

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Transparansi penyaluran dana pendidikan

a. Pengertian Transparansi

Dalam memberikan pengertian transparansi, penulis mengacu pada teori transparansi pelayanan publik. Pertimbangannya adalah karena transparansi diadakan untuk melakukan pelayanan terhadap publik dalam memberikan informasi.

Transparansi adalah bahwa prosedur atau tata cara, penyelenggaraan pemerintahan dan hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pelayanan umum wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta.¹

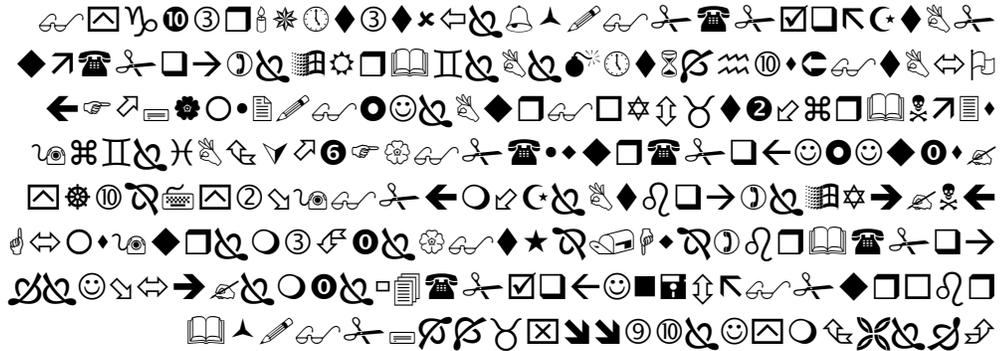
Transparansi penyelenggaraan pelayanan publik merupakan pelaksanaan tugas dan kegiatan yang bersifat terbuka bagi masyarakat dari proses kebijakan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan/pengendaliannya, serta mudah diakses oleh semua pihak yang membutuhkan informasi. Transparansi dalam penyelenggaraan pelayanan publik utamanya meliputi:²

1) Manajemen dan penyelenggaraan pelayanan publik

¹Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pelajar Pustaka, 2009), 181.

²Ibid., 209-216.

Transparansi terhadap manajemen dan penyelenggaraan pelayanan publik meliputi kebijakan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan/pengendalian oleh masyarakat. Sesuai dengan firman Allah dalam surat Al Baqarah 267 yang berbunyi:



Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (Al Baqarah 267)³

2) Prosedur pelayanan

Prosedur pelayanan adalah rangkaian proses atau tata kerja yang berkaitan satu sama lain, sehingga menunjukkan adanya tahapan secara jelas dan pasti serta cara-cara yang harus ditempuh dalam rangka penyelesaian sesuatu pelayanan. . Sesuai dengan firman Allah: SuratYusuf :55.



³Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Al-Karim*, (Jakarta: CV Pustaka Al-Kautsar, 2010). 45.

Berkata Yusuf: "Jadikanlah akubendaharawan negara (Mesir); Sesungguhnya akuadalahorangyangpandai menjaga, lagi berpengetahuan".(Yusuf:55).⁴

3) Persyaratan teknis dan administratif pelayanan

Untuk memperoleh pelayanan, masyarakat harus memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh pemberi pelayanan. Dalam menentukan persyaratan, baik teknis maupun administratif harus seminimal mungkin dan dikaji terlebih dahulu agar benar-benar sesuai atau relevan dengan jenis pelayanan yang akan diberikan.

4) Rincian biaya pelayanan

Biaya pelayanan adalah segala biaya dan rinciannya dengan nama atau sebutan apapun sebagai imbalan atas pemberian pelayanan umum yang besaran dan tata cara pembayarannya ditetapkan oleh pejabat yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

5) Waktu penyelesaian pelayanan

Waktu penyelesaian pelayanan adalah jangka waktu penyelesaian suatu pelayanan publik mulai dari dilengkapinya atau dipenuhinya persyaratan teknis dan persyaratan administratif sampai dengan selesainya suatu proses pelayanan.

6) Petugas yang berwenang atau bertanggung jawab

⁴Ibid.,242.

Petugas yang memberikan pelayanan dan menyelesaikan keluhan harus dapat menciptakan citra positif terhadap penerima pelayanan dengan memperhatikan:

- a) Aspek psikologi dan komunikasi, serta perilaku melayani.
- b) Kemampuan melaksanakan empati terhadap penerima pelayanan, dan dapat mengubah keluhan penerima pelayanan menjadi senyuman.
- c) Menyelaraskan cara penyampaian layanan melalui nada, tekanan dan kecepatan suara, sikap tubuh, mimik dan pandangan mata
- d) Mengenal siapa dan apa yang menjadi kebutuhan penerima pelayanan.
- e) Berada di tempat yang ditentukan pada waktu dan jam pelayanan.

Hal tersebut sesuai dengan firman Allah dalam surat At Taubah ayat 105 yang berbunyi:



Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (At Taubah: 105)⁵

⁵Ibid.,203.

7) Lokasi pelayanan

Tempat dan lokasi diusahakan harus tetap dan tidak berpindah-pindah, mudah dijangkau oleh pemohon pelayanan, dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang cukup memadai termasuk penyediaan sarana telekomunikasi dan informatika (telematika).

8) Janji pelayanan

Janji pelayanan tertulis secara jelas, singkat dan mudah dimengerti, menyangkut hanya hal-hal yang esensial dan informasi yang akurat, termasuk didalamnya mengenai standar kualitas jasa.

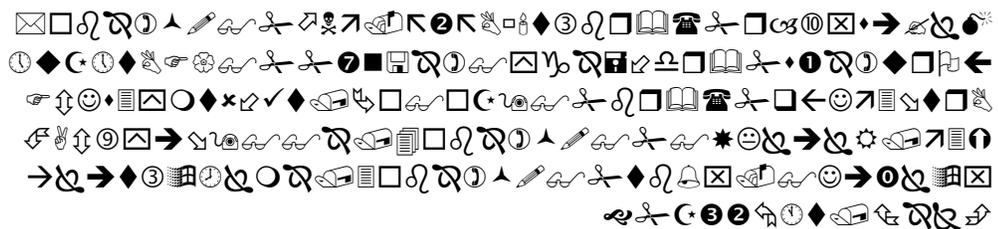
9) Standar pelayanan jasa

Standar pelayanan merupakan ukuran kualitas kinerja yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan penerim pelayanan.

10) Informasi pelayanan

Untuk memenuhi kebutuhan informasi pelayanan kepada masyarakat, setiap unit pelayanan wajib mempublikasikan mengenai prosedur, persyaratan, biaya, waktu, standar, akta/janji, motto pelayanan, lokasi serta petugas yang berwenang dan bertanggung jawab sebagaimana yang telah diuraikan di atas.

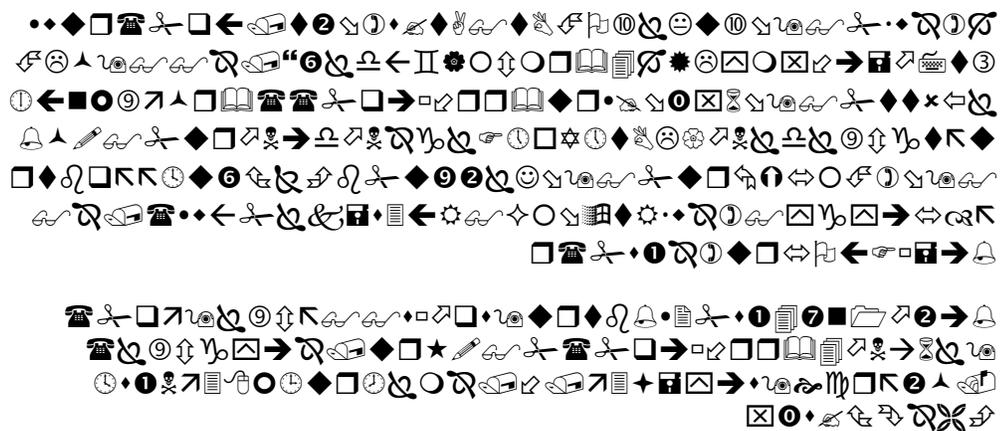
Sesuai dengan firman Allah Dalam sebuah surat An- Nisa :4:58



Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.(An Nisa :4:58)⁶

Dalam pandangan Islam transparansi merupakan *shiddiq* (Jujur). Allah

SWT berfirman dalam surat Al-An'aam 152 yang berbunyi:



Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat. (Al-An'aam: 152)⁷

b. Penyaluran dana

⁶ Ibid.,87.

⁷Ibid.,149

Penyaluran dana memerlukan panduan yang lebih luas dibandingkan penghimpunan dana. Panduan dalam penyaluran dana setidaknya mencakup beberapa hal antara:⁸

1) Penerima dana

Allah SWT menetapkan delapan golongan mustahiq (asnaf mustahiq) zakat dalam QS At-Taubah ayat 60. Kedelapan golongan tersebut adalah fakir, miskin, amil, muallaf, riqob, ghorimin, fisabilillah, dan ibnu sabil. Dalam tataran konsep fikih, pengertian dan kriteria masing-masing golongan telah cukup banyak dibahas. Permasalahan akan muncul manakala mentransfer apa yang ada dalam bahasa fikih (tektual) ke dalam bahasa praktis (kontekstual).

Terkait dengan mustahiq zakat, panduan yang dibuat dapat mengacu pada kesimpulan bahwa tidak harus seluruh golongan mustahiq mendapat bagian dalam penyaluran secara bersamaan sekaligus atau dibagi sama rata. Yang harus dipastikan bahwa tidak terjadi saling mendzolimi diantara golongan mustahiq yang ada.

Untuk penerima dana selain zakat lebih fleksibel dibandingkan mustahiq zakat kecuali yang sudah disyaratkan oleh donatur pada saat dana diterima. Penentuan penerima dana selain zakat dapat mengacu kepada mustahiq zakat. Terlebih dalam kondisi

⁸Hertanto Widodo, Ak dan Teten Kustiawan. *Akuntansi & Manajemen Keuangan untuk Organisasi Pengelola Zakat*, (Bandung: Asy Syaamil Press & Grafikat, 2001), 82-87.

kemiskinan yang luar biasa, maka golongan fakir miskin tepat sekali apabila dijadikan acuan.

2) Ruang lingkup bidang sasaran

Aspek dalam kehidupan dunia manusia semakin hari semakin beragam. Aspek kehidupan dapat dilihat dari bebearapa bentuk, seperti ideologi, politik, ekonomi, sosila, budaya, dakwah, pendidikan, kesehatan, lingkungan dan hak asasi manusia (HAK). Dalam setiap aspek tersebut akan didapatkan orang-orang yang tergolong dalam golongan mustahiq. Pemilihan ruang lingkup bidang sasaran harus dituangkan dalam panduan agar dana yang dihimpun tidak dialokasikan secara sporadis dan haya tertumpu pada satu aspek saja. Dalam menentukan bidang sasaran perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut:

a) Kebutuhan riil para penerima dana

Penetapan bidang sasaran harus sesuai dengan kebutuhan riil para penerima dana yang ada di wilayah kerja pengelola zakat masing-masing. Pengguliran program dalam bidang sasaran yang sesuai dengan kebutuhan penerima dana akan menumbuhkan rasa memiliki pada diri mereka terhadap program tersebut.

b) Skala prioritas permasalahan

Kebutuhan riil para penerima sangat mungkin tidak terbatas. Maka seharusnya dibuat skala prioritas dalam permasalahan yang ada.

c) Kemampuan sumber dana dan sumber daya manusia

Keterbatasan dalam dua sumber ini dapat diatasi dengan adanya kerjasama organisasi-organisasi pengelola zakat.

3) Bentuk dan sifat penyaluran

a) Bentuk penyaluran dana dibagi menjadi dua antara lain:

(1) Bantuan sesaat yaitu bahwa penyaluran kepada mustahiq tidak disertai target terjadinya kemandirian ekonomi dalam mustahiq.

(2) Pemberdayaan yaitu penyaluran dana yang disertai target merubah keadaan penerima (lebih dikhususkan kepada golongan fakir-miskin).

b) Sedangkan sifat penyaluran dana di bagi menjadi menjadi tiga yaitu:

(1) Hibah yaitu tidak ada ikatan antara pengelola dengan mustahiq.

(2) Dana bergulir-qordhul hasan yaitu apabila pengelola memberikan pinjaman kepada mustahiq, pada saat mengembalikan tidak boleh adanya tambahan.

(3) Pembiayaan

Dalam penyaluran zakat pembiayaan tidak boleh dilakukan tetapi dalam dana selain zakat boleh dilakukan.

4) Prosedur pengeluaran dana

Prosedur pengeluaran dana yang baku umumnya melibatkan pihak-pihak berikut:

- a) Pengguna dana yaitu pihak yang berhak mengajukan permintaan pengeluaran dana.
- b) Verifikator dan otorisator yaitu pihak yang berhak memverifikasi dan menyetujui pengeluaran dana.
- c) Kasir yaitu orang yang bertindak sebagai juru bayar.

5) Pertanggungjawaban pengeluaran dana

Setiap pengeluaran dana harus ada pertanggungjawaban secara tertulis, lengkap dan sah. Dalam pertanggungjawaban harus dapat dinilai baik dari kesesuaian syari'ah maupun kebijakan lembaga. Pertanggungjawaban harus diberikan dalam batasan waktu tertentu. Pertanggungjawaban secara keseluruhan akan diakui oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi manakala dilakukan audit oleh eksternal auditor baik menyangkut audit umum maupun audit syari'ah.

2. Kepercayaan

a. Pengertian kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan

merupakan faktor yang ikut mempengaruhi pandangan dan perilaku pembelian konsumen, sikap itu mempengaruhi kepercayaan, begitu juga kepercayaan itu mempengaruhi perilaku.⁹ Kepercayaan atau trust merupakan nilai yang paling dihargai dalam hubungan antara manusia dan mungkin merupakan konsep yang kurang dimengerti di tempat kerja atau rasa percaya yang dimiliki orang terhadap orang lain.¹⁰

Dipandang sebagai orang yang dapat dipercaya, seseorang harus dilihat sebagai jujur, kompeten dan memiliki ketulusan pada orang lain. *Trust* tidak dapat diminta atau dipaksakan tetapi harus dihasilkan. Kepercayaan merupakan komponen penting yang membantu mengembangkan suatu lingkungan kerja yang kondusif.¹¹

Al-Qur'an sangat sarat dengan ajaran tentang kepercayaan (*the spirit of trust*), yaitu semangat yang bisa menumbuhkan dan mengembangkan kepercayaan yang transenden. Ajaran tentang kepercayaan meliputi tuntutan untuk beraksi, yang dimulai dari pengeseran memandang, berbicara, berperilaku, dan bekerja. Ajaran tentang kepercayaan ini mampu membentuk sebuah jaringan yang kuat, kemudian proses dan menuju suatu titik kulminasi yang akan bisa menjadi suatu energi. Energi ini berupa kepercayaan yang datang dari dalam diri sendiri maupun orang lain.¹²

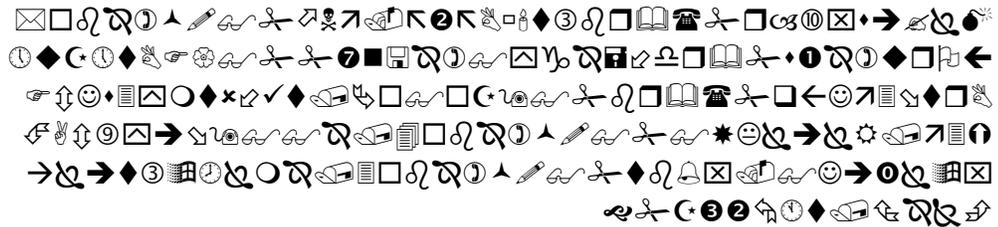
⁹Basu Swastha dan Irwan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2003), 112.

¹⁰Wibowo, *Manajemen Perubahan*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 376.

¹¹Ibid.

¹²Ika Yunia Fauziyah, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada media group, 2013), 67.

Kepercayaan dalam Islam disebut sebagai amanah. Amanah artinya dapat dipercaya . Dalam sebuah surat An- Nisa :4:58



Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (An-Nisa: 4:58)¹³

Dalam kandungan ayat ini bahwa amanah adalah sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain untuk dipelihara dan dikembalikan bila saatnya atau bila diminta oleh pemiliknya. Amanah adalah lawan dari khianat. Ia tidak diberikan kecuali kepada orang yang dinilai oleh pemberinya dapat memelihara dengan baik apa yang telah diberikannya itu.¹⁴ Agama mengajarkan bahwa amanah/kepercayaan adalah asas keimanan berdasarkan sabda Nabi saw., “ Tidak ada iman baik yang tidak memiliki amanah.” Selanjutnya, amanah merupakan lawan dari khianat adalah sendi utama interaksi. Amanah tersebut membutuhkan

¹³Qurais Shihab, *Tafsir al-Misbah*, (Jakarta: Lentera hati, 2009),479.

¹⁴Ibid., 480.

kepercayaan dan kepercayaan itu melahirkan ketenangan batin yang selanjutnya melahirkan keyakinan.¹⁵

Kepercayaan konsumen dapat dijelaskan melalui dimensi pengalaman masa lalu, informasi dan *antusiasme*, kepercayaan konsumen tergantung dari pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa dan menerima informasi terbaik dari penyedia jasa, sehingga informasi terbaik akan menumbuhkan kepercayaan terbentuk pada memori konsumen terhadap suatu produk atau jasa dan dapat membangun rasa percaya seseorang jika pengalaman yang mereka alami menyenangkan dan memuaskan mereka. Kepercayaan konsumen akan tampak pada respon atau tanggapan terhadap suatu informasi yang di sampaikan oleh para penyedia jasa. *Antusiasme* atau keterkaitan konsumen merupakan tanggapan positif yang di perhatikan konsumen terhadap produk maupun layanan jasa yang diterimanya. Pada kepercayaan mempunyai dimensi yaitu:¹⁶

- 1) *Credibility* (keterpercayaan). Meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan. Kepada penyedia jasa Seperti reputasi, prestasi dan sebagainya. Contohnya memelihara amanat dan janjinya yaitu memberikan informasi yang benar kepada donatur. Sesuai dengan firman Allah : Surat Al Mu'minun:8

¹⁵Ibid., 481.

¹⁶ Jamilatun ,*Pengaruh Kualitas Jasa (Pelayanan) terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Muzakki di Lembaga Dana Umat Sultan Agung (LPDU-Sa) Semarang*, Skripsi (Semarang: fakultas syariah, IAIN Walisongo, 2011) 32.

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Ali Imran:159)¹⁹.

Kepercayaan dalam mengelola dana sosial menjadi faktor yang sangat urgen yang harus ada dalam pengelola dan menjadi faktor yang utama dari pemakai jasa (donatur). Pengelola zakat yang tidak dapat dipercaya tidak akan dapat bertahan lama dan akan ditinggal oleh para donaturnya. Menurut Costabile tahun 1998 mendefinisikan kepercayaan (trust) sebagai persepsi terhadap kehandalan dari sudut pandang pelanggan didasarkan pada pengalaman, atau mengarah pada tahapan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan kinerja produk dan tercapainya kepuasan.²⁰ Kepercayaan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen (donatur) dan dapat menjadi faktor utama dalam pengelolaan zakat. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan donatur tidak jauh beda dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan antara lain:²¹

- 1) *Reliability*, yakni kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara handal dan akurat.

¹⁹Ibid.,71.

²⁰Djati, S.Pantja dan Erna Ferrinadewi, "Pentingnya Karyawan dalam Pembentukan Kepercayaan Konsumen terhadap Perusahaan Jasa (Suatu Kajian dan Proposisi)", *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen*, Vol.6 No.2 (2004), 122.

²¹Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 22.

- 2) *Responsiveness*, yaitu keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan.
- 3) *Assurance*, yakni pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
- 4) *Empathy*, yakni perhatian, pelayanan pribadi yang memberikan kepada pelanggan.
- 5) *Tangibles*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personalia dan bahan tertulis.

3. Teori Transparansi Mempengaruhi Kepercayaan

Transparansi merupakan kepercayaan investor (donatur) dan efisiensi pasar sangat tergantung dari transparansi kinerja perusahaan / lembaga.²²Lembaga publik adalah lembaga yang berorientasi kepada kepentingan masyarakat. Lembaga publik adalah lembaga yang dimiliki dan melayani masyarakat.²³ Lembaga publik berasal dari, oleh, dan untuk masyarakat. Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF) merupakan lembaga publik yang bergerak di bidang sosial. Lembaga publik berhubungan langsung dengan transparansi dan kepercayaan publik atas dana yang diterima dari masyarakat. Meskipun para donatur tersebut menyerahkan dananya ikhlas atas dasar kesadaran keagamaan, yaitu ibadah yang diwajibkan atau dianjurkan oleh Sang Maha Pencipta, akan tetapi proses

²²Citrawati Fitri Kartika, et al., *Good Environmental Governance*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 30.

²³Ahmad Juwaini, *Social Enterprise*, (Jakarta: Expose, 2011), 170.

pertanggungjawaban dana tersebut harus dipenuhi oleh lembaga publik yang mengelola dana.

Lembaga atau organisasi perlu mengembangkan lingkungan yang kondusif untuk memperkuat kepercayaan. Membangun kepercayaan perlu membangun budaya organisasi, difokuskan pada *care values* yang memfasilitasi hubungan yang tulus di antara staf dan lingkungan dimana orang menghargai dan memperhatikan satu sama lain. Ada tujuh *care values* dalam organisasi salah satunya yaitu transparansi. Orang hanya saling percaya apabila menjalankan keterbukaan satu sama lain. kerahasiaan dan kurangnya transparansi dalam menjalankan sesuatu akan mengganggu *trust-building*. Lemahnya informasi yang akurat dan benar digantikan oleh spekulasi dan biasanya tidak benar. keterbukaan memerlukan keberanian dari kedua belah pihak.²⁴

Dalam kaitan dengan transparansi ini, bagi organisasi yang mendapatkan dana masyarakat perlu memperhatikan Hak-Hak Donatur (Donor Bill of Right), yaitu bahwa setiap donatur berhak:²⁵

- a) Mendapatkan informasi mengenai misi organisasi, bagaimana organisasi akan menggunakan hasil-hasil donasi, dan kemampuan organisasi dalam menggunakan donasi secara efektif untuk tujuan yang telah ditetapkan.

²⁴Wibowo, *Manajemen Perubahan...*, 380-381.

²⁵Ahmad Juwaini, *Social Enterprise...*, 173

- b) Mendapatkan informasi mengenai identitas para anggota dewan pelaksana organisasi, dan memastikan bahwa dewan menggunakan pertimbangan yang hati-hati dalam tanggung jawab kepengurusan mereka.
- c) Mendapatkan akses kepada laporan-laporan keuangan terbaru organisasi.

Transparansi terhadap publik akan meningkatkan kepercayaan publik kepada organisasi pengelola zakat. Masyarakat, khususnya donatur, akan semakin merasa dihargai apabila lembaga amil zakat senantiasa memerhatikan pengelolaan organisasinya sehingga tidak menyimpang dari amanah masyarakat, ketentuan syariah, dan aspek legal yang berlaku. Apabila masyarakat menilai bahwa lembaga amil zakat telah menjaga kepercayaan masyarakat dengan sebaik-baiknya, maka masyarakat tidak ada keraguan untuk terus berdonasi, meningkatkan jumlah donasinya, dan mengajak masyarakat lainnya untuk menyalurkan donasinya kepada lembaga amil zakat yang dipercaya.²⁶

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk penelaahan yang lebih komprehensif, maka penyusun berusaha untuk melakukan kajian-kajian terhadap penelitian terdahulu yang mempunyai relevansi terhadap topik yang diteliti oleh peneliti dan juga menggunakan

²⁶Arafat, diakses pada 13 mei 2014.

sumber yang relevan termasuk menggunakan literatur guna memperkuat penelitian.

1. Penelitian dengan judul “*Pengaruh Transparansi Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki (Studi Kasus pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa, Ciputat*” oleh Abik Fhastabikul Hoirot. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang pada tahun 2013. Dengan menganalisis seberapa besar pengaruh transparansi pengelolaan dana zakat terhadap tingkat kepercayaan muzakki (Studi Kasus pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa, Ciputat). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif statistik analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa peranan variabel X (Transparansi Pengelolaan Dana Zakat) berpengaruh terhadap variabel Y (Tingkat Kepercayaan Muzakki) sebesar 1%, selebihnya 99% variabel Y dipengaruhi faktor- faktor lain yang tidak diteliti penulis.²⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang memiliki kesamaan membahas tentang pengaruh transparansi dan menggunakan metode kuantitatif. Perbedaannya terletak pada obyek penelitian dan hasil.

2. Penelitian dengan judul “*Pengaruh Kualitas Jasa (Pelayanan) terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Muzakki di Lembaga Dana Umat Sultan Agung (LPDU-Sa) Semarang*” oleh Jamilatun. Mahasiswa Fakultas

²⁷Abik Fhastabikul Hoirot, *Pengaruh Transparansi Pengelolaan Dana Zakat terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki (Studi Kasus pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa, Ciputat*”, (Ciputat: Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang, 2013).

Syariah IAIN Walisongo Semarang pada tahun 2011. Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Muzakki di Lembaga Dana Umat Sultan Agung (LPDU-Sa) Semarang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh yang signifikan semua dengan nilai signifikansi t_{hitung} (0,000) $< 0,05$.²⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang memiliki kesamaan membahas pengaruh dan kepercayaan *muzakki* (donatur) dan juga menggunakan metode analisis regresi sederhana sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sekarang yaitu segi lokasi penelitian dan studi kasus.

3. Penelitian dengan judul “*Pengaruh fitur spokes character terhadap brand attitude melalui kepercayaan konsumen atas spokes character pada produk snack taro*” Oleh Tursina Banida mahasiswa fakultas ekonomi, Universitas Airlangga tahun 2008. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh fitur *spokes character* yang terdiri dari *expertise*, *relevance* dan nostalgia terhadap *brand attitude* melalui kepercayaan konsumen atas *spokes character*. Dari hasil analisis diketahui bahwa hipotesis pertama, kedua, dan keempat diterima, sedangkan hipotesis ketiga ditolak karena memiliki nilai critical ratio lebih kecil dari 2 dan signifikansi lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa *fitur spokes character* berpengaruh

²⁸Jamilatun, “*Pengaruh Kualitas Jasa (Pelayanan) terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Muzakki di Lembaga Dana Umat Sultan Agung (LPDU-Sa) Semarang*,” Skripsi (Semarang: Fakultas syariah, IAIN Walisongo, 2011).

terhadap *brand attitude* melalui kepercayaan konsumen atas *spokes character* pada produk *snack taro*.²⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang memiliki kesamaan membahas pengaruh dan kepercayaan sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sekarang yaitu segi lokasi penelitian dan studi kasus.

Berdasarkan penelitian terdahulu dibandingkan penelitian ini memiliki kesamaan yakni membahas tentang pengaruh dan juga ketiganya menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni belum ada yang membahas jelas tentang “*Pengaruh Transparansi Penyaluran Dana Pendidikan di Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF) Cabang Sidoarjo terhadap Kepercayaan Donatur*”.

C. Kerangka Konseptual

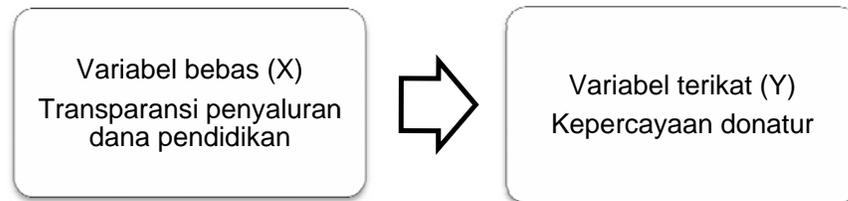
Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disusun kerangka teoretis atau konseptual. Model penelitian ini tampak pada gambar I yang terdiri variabel bebas yaitu

²⁹Tursina banida, *Pengaruh Fitur Spokes Character terhadap Brand Attitude melalui Kepercayaan Konsumen atas Spokes Character pada Produk Snack Taro*, Skripsi (Surabaya: fakultas ekonomi, Universitas Airlangga, 2008).

transparansi penyaluran dana pendidikan dan variabel terikat yaitu kepercayaan donatur.

Gambar 1

Pengaruh Transparansi Penyaluran Dana Pendidikan di Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF) cabang Sidoarjo terhadap Kepercayaan Donatur.



Bahwa variabel bebas transparansi penyaluran dana pendidikan diduga akan mempengaruhi variabel terikat kepercayaan donatur.

D. Hipotesis

Hipotesis digunakan untuk mengetahui gambaran jawaban sementara dari sebuah penelitian. Karena hipotesis merupakan sebagai jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji lagi kebenarannya.³⁰

Hipotesis dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu: hipotesis kerja (H_a) dan hipotesis nihil (H_0).

H_0 =Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel transparansi penyaluran dana pendidikan terhadap kepercayaan donatur YDSF.

H_a =Ada pengaruh yang signifikan antara variabel transparansi penyaluran dana pendidikan terhadap kepercayaan donatur YDSF.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa jawaban sementara penelitian ini yaitu ada pengaruh yang signifikan antara variabel transparansi penyaluran dana pendidikan terhadap kepercayaan donatur YDSF.

³⁰Ridwan, *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*, (Bandung: Al-Fabeta, 2004), 138.