledge Quality* terhadap *Organizational Trust* nilai *f square* sebesar 0.077, maka pengaruhnya tergolong kecil.
3. Variabel *Organizational Trust* terhadap *Institutional Reputation* nilai *f square* sebesar 0.441, maka pengaruhnya tergolong besar.

C. Predictive Relevance (Q^2)

Predictive Relevance (Q^2) dikenal juga dengan nama *Stone-Geisser*. Uji ini dilakukan untuk menunjukkan kapabilitas prediksi model apabila nilai berada di atas 0 (Hussein, 2015:25). Nilai ini didapatkan dengan:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) * (1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2).$$

Di mana R_1^2 , $R_2^2 \dots R_p^2$ adalah *R Square* variabel eksogen dalam model persamaan. Jika $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai *Predictive Relevance*

dan jika nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *Predictive Relevance* (Ghozali dan Latan, 2015:81). Uji Q^2 dihitung dengan dengan Ms. Excel sebagai berikut:

$$Q^2 = (1 - (1 - 0.306)) * (1 - 0.418) = 0.252$$

Dari perhitungan di atas didapatkan hasil 0.252. Karena nilai Q^2 lebih besar dari 0 maka model tersebut memiliki *Predictive Relevance*.

D. *Goodness of Fit Index (GoF)*

Untuk mengevaluasi model struktural dan pengukuran secara keseluruhan. Indeks GoF ini merupakan ukuran tunggal yang digunakan untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Tujuan dari penilaian GoF adalah untuk mengukur kinerja model *Partial Least Square (PLS)* baik pada tahap pengukuran maupun pada model struktural dengan memfokuskan pada prediksi kinerja keseluruhan model (Tetenhaus, 2004 dalam Hussein, 2015:25), yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

Kriteria nilai 0.10 berarti indeks GoF kecil (*small*), nilai 0.25 berarti indeks GoF menengah (*medium*), dan nilai 0.36 berarti indeks GoF besar (*large*) (Ghozali dan Latan, 2015:83). Uji GoF dihitung dengan dengan Ms. Excel sebagai berikut:

$$\text{Average AVE} = \text{Average} (0.601, 0.579, 0.454, 0.607) = 0.560$$

$$\text{Average R}^2 = \text{Average} (0.306, 0.418) = 0.362$$

$$\text{GoF} = \text{SQRT}(0.560 * 0.362) = 0.450$$

Dari perhitungan di atas didapatkan hasil 0.450. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan jika GoF besar.

4.2.2 Pengujian Hipotesis (Pengaruh Antar Variabel)

Dalam tahap pengujian hipotesis ini, maka akan dianalisis apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian

hipotesis yang diajukan dilakukan dengan melihat *Path Coefficients* yang menunjukkan koefisien parameter dan nilai signifikansi *t statistics*. Signifikansi parameter yang diestimasi dapat memberikan informasi mengenai hubungan antar variabel-variabel penelitian. Batas untuk menolak dan menerima hipotesis yang diajukan yaitu menggunakan probabilitas 0.05. Tabel 4.14 di bawah ini menyajikan output estimasi untuk pengujian model struktural:

Tabel 4.14: Hasil Pengukuran *Path Coefficients*

Hipotesis	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	T <i>Statistics</i>	P <i>Values</i>
GCG -> <i>Organizational Trust</i>	0.512	0.510	0.091	5.609	0.000
<i>Knowledge Quality</i> -> <i>Organizational Trust</i>	0.234	0.239	0.082	2.556	0.011
<i>Organizational Trust</i> -> <i>Institutional Reputation</i>	0.553	0.566	0.082	6.736	0.000

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

4.2.2.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis berdasar pada nilai *t statistics* dengan tingkat signifikansi 0.05 (Haryono, 2017:410):

- Ho diterima bila $t \text{ statistics} < 1.96$ (tidak berpengaruh)
- Ho ditolak bila $t \text{ statistics} \geq 1.96$ (berpengaruh)

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis juga berdasar pada nilai signifikansi (Haryono, 2017:410):

- Jika nilai *P Value* > 0.05 maka Ho diterima (tidak berpengaruh)
- Jika nilai *P Value* ≤ 0.05 maka Ho ditolak (berpengaruh)

Hasil Uji Hipotesis 1

Hipotesis 1 dari penelitian ini adalah bila *good corporate governance* semakin tinggi, maka kepercayaan organisasional akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil pengukuran *path coefficient* yang ditunjukkan pada Tabel 4.14 di atas menunjukkan hubungan antar variabel *Good Corporate Governance* (GCG) dan Kepercayaan Organisasional (*Organizational Trust*) yang didapat nilai *P Values* < 0.05 (0.000) dan *t statistics* > 1.96 (5.609), sehingga H_0 ditolak. Nilai koefisien (kolom *Original Sample*) positif artinya pengaruhnya positif, yaitu jika *good corporate governance* meningkat maka kepercayaan organisasional juga meningkat dan sebaliknya.

Hasil Uji Hipotesis 2

Hipotesis 2 dari penelitian ini adalah bila kualitas pengetahuan muzakki terkait Lembaga pengelola zakat tinggi, maka kepercayaan organisasional semakin tinggi. Berdasarkan hasil pengukuran *path coefficient* yang ditunjukkan pada Tabel 4.14 di atas menunjukkan hubungan antar variabel Kualitas Pengetahuan (*Knowledge Quality*) dan Kepercayaan Organisasional (*Organizational Trust*) yang didapat nilai *P Values* < 0.05 (0.011) dan *t statistics* > 1.96 (2.556), sehingga H_0 ditolak. Nilai koefisien (kolom *Original Sample*) positif artinya pengaruhnya positif, yaitu jika kualitas pengetahuan muzakki semakin tinggi kepercayaan terhadap Lembaga pengelola zakat (kepercayaan organisasional) juga meningkat dan sebaliknya.

Hasil Uji Hipotesis 3

Hipotesis 3 dari penelitian ini adalah bila kepercayaan organisasional meningkat, maka Reputasi lembaga baznas semakin tinggi. Berdasarkan hasil pengukuran *path coefficient* yang ditunjukkan pada Tabel 4.14 di atas menunjukkan hubungan antar variabel Kepercayaan Organisasional (*Organizational Trust*) dan Reputasi Lembaga (*Institutional Reputation*) yang didapat nilai *P Values* < 0.05 (0.000) dan *t statistics* > 1.96 (6.736), sehingga H_0 ditolak. Nilai koefisien (kolom *Original Sample*) positif artinya pengaruhnya positif, yaitu jika kepercayaan terhadap Lembaga pengelola zakat (kepercayaan organisasional) semakin tinggi maka Reputasi lembaga juga meningkat dan sebaliknya.

4.2.2.2 Uji Pengaruh Variabel Mediasi

Uji pengaruh variabel mediasi dilakukan dengan pengukuran *Specific Indirect Effect*. Uji ini mengacu pada efek prediktor pada hasil yang diintervensi oleh satu variabel atau lebih yang beroperasi secara berurutan (MacKinnon, 2012). Uji ini untuk mengetahui seberapa besar peran variabel mediasi dalam hal ini *Organizational Trust* memediasi pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Knowledge Quality* terhadap *Institutional Reputation*. Hasil analisis jalur atau uji pengaruh mediasi dapat dilihat pada *output Specific Indirect Effect*, jika nilai *P Values* kurang dari 0.05 maka terjadi pengaruh mediasi. Hasil pengukuran pengaruh tidak langsung dapat dilihat pada Tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15: Hasil Pengukuran *Specific Indirect Effects*

Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistic	P Values
GCG → <i>Organizational Trust</i> → <i>Institutional Reputation</i>	0.283	0.291	0.078	3.619	0.000
<i>Knowledge Quality</i> → <i>Organizational Trust</i> → <i>Institutional Reputation</i>	0.129	0.135	0.056	2.321	0.021

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Hasil Uji Mediasi GCG → *Organizational Trust* → *Institutional Reputation*

Organizational Trust secara signifikan memediasi pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap *Institutional Reputation*. Hal ini berdasarkan analisis *Indirect Effect* yang didapat nilai *P Values* pengaruh tidak langsung *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap *Institutional Reputation* melalui *Organizational Trust* sebesar 0.000 kurang dari 0.05. Artinya jika *Good Corporate Governance* tinggi maka akan meningkatkan kepercayaan organisasional yang selanjutnya akan meningkatkan reputasi lembaga.



Gambar 4.5: Pengaruh *Organizational Trust* dalam memediasi *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Institutional Reputation*

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Hasil Uji Mediasi *Knowledge Quality* → *Organizational Trust* → *Institutional Reputation*

Organizational Trust secara signifikan memediasi pengaruh *Knowledge Quality* terhadap *Institutional Reputation*. Hal ini berdasarkan analisis *Indirect Effect* yang didapat nilai *P Value* pengaruh tidak langsung *Knowledge Quality* terhadap *Institutional Reputation* melalui *Organizational Trust* sebesar 0.021 kurang dari 0.05. Artinya jika kualitas pengetahuan muzakki tinggi maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap organisasi yang selanjutnya akan meningkatkan reputasi lembaga.



Gambar 4.6: Pengaruh *Knowledge Quality* dalam memediasi *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Institutional Reputation*

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

4.2.3 Pembahasan

4.2.3.1 Pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap Kepercayaan Organisasional

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kepercayaan organisasional dipengaruhi oleh *good corporate governance*. Nilai pengaruh positif menunjukkan arah hubungan yang selaras, jika *good corporate governance* suatu perusahaan semakin baik, maka kepercayaan organisasional akan semakin meningkat. Salah satu indikator yang terkuat dari *good corporate governance* adalah organisasi memberikan hak dan kewajiban yang sama terhadap muzakki dan mustahik sesuai kontribusi yang diberikan. Prinsip Keadilan dan kesetaraan (*fairness*) adalah kesamaan perlakuan dan kesempatan. Dalam melaksanakan kegiatannya, organisasi harus senantiasa

memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan prinsip kewajaran dan kesetaraan. *Fairness* atau kewajaran merupakan salah satu perwujudan adil dalam dunia bisnis. Setiap keputusan bisnis, baik dalam skala individu maupun organisasi, hendaklah dilakukan sesuai kewajaran dan kesetaraan sesuai dengan apa yang biasa berlaku, dan tidak diputuskan berdasar suka atau tidak suka. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. Semakin baik *good corporate governance* di suatu perusahaan maka kepercayaan muzakki terhadap lembaga pengelola zakat (kepercayaan organisasional) juga akan semakin meningkat Yuniar (2020).

4.2.3.2 Pengaruh Kualitas Pengetahuan terhadap Kepercayaan Organisasional

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kepercayaan organisasional dipengaruhi oleh kualitas pengetahuan. Nilai pengaruh positif menunjukkan arah hubungan yang selaras, jika kualitas pengetahuan seorang muzakki terhadap lembaga zakat semakin baik, maka kepercayaan muzakki terhadap Lembaga pengelola zakat (kepercayaan organisasional) juga akan semakin meningkat. Salah satu indikator yang terkuat dari kualitas pengetahuan adalah memiliki pengetahuan yang cukup bahwa zakat harus disalurkan melalui BAZNAS. Melihat hal ini, muzakki memiliki kesadaran bahwa lembaga zakat seperti BAZNAS memiliki peran penting dalam masyarakat dimana lembaga ini mengumpulkan dan mendistribusikan zakat. Selain itu peran BAZNAS juga bertujuan untuk mengentaskan kemiskinan dan dapat menjadikan mustahiq menjadi seorang muzakki. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa jika kualitas pengetahuan muzakki terhadap lembaga BAZNAS baik maka kepercayaan organisasional akan meningkat Rusniati (2019).

4.2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Organisasional (*Organizational Trust*) terhadap Reputasi Lembaga

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa reputasi lembaga dipengaruhi oleh kepercayaan organisasional. Nilai pengaruh positif menunjukkan arah hubungan yang selaras, jika kepercayaan muzakki terhadap lembaga pengelola semakin tinggi, makapersepsi muzakki terhadap reputasi lembaga zakat akan semakin meningkat.

Pada hubungan antara kepercayaan organisasional dengan reputasi lembaga, indikator yang terkuat adalah BAZNAS memberikan informasi secara jujur dan juga benar kepada seluruh muzakki. Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari pertanyaan terbuka kuesioner, mereka menyatakan bahwa informasi yang diberikan secara jujur dan benar ditunjukkan dengan memberikan data kepada muzakki terkait pengumpulan dan pendistribusian yang dilakukan oleh BAZNAS. Melihat hal ini tentunya organisasi harus memastikan agar informasi yang diberikan kepada muzakki benar dan jujur melalui data-data yang disebarkan kepada muzakki dan bukti pendistribusian yang dilakukan BAZNAS kepada mustahik. Kepercayaan antara muzakki dan organisasi seperti lembaga badan amil zakat merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dapat menjaga relasi jangka panjang (Cook 1980). Hoe (2007) menekankan jika tidak ada nya rasa kepercayaan dari seseorang (muzakki), maka mereka cenderung tidak akan menyalurkan zakatnya melalui lembaga amil zakat karena kepercayaan yang rendah akan mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan. Kepercayaan pada organisasi sangat bergantung pada keyakinan dan kejujuran.



BAB V

KESIMPULAN

Bab ini menyimpulkan temuan yang didapati setelah melakukan penelitian mengenai model meningkatkan reputasi lembaga zakat BAZNAS Kabupaten Kudus melalui penguatan kepercayaan organisasional. Temuan yang didapat dapat digunakan oleh praktisi maupun akademisi untuk lebih dapat meningkatkan praktik meningkatkan Reputasi lembaga khususnya dalam hal penguatan kepercayaan organisasional. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang selanjutnya dapat menjadi riset gap bagi peneliti mendatang untuk menggali lebih dalam.

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

5.1.1 Masalah Penelitian

Mengacu pada hipotesis yang dirumuskan, didapatkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Kepercayaan Organisasional (*Organizational Trust*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara statistik terhadap reputasi lembaga dengan nilai t-

statistik sebesar 6.736 lebih dari t-tabel 1.96 artinya semakin tinggi kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat maka semakin tinggi pula reputasi lembaga zakat, sehingga hipotesis 1 diterima. Indikator terkuat dari hubungan ini adalah Penghargaan. Hasil ini dapat diartikan bahwa pengelola zakat menghormati muzakki maupun mustahiq dalam memberikan informasi yang dibutuhkan muzakki dan mustahiq.

- b. *Good Corporate Governance* (GCG) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara statistik terhadap kepercayaan organisasional dengan nilai t-statistik sebesar 5.609 lebih dari t-tabel 1.96 artinya semakin tinggi *good corporate governance* meningkat maka kepercayaan organisasional juga meningkat dan sebaliknya, sehingga hipotesis 2 diterima. Indikator terkuat dari hubungan ini pertanggungjawaban. Hal ini menunjukkan bahwa Hasil ini dapat diartikan bahwa BAZNAS merespon muzakki dengan baik terkait data atau laporan yang dibutuhkan muzakki dan responsive dengan kebutuhan mustahiq terkait dengan apa saja yang dibutuhkan mustahiq untuk keberlangsungan hidupnya sesuai dengan ashnaf yang ada.
- c. Kualitas Pengetahuan (*Knowledge Quality*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara statistik terhadap kepercayaan organisasional dengan nilai t-statistik sebesar 2.556 lebih dari t-tabel 1.96 artinya jika kualitas pengetahuan muzakki semakin tinggi kepercayaan terhadap Lembaga pengelola zakat (kepercayaan organisasional) juga meningkat dan sebaliknya, sehingga hipotesis 3 diterima. Indikator terkuat dari hubungan ini adalah pengetahuan tentang fungsi lembaga BAZNAS. Hasil ini dapat diartikan bahwa muzakki ASN sadar akan kehadiran BAZNAS sebagai badan resmi yang mengelola zakat.
- d. Kepercayaan Organisasional (*Organizational Trust*) terbukti memediasi hubungan antara *Good Corporate Governance* (GCG) dan Kualitas Pengetahuan (*Knowledge Quality*) dengan Reputasi Lembaga (*Institutional Reputation*).

5.2 Implikasi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang peningkatan reputasi sebuah lembaga. Berdasarkan model empirik yang dikembangkan dalam penelitian ini maka dapat memperkuat konsep-konsep teoritis dan memberikan dukungan empiris terhadap penelitian terdahulu. *Good Corporate Governance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan organisasional. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Yuniar (2020) dan Roziq et.al (2021), dan yang menyatakan bahwa GCG memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepercayaan organisasional. Selanjutnya Taolin et al. (2019) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa *good corporate governance* yang baik dapat membangun kepercayaan.

Kualitas Pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan organisasional. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rusniati (2019) pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga dapat dikaitkan terhadap penelitian ini apabila pengetahuan muzakki terhadap lembaga BAZNAS baik maka kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat juga akan meningkat. Selanjutnya (Behnam and Doyle, 2020) dalam penelitiannya menyatakan kualitas pengetahuan secara langsung memengaruhi niat konsumen sehingga ketika konsumen percaya maka secara otomatis akan berpengaruh ke kepercayaan organisasi.

Kepercayaan organisasional secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi lembaga. Keterikatan kerja juga memediasi hubungan antara *good corporate governance* dan kualitas pengetahuan dengan reputasi lembaga.

Penelitian tentang bagaimana meningkatkan reputasi lembaga masih menjadi hal yang menarik untuk dilakukan oleh banyak peneliti. Menariknya, reputasi lembaga menjadi salah satu faktor agar organisasi dapat dipercaya oleh publik. Di antara beberapa faktor yang mempengaruhi reputasi lembaga adalah kepercayaan terhadap organisasi. Penelitian ini menghasilkan model yang komprehensif bahwa *Good Corporate Governance*, *Knowledge Quality* dan *Organizational Trust* merupakan faktor penentu untuk menjaga Reputasi Lembaga.

5.3 Implikasi Manajerial

- a. *Good Corporate Governance* perlu di perkuat untuk meningkatkan kepercayaan organisasi. Tata kelola yang baik akan memberikan persepi bahwa dana zakat di salurkan dengan baik, transparan dan akuntabel. Untuk meningkatkan *good corporate governance*, BAZNAS kabupaten kudas harus menjaga transparansi, akuntabilitas, dan pertanggungjawabannya seperti melaporkan setiap kegiatan penyaluran zakat, mempublish dan memberikan laporan keuangan lembaga kepada muzakki sehingga muzakki memiliki rasa percaya terhadap BAZNAS.
- b. Kualitas pengetahuan perlu diperkuat untuk meningkatkan kepercayaan organisasi. BAZNAS perlu meningkatkan kualitas pengetahuan para muzakki untuk meningkatkan kepercayaan organisasi. Upaya peningkatan kualitas pengetahuan yang bisa dilakukan BAZNAS adalah membranding lembaga BAZNAS melalui sosial media, aktif menggelar stand BAZNAS di kegiatan-kegiatan masyarakat dan memberikan sosialisasi kepada muzakki terkait tentang fungsi dan peran lembaga BAZNAS di lingkungan masyarakat sehingga muzakki memiliki pengetahuan yang luas terkait eksistensi dan fungsi lembaga zakat BAZNAS kabupaten kudas.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian ini mungkin memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Nilai *R Square* pada penelitian ini masih rendah dimana *R Square* variabel *Organizational Trust* sebesar 0.418 (41,8%) artinya sumbangan pengaruh variabel *Good Corporate Governance* dan Kualitas Pengetahuan terhadap *Organizational Trust* 41,8% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti. *R Square* variabel *Institutional Reputation* sebesar 0.306 (30.6%) artinya sumbangan pengaruh variabel *Good Corporate Governance*, Kualitas Pengetahuan dan Kepercayaan Organisasional terhadap Reputasi Lembaga sebesar 30,6% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti. Karena pengaruh ketiga variabel masih rendah maka ada peluang untuk di teliti dengan variable-variabel lain sehingga kontributor peningkatan reputasi lembaga bisa di picu dari variable lain diluar penelitian ini.

5.5 Agenda Penelitian Kedepan

Studi masa depan dapat fokus pada lebih banyak faktor yang mempengaruhi kepercayaan organisasional. Kedua, penelitian ini didasarkan pada sampel di satu daerah, yang mungkin berbeda dari penelitian lain. Studi masa depan dapat fokus pada penelitian di beberapa bidang sehingga memunculkan lebih banyak perspektif sehingga temuan dapat mewakili jenis organisasi yang lebih luas dan meningkatkan generalisasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2006). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Cummings, L. L., & Bromiley, P. (1996). The Organizational Trust Inventory (OTI): Development and Validation. In R. M. Kramer & T.R. Tyler (Eds.), *Trust in organizations: Frontiers of Theory and Research* (pp.302-330). Thousand Oaks, California : Sage Publications.
- Choiriyah. (2015). Good Corporate Governance Dalam Lembaga. *Islamic Banking*, 7(1), 31–38.
- Daulay, A. H., & Lubis, I. (2006). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Instansi Bazis/Laz Di Kota Medan (Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Medan Tembung). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 3(3), 14844.
- Edo, N. (2014). Penerapan Prinsip-prinsip Good Corporate Governance Pada PT. Pratama Pionir Sentosa. *Agora*, 2(2), 1494–1503.
- Farah Mastura, N. A., & Zainol, B. (2015). Factors influencing zakat compliance behavior on savings. *International Journal of Business and Social Research*, 5(1), 118–128.

Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI). (2002). The essence of good corporate governance konsep dan implementasi perusahaan public dan korporasi indonesia. Jakarta: Yayasan Pendidikan Pasar Modal Indonesia & Sinergy Communication.

Hamzah, Z., & Kurniawan, I. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN ZAKAT DAN KEPERCAYAAN KEPADA BAZNAS KABUPATEN KUANTAN SINGINGI TERHADAP MINAT MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(1), 30–40.

Hendian, A. P. (2016). *Analisis Implementasi Good Corporate Governance Pada Manajemen Zakat di Baznas Kabupaten Bandung*. Fakultas Syari'ah Universitas Islam Bandung (UNISBA).

Jefkins, Frank ; Daniel Yadin. (2004). *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.

Kaihatu, T. S. (2006). Good corporate governance dan penerapannya di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 1–9.

Lovenia, N., & Adnan, M. A. (2017). Analisis Kepuasan Muzakki Terhadap Implementasi Good Corporate Governance Pada Organisasi Pengelola Zakat di Kota Yogyakarta (Studi kasus pada Lembaga Amil Zakat di Yogyakarta). *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 57–67.
<https://doi.org/10.18196/rab.010106>

Mahaendrayasa, P. K. A., & Putri, I. (2017). Pengaruh prinsip-prinsip good corporate governance terhadap kinerja keuangan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21(2), 970–995.

Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G. (1993). Factors affecting trust in market research relationships. *Journal of Marketing*, 57(1), 81–101.

Mustafa, A. (2013). *Organisational behaviour*. Global Professional Publishing Limited.

- Naniyah, E. N. (2019). *Analisis Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Reputasi Lembaga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di BAZNAS Kota Semarang*.
- Nasim, A., & Syahri Romdhon, M. R. (2014). Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan, Pengelolaan Zakat, Dan Sikap Pengelola Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 550. <https://doi.org/10.17509/jrak.v2i3.6603>
- Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG). (2011). *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*. Jakarta.
- Persada, G. (n.d.). Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Piliang, A., Kirmizi, K., & Basri, Y. M. (n.d.). PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2014 SAMPAI 2017. *Jurnal Akuntansi (Media Riset Akuntansi & Keuangan)*, 9(1).
- Ruslan, R. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Rusniati, rusniati, & Rahmawati, R. (2019). Green Product : Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian dan Pengetahuan Pemakaian terhadap Keputusan Pembelian. *Intekna*, 19(1), 1–68. <https://editorial.femaledaily.com/blog/2019/07/22/4-alasan-produk-eco-friendly-lebih-mahal>
- Setiawan, F. (2017). MEMBAYAR ZAKAT PROFESI (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 13–21.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif. Kualitatif*. Bandung : PT Alfabeta

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabeta.

Utari, S. (2019). *Analisis Pengaruh Firm Size, Tipe Industri, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Walpole, Ronald E. (1995). *Pengantar Statistika edisi ke-3*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45–63.

Wibowo. (2006). *Manajemen Perubahan*, Jakarta : PT. Grafindo Persada.

Yunianto, T. (2020). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Muzakki dalam Mengeluarkan Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Salatiga. *Tesis*.

Yuniar, R. (2020). *PENGARUH PRINSIP GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KEPERCAYAAN MUZAKKI (STUDI KASUS MUZAKKI BAZNAS PROVINSI JAWA BARAT)*.

Yunus, M. (2016). *Ekonomi Islam Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri*.