

Falah (YDSF) Surabaya. Kepercayaan donatur tidak terbentuk dalam waktu singkat, tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman yang telah dirasakan para donatur itu sendiri terhadap YDSF Surabaya selama mereka berhubungan dengan YDSF Surabaya. Bila yang didapat sudah sesuai dengan harapan, maka mereka akan merasakan kepuasan tersendiri dan akan terus meningkatkan kepercayaannya terhadap amanah yang telah mereka berikan kepada YDSF Surabaya.

Kepercayaan donatur di Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF) Surabaya tidak jauh beda dengan donatur-donatur pada lembaga amil zakat lainnya. Apabila lembaga amil zakat tersebut menjaga kepercayaan mereka dengan adanya transparansi, pengelolaan zakat yang baik, dan reputasi yang baik pula maka tidak ada keraguan bagi donatur dalam menyampaikan hal-hal yang positif tentang lembaga amil zakat yang dipercayanya, untuk terus berdonasi, meningkatkan jumlah donasinya, dan bahkan akan merekomendasikan kepada orang-orang terdekatnya supaya menjadi donatur pada lembaga yang dipercayanya.

Kepercayaan (*trust*) menjadi isu yang sangat populer dalam bisnis dan pemasaran, karena kepercayaan merupakan faktor yang fundamental dalam mengembangkan loyalitas konsumen. Agama Islam sangat menganjurkan untuk berhubungan baik satu sama lain dengan saling melakukan kebijakan, senantiasa menyambung silaturahmi dan dapat dipercaya oleh orang lain. Sebagaimana dalam surat An Nisaa' ayat 58 yang berbunyi:

artian sebagai pengelola zakat harus mengetahui seluk beluk zakat. Seperti syarat kekayaan wajib zakat, sumber-sumber zakat baik yang terdahulu maupun yang modern, perhitungan-perhitungan zakat, penyaluran zakat, sistem keuangan zakat, atau juga informasi-informasi terkini seputar zakat maupun segala hal yang berhubungan dengan zakat. semua hal tersebut dapat menambah kepercayaan masyarakat karena dengan begitu masyarakat akan merasa tenang dan yakin bahwa dana zakat yang telah diberikannya akan disalurkan sesuai dengan ketentuan dan akan dikelola dengan baik.

- b. Adanya figur di lembaga tersebut yang diketahui masyarakat seakan-akan figur tersebut merupakan jaminan bagi masyarakat, sehingga masyarakat menjadi lebih percaya dan merasa tenang manakala mereka menyalurkan zakatnya kepada lembaga dimana figur tersebut berada. Hal ini disebabkan kondisi masyarakat Indonesia yang paternalistic atau masih menonjolkan figuritas. Kebanyakan yang pertama kali dilihat oleh masyarakat adalah figurnya dan bukan sistemnya ataupun ke-profesionalisme-annya.

2. Pengaruh transparansi laporan keuangan terhadap kepercayaan donatur

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan uji t, didapatkan nilai t hitung untuk variabel transparansi laporan keuangan sebesar 2,166 sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 1,98498. Selain itu, nilai signifikasinya adalah 0,033. Karena t hitung > t tabel ($2,166 > 1,98489$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi (α) 0,05 dan bertanda

penting seperti kegiatan yang akan diadakan oleh YDSF Surabaya yang berupa pelatihan-pelatihan dan kajian kitab.

3. Pengaruh pengelolaan zakat terhadap kepercayaan donatur

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan uji t, didapatkan nilai t hitung untuk variabel pengelolaan zakat sebesar 0,602 sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 1,98498. Selain itu, nilai signifikasinya adalah 0,548. Karena $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($0,602 < 1,98489$) dan nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi (α) 0,05 namun bertanda positif ($0,548 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa pengelolaan zakat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan donatur di Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF) Surabaya.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizqi Syahri Romdhon (2014) yang menyatakan bahwa pengelolaan zakat berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan donatur. Hal ini dikarenakan objek yang digunakan dalam penelitian berbeda.

Pengelolaan zakat pada sebuah lembaga amil zakat terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat. Hal tersebut sesuai dengan Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat. Zakat yang telah diamanahkan oleh donatur terhadap sebuah lembaga amil zakat harus dikelola dengan sebaik-baiknya. Zakat tersebut harus sampai kepada orang-orang yang sangat membutuhkan.

Pengelolaan zakat di YDSF Surabaya dibagi menjadi dua bagian yaitu pengumpulan dana zakat dan pendistribusian zakat. Pengumpulan zakat dimulai dengan tahap perencanaan melalui manajemen database yang dimiliki oleh YDSF Surabaya, hal tersebut dapat membantu YDSF Surabaya dalam menentukan wilayah donatur, profesi donatur, dan lain sebagainya yang terkait dengan donatur. Dalam pelaksanaannya, YDSF Surabaya akan memudahkan donatur dalam membayarkan zakatnya yaitu diantaranya dengan cara layanan ambil zakat yang dilakukan oleh juru pungut (juru pungut) YDSF Surabaya atau dengan cara membuka gerai-gerai pada pusat perbelanjaan. Zakat yang telah terkumpul nantinya akan dikelola sebaik mungkin oleh YDSF Surabaya dan jumlah dana zakat yang telah terkumpul dapat diketahui oleh donatur melalui majalah Al Falah.

Pendistribusian dana zakat juga dilakukan perencanaan yang matang dimana YDSF Surabaya memiliki Rencana Keuangan Anggaran Yayasan (RKAY) yang disusun selama satu tahun. Zakat yang telah terkumpul akan disalurkan kepada 8 *asnaf* dimana untuk fakir miskin zakat yang diberikan telah direncanakan untuk biaya hidup, biaya kesehatan, dan biaya-biaya untuk kebutuhan hidup lainnya. Untuk muallaf YDSF Surabaya bekerjasama dengan lembaga atau wadah dari muallaf untuk melakukan pembinaan mengenai pengetahuan tentang Islam seperti membelikan buku-buku tentang Islam. Untuk amil, YDSF Surabaya tidak mengambil dari dana zakat melainkan dari hasil infaq donatur hal tersebut dilakukan karena jumlah zakat tidak lebih banyak jika dibandingkan dengan

infaq. Untuk Ibnu Sabil YDSF Surabaya sangat berhati-hati dalam memberikan zakat karena menurut mereka di Surabaya banyak sekali resiko. Untuk *fisabilillah* disalurkan untuk *support* dakwah da'I dan guru ngaji di TPQ. Terdapat kriteria dari *fisabilillah* yaitu *fisabilillah* yang tergolong fakir juga semisal guru TPQ yang gajinya tidak lebih dari 200 ribu tetapi dia mengajar setiap hari. Jumlah dana zakat yang telah didistribusikan juga akan dipublikasikan melalui majalah bulanan. Para donatur dapat mengetahui kegiatan penghimpunan dan pendistribusian zakat melalui majalah, *website*, atau melalui karyawan YDSF langsung.

4. Pengaruh reputasi organisasi terhadap kepercayaan donatur

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan uji t, didapatkan nilai t hitung untuk variabel reputasi organisasi sebesar 5,797 sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 1,98498. Selain itu, nilai signifikasinya adalah 0,000. Karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($5,797 > 1,98489$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi (α) 0,05 dan bertanda positif ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa reputasi organisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan donatur di Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF) Surabaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi yang dimiliki YDSF Surabaya dapat meningkatkan kepercayaan donatur di YDSF Surabaya. Berdasarkan teori yang dikemukakan Gaotsi dan Wilson reputasi adalah evaluasi semua *stakeholder* terhadap organisasi sepanjang waktu yang

maupun swasta di Indonesia serta lembaga mancanegara. Selain itu, YDSF juga menjadi 4 besar lembaga amil zakat terbaik dalam survey Majalah SWA edisi 27/XXVI/Desember 2010-Januari 2011. Survey ini dilakukan di tiga kota yaitu, Jakarta, Bandung, dan Surabaya pada bulan September-Oktober 2010 terhadap 29 lembaga amil zakat yang terdaftar secara nasional, dengan melibatkan 676 responden yang tersebar di ketiga kota tersebut.

5. Variabel yang paling mempengaruhi kepercayaan donatur

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda diperoleh hasil beta untuk variabel transparansi laporan keuangan sebesar 0,199 dan untuk reputasi organisasi diperoleh nilai sebesar 0,528. Karena nilai beta yang paling besar adalah variabel reputasi organisasi maka dapat diartikan bahwa variabel yang paling mempengaruhi kepercayaan donatur di YDSF Surabaya adalah variabel reputasi organisasi.