

# Integrasi Transformational Leadership sebagai Variabel Intervening dalam Pengujian Model Minat Warga Muhammadiyah...

---

## Document Details

Submission ID

trn:oid::1:3100213317

Submission Date

Dec 3, 2024, 12:00 PM GMT+7

Download Date

Dec 3, 2024, 12:05 PM GMT+7

File Name

Integrasi\_Transformasional\_Leadership\_Sebagai\_Variabel.pdf

File Size

1.0 MB

13 Pages

5,446 Words

35,012 Characters

# 16% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

## Filtered from the Report




- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text

## Exclusions

- ▶ 8 Excluded Matches

---


## Top Sources

- 16%  Internet sources
- 5%  Publications
- 4%  Submitted works (Student Papers)

---

## Integrity Flags




### 1 Integrity Flag for Review

-  **Hidden Text**  
167 suspect characters on 3 pages  
Text is altered to blend into the white background of the document.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

## Top Sources

- 16%  Internet sources
- 5%  Publications
- 4%  Submitted works (Student Papers)

---

## Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

<b>1</b>	Internet	
jurnal-umbuton.ac.id		<b>16%</b>
<b>2</b>	Internet	
www.scribd.com		<b>0%</b>
<b>3</b>	Internet	
docs.google.com		<b>0%</b>

## Integrasi *Transformational Leadership* sebagai Variabel *Intervening* dalam Pengujian Model Minat Warga Muhammadiyah Berzakat di LazisMu

Putri Dewi Fajrida\*, Budi Barata Kusuma Utami

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

\*penulis korespondensi: [putri2015012057@webmail.uad.ac.id](mailto:putri2015012057@webmail.uad.ac.id), [budi.utami@act.uad.ac.id](mailto:budi.utami@act.uad.ac.id)

### Kata Kunci:

*Transformational Leadership*, Variabel *Intervening*, Zakat

### Keywords:

*Transformational Leadership*, *Intervening Variable*, Zakat

### ABSTRAK

Indonesia adalah negara muslim dengan potensi zakat besar di dunia. LazisMu sebagai lembaga filantropi muhammadiyah memiliki realisasi penghimpunan zakat terbesar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji model minat membayar zakat dengan integrasi *transformational leadership* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 309 warga muhammadiyah yang berasal dari seluruh Indonesia. Data diolah dengan menggunakan *SmartPLS* versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *transparency*, *fairness*, dan *religiosity* berpengaruh langsung terhadap *intention to zakat* sedangkan *accountability* tidak berpengaruh secara langsung. Selanjutnya, *transformational leadership* terbukti memediasi dalam model penelitian ini.

### Diterima:

27 Maret 2024

### Disetujui:

17 April 2024

### Dipublikasikan:

30 April 2024



### ABSTRACT

Indonesia is a Muslim country with a large zakat potential in the world. LazisMu as a muhammadiyah philanthropic institution has the largest realization of zakat collection in Indonesia. This study aims to test the model of interest in paying zakat with the integration of *transformational leadership* as a mediating variable. This research uses a *purposive sampling* approach. Respondents in this study were 309 muhammadiyah citizens from all over Indonesia. The data were processed using *SmartPLS* version 3.0. The results of this study indicate that *transparency*, *fairness*, and *religiosity* have a direct effect on *intention to zakat* while *accountability* has no direct effect. Furthermore, *transformational leadership* is proven to mediate in this research model.

© 2024 The Author(s): This article is distributed under a Creative Commons Attribution ShareAlike (CC BYSA 4.0)

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan mayoritas Muslim terbanyak di dunia. Menurut laporan *Royal Center for Islamic Strategic Studies* (RISSC) populasi Muslim Indonesia diperkirakan mencapai 237,55 juta orang pada tahun 2023, atau sekitar 86,7% dari total penduduk Indonesia. Jumlah ini merupakan yang tertinggi di kawasan ASEAN dan dunia. Dapat disimpulkan bahwa data tersebut menunjukkan potensi zakat yang besar jika pemanfaatan zakat dipergunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia (Afiyana et al., 2019).

Berdasarkan data Badan Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (LazisMu) pada tahun 2022, pelaksanaan penghimpunan Zakat sebesar Rp 21,3 triliun atau 6%, namun jika dibandingkan dengan Badan Amir Zakat Nasional (Baznas) potensi Zakat nasional yang dihimpun hanya sebesar Rp 5,2% dari dari total potensi zakat Nasional yaitu Rp327 Triliun. Hal ini menandakan bahwa LazisMu sebagai lembaga filantropi yang mempunyai misi mengumpulkan Zakat telah mencapai kinerja penghimpunan zakat yang tinggi dibandingkan dengan lembaga pemerintah, hal ini juga menandakan bahwa besarnya kepercayaan dan minat umat islam melakukan zakat di LazisMu.

Sejumlah penelitian telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat zakat. Lebih lanjut, Pristi & Setiawan (2019) mengungkapkan bahwa minat muzakki di wilayah Ponorogo dalam membayar zakat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Religiusitas merupakan salah satu faktor intrinsik. Hal ini didukung oleh penelitian Pertiwi (2020) yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan. Di sisi lain, penelitian Syafira et al., (2020) dan Aji et al., (2021) menemukan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Beberapa penelitian tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi faktor religiusitas dalam temuan penelitian mengenai minat membayar zakat. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menguji kembali variabel religiusitas.

Di sisi lain terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi minat *muzakki* membayar *zakat* seperti persepsi *good governance*. *Good Governance* merupakan prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan organisasi agar tercapai keseimbangan antara kekuatan dengan kewenangan lembaga (Atsarina, 2018). Terdapat lima prinsip dalam *good governance* yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency*, dan *fairness*. Beberapa penelitian mengenai *good governance* telah dilakukan oleh Amalia & Widiastuti (2019) yang mengungkapkan bahwa *transparency* dan *accountability* berpengaruh terhadap minat membayar *zakat*. Sebaliknya Kabib et al., (2021) serta Junjuran et al., (2020) mengungkapkan bahwa *transparency* dan *accountability* tidak berpengaruh terhadap minat membayar *zakat* sehingga hal ini menunjukan inkonsistensi temuan. Mutmainah (2015) menyatakan bahwa *responsibility* tidak berpengaruh terhadap minat membayar *zakat* selain itu, Susanti & Alfin (2019) mengungkapkan bahwa *independency* berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Penelitian mengenai *good governance* hanya terbatas dalam menggunakan empat dimensi yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility* dan *independency*. Meskipun variabel *transparency* dan *accountability* mengalami inkonsisten, maka kebaruan dalam penelitian ini menggunakan dimensi *good governance* yang belum pernah diteliti yaitu *fairness* sebagai faktor yang mendorong minat *muzakki* dalam membayar *zakat* di LazisMu selain *transparency* dan *accountability*.

Selain faktor internal dan eksternal, penelitian ini ingin menguji *transformational leadership* sebagai variabel mediasi dalam model minat membayar *zakat* di LazisMu. Gaya kepemimpinan merupakan unsur penting dalam mencapai tujuan suatu organisasi. Nurmiyanti & Candra (2019) menyatakan bahwa gaya kepemimpinan adalah cara yang digunakan pemimpin untuk mempengaruhi dan mengarahkan bawahan agar tercapai tujuan organisasi. Maka dapat diasumsikan perkembangan suatu organisasi dapat dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan,

dalam hal ini perkembangan LazisMu dapat mendorong realisasi penghimpunan *zakat*. Hal ini dapat dikatakan bahwa gaya kepemimpinan dapat mendorong minat individu untuk berzakat di LazisMu.

Muhammadiyah sebagai organisasi sosial keagamaan modern di Indonesia menerapkan *transformational leadership* (Fatirahma et al., 2023). *Transformational leadership* dalam Muhammadiyah dapat dilihat dari 2 karakteristik yaitu kepemimpinan inovatif yang mampu melahirkan terobosan serta kepemimpinan yang memiliki aspek kreativitas (Fatirahma et al., 2023). Pemimpin transformasional akan berperan dalam meningkatkan sumber daya yang ada, mempercepat pembaharuan serta selalu tampil sebagai pelopor dan pembawa perubahan. Maka *transformational leadership* dalam lembaga Muhammadiyah menjadi peran penting dalam pengujian model ini.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini bertujuan untuk menguji model minat membayar *zakat* dengan integrasi *transformational leadership* sebagai variabel mediasi. Peneliti tertarik terhadap penelitian ini karena LazisMu merupakan lembaga filantropi dengan realisasi *zakat* terbesar di Indonesia. Penelitian ini berkontribusi secara teoritis terhadap penambahan literatur empiris mengenai minat *muzakki* dalam membayar zakat. Secara praktis penelitian ini berkontribusi dalam memberikan penjelasan mengenai efektivitas realisasi zakat di lembaga filantropi LazisMu.

*Theory of Reasoned Action* dicetuskan oleh Fishbein dan Ajzen pertama kali pada tahun 1975. Teori ini berasumsi bahwa masyarakat bertindak secara sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang ada (Kayati, 2018). *Theory of Reasoned Action* menjelaskan bahwa perilaku ditentukan oleh niat seseorang. Ajzen & Fishbein (1980) menyatakan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi niat yakni sikap atau penilaian seseorang tentang baik (*attitude*) dan buruk erta faktor yang berkaitan dengan norma subjektif, atau pengaruh sosial (*subjective norms*).

*Zakat* ditinjau dari segi bahasa berasal dari kata “zaka” yang memiliki arti berkah, tumbuh, bersih, dan baik (Apriliyani et al., 2020). Hafiz et al., (2023) mendefinisikan *zakat* sebagai suatu kewajiban bagi seorang muslim dalam menjalankan rukun islam keempat dan bertujuan untuk menanamkan nilai keimanan. Pada dasarnya *zakat* merupakan penyisihan harta *muzakki* dan diberikan kepada penerima *zakat* atau *mustahik*. Penerapan *Theory of Reasoned Action* pada penelitian ini akan memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi individu dalam mengeluarkan *zakat* dengan memahami sikap dan norma subjektif. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa membayar *zakat* merupakan sikap dan perilaku yang dilakukan atas kontrol penuh individu yang dipengaruhi oleh niat. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **H1: *Transparency* berpengaruh terhadap *intention to zakat***

*Transparency* merupakan kewajiban pengelola suatu lembaga untuk menjalankan prinsip keterbukaan informasi kepada pemangku kepentingan sehingga semua pihak dapat mengetahui proses pengambilan keputusan dan penyampaian informasi (Yusra & Riyaldi, 2020). Sebuah lembaga seharusnya mengungkapkan informasi yang signifikan dan relevan sehingga pemangku kepentingan dapat dengan mudah mengakses dan memahaminya. *Transparency* lembaga *zakat* merupakan bentuk pertanggungjawaban kepada *muzakki* atas dana yang disalurkan. Mukhibad et al., (2019) menyatakan bahwa *transparency* dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan *muzakki*. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhibad et al., (2019), Dwi & Asrori (2019), dan Rahayu et al., (2019) yang menunjukkan bahwa *transparency* laporan keuangan berpengaruh terhadap minat *muzakki* untuk berzakat. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Kabib et al., (2021) menunjukkan bahwa *transparency* tidak berpengaruh terhadap minat *muzakki* untuk berzakat. Hal ini menunjukkan

bahwa terdapat inkonsistensi temuan pada variabel *transparency*. Maka *transparency* di lazisMu dapat mempengaruhi minat *muzakki* membayar *zakat*.

## **H2: Transformational leadership memediasi pengaruh *transparency* terhadap *intention to zakat***

Permana & Baehaqi (2018) menyatakan bahwa Lembaga filantropi perlu melakukan *transparency* karena hal tersebut mendorong *muzakki* untuk berzakat di lembaga yang transparan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhibad et al., (2019), Dwi & Asrori (2019), dan Rahayu et al., (2019) yang menunjukkan bahwa *transparency* laporan keuangan berpengaruh terhadap minat *muzakki* untuk berzakat. Namun sebaliknya, Kabib et al., (2021) menunjukkan bahwa *transparency* tidak berpengaruh terhadap minat *muzakki* untuk berzakat maka *transparency* suatu lembaga tidak cukup mendorong minat *zakat* sehingga perlu peran kepemimpinan yang memiliki integritas, orientasi pada misi, partisipatif dan komunikatif. Kepemimpinan tersebut akan memediasi antara *transparency* dan minat *zakat* dengan memastikan bahwa dana *zakat* dikelola dengan cara yang efisien dan sesuai dengan tujuan.

## **H3: Accountability berpengaruh terhadap *intention to zakat***

Dalam melaksanakan tugasnya, Lembaga Amil Zakat harus memberikan informasi yang jelas mengenai penerapan sistem akuntansi yang efektif, agar dapat menghasilkan laporan keuangan yang andal serta dapat dipercaya oleh *muzakki*. Kabib et al., (2021) menyatakan bahwa semakin tinggi *accountability* lembaga zakat maka semakin besar pula minat *muzakki* dalam membayar zakat. Hal ini didukung oleh penelitian Amalia & Widiastuti (2019) yang menunjukkan bahwa *accountability* berpengaruh terhadap minat zakat. Sebaliknya penelitian Junjuran et al., (2020) menunjukkan bahwa *accountability* tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Maka dari itu *accountability* dari LazisMu dapat mempengaruhi minat individu dalam membayar zakat.

## **H4: Transformational leadership memediasi pengaruh *accountability* terhadap *intention to zakat***

*Accountability* merupakan suatu prinsip yang menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan. Ayuningtyas & Sari (2020) menyatakan bahwa *accountability* dapat menjadi tolak ukur *muzakki* dalam menilai kinerja dari lembaga amil *zakat* sehingga mendorong individu berzakat. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia & Widiastuti (2019) yang menunjukkan bahwa *accountability* berpengaruh terhadap minat *zakat*. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Junjuran et al., (2020) menunjukkan bahwa *accountability* tidak berpengaruh terhadap minat membayar *zakat* sehingga perlu adanya *transformational leadership* yang baik dari suatu lembaga. *Transformational leadership* dapat menjamin bahwa informasi yang diberikan LazisMu memiliki tingkat *accountability* yang tinggi sehingga hal tersebut mendorong minat *zakat* di lazisMu.

## **H5: Fairness berpengaruh terhadap *intention to zakat***

Puspitasari & Darma (2019) menyatakan bahwa dalam pelaksanaan prinsip *fairness* lembaga harus mampu memperlakukan pemangku kepentingan sebaik mungkin dan adil agar dapat memberikan berkontribusi dalam sebuah lembaga. Lembaga amil *zakat* sebagai lembaga publik dituntut untuk bersikap wajar dan adil dalam memperlakukan *muzakki* karena *muzakki* merupakan ujung tombak bagi kelangsungan lembaga amil *zakat*. Maka LazisMu sebagai lembaga filantropi harus berlaku adil dalam pendistribusian dana *zakat* dan berkontribusi terhadap perbaikan sosial sehingga hal tersebut dapat mendorong *muzakki* untuk berzakat di LazisMu.

### **H6: Transformational leadership memediasi pengaruh fairness terhadap intention to zakat**

Nasution & Pratama (2021) menyatakan bahwa *fairness* merupakan perlakuan yang setara, wajar, dan adil kepada pemangku kepentingan berdasarkan peraturan yang berlaku. Lembaga amil zakat harus memberikan hak dan perlakuan yang sama kepada *muzakki* karena hal tersebut dapat mempengaruhi *brand* LazisMu sebagai lembaga filantropi. Nurmiyanti & Candra (2019) menyatakan bahwa gaya kepemimpinan merupakan hal yang sangat penting dalam organisasi karena pemimpin merupakan titik puncak organisasi. Maka *transformational leadership* bertujuan untuk menjamin bahwa LazisMu telah berlaku adil dalam pendistribusian dana *zakat* dan berkontribusi terhadap perbaikan sosial sehingga hal tersebut dapat mendorong *muzakki* untuk berzakat di LazisMu.

### **H7: Religiosity berpengaruh terhadap intention to zakat**

Allport & Ross (1967) menyatakan bahwa *religiosity* menunjukkan keyakinan agama dipikirkan dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh oleh individu. Agama merupakan orientasi dari religiusitas intrinsik sehingga seseorang yang memiliki religiusitas intrinsik akan menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan (Hidayatulloh & Syamsu, 2020) sehingga *zakat* sebagai perintah atau pesan Tuhan yang dituliskan dalam kitab suci harus dilaksanakan oleh setiap individu. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Pertiwi (2020) yang mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat *zakat*. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Mubarok & Safitri (2022) yang menyatakan bahwa *religiosity* tidak mempengaruhi minat *muzakki* dalam membayar *zakat*. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat inkonsistensi temuan pada variabel *religiosity*. Maka *religiosity* dapat mendorong minat *zakat* individu di LazisMu.

### **H8: Transformasional leadership memediasi pengaruh religiosity terhadap intention to zakat**

Allport & Ross (1967) menyatakan bahwa *religiosity* merupakan komitmen keagamaan individu yang mempengaruhi kehidupannya dengan tujuan kerohanian atau spiritual. *Religiosity* memegang peranan penting dalam mempengaruhi minat *zakat* individu karena *religiosity* berkaitan dengan perintah atau pesan yang berasal dari Tuhan dan dituliskan dalam kitab suci sehingga individu mempunyai kewajiban untuk mematuhi. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Pertiwi (2020) yang mengungkapkan bahwa *religiosity* berpengaruh terhadap minat *zakat*. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Mubarok & Safitri (2022) yang menyatakan bahwa *religiosity* tidak mempengaruhi minat *muzakki* dalam membayar *zakat* hal tersebut menunjukkan bahwa *religiosity* individu tidak cukup mendorong minat *zakat* sehingga peran *transformasional leadership* menjamin bahwa lembaga LazisMu telah menerapkan nilai-nilai agama sesuai dengan keyakinan individu tersebut sehingga *transformasional leadership* akan memediasi antara religiusitas intrinsik dan minat *zakat*.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi sasaran penelitian ini adalah umat Islam di seluruh Indonesia. Sampel penelitian ini adalah warga Muhammadiyah se-Indonesia.. Responden dalam penelitian ini sebanyak 309 warga Muhammadiyah yang berasal dari seluruh Indonesia Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Artinya, memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yakni warga Muhammadiyah di seluruh Indonesia (Lenaini, 2021).



### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari item pernyataan mengenai *transparency*, *accountability*, *fairness*, *religiosity*, *transformational leadership*, dan *intention to zakat* yang nantinya akan menghasilkan data berbentuk angka (kuantitatif). Setelah data tersebut diperoleh dilanjutkan dengan pengolahan data menggunakan alat analisis *SmartPLS* versi 3.0. Untuk menghasilkan data berbentuk angka, digunakan skala *likert* 1 - 5 pada indikator masing-masing variabel.

### Metode Analisis Data

Partial Least Square (PLS) digunakan sebagai metode analisis data dalam penelitian ini. Anggita et al., (2019) menyatakan bahwa PLS merupakan pendekatan pemodelan struktural (SEM) berbasis komponen atau varian. SEM merupakan analisis multivariat yang menguji hubungan antar variabel yang kompleks dan menganalisis variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (Anggita et al., 2019). Model pengujian ini menguji model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). *Outer model* digunakan untuk menguji validitas reliabilitas sedangkan *inner model* digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat atau hipotesis.

Pengolahan data diawali dengan pengecekan validitas dan reliabilitas. indikator Uji validitas konvergen pada penelitian ini didasarkan pada nilai loading factor dan nilai AVE (Average Variance Extraction) dari masing-masing indikator variabel. Suatu indikator dikatakan baik apabila nilai loading faktornya lebih besar dari 0,7 (Abdillah & Jogiyanto, 2015) dan nilai AVE diatas 0,5. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini diukur dari nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Assa'diyah & Pramono (2019) menjelaskan bahwa variabel dengan skor reliabilitas komposit dan nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,7 dianggap reliabel.

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, dilanjutkan dengan menguji koefisien determinasi (R-squared) konstruk dependen dan nilai koefisien jalur atau p-value setiap jalur untuk mengetahui signifikansi antar konstruk pada model struktural. Abdillah & Jogiyanto (2015) menjelaskan hipotesis diterima jika nilai p-value kurang dari 0,05 dan semakin tinggi nilai R-squared maka model prediksi dari model penelitian semakin baik. Kaidah pengujian efek mediasi dalam penelitian ini menggunakan model Zhao (Zhao et al., 2010). Pengujian mediasi dilakukan dengan memeriksa pengaruh antar variabel independen, dependen, dan mediasi kemudian dilakukan analisis mediasi. Analisis mediasi dilakukan menggunakan 5 tipologi mediasi yaitu mediasi komplementer, kompetitif, mediasi tidak langsung, mediasi langsung, dan non mediasi.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Data

Tabel 1 merupakan demografi responden dalam penelitian ini. Total responden yakni 309 yang terdiri dari pulau Jawa 71%, Pulau Kalimantan 3%, Pulau Sulawesi 6%, Pulau Sumatra 12%, Pulau Maluku 1%, dan Pulau Nusa Tenggara 7%. Responden dalam penelitian terdiri dari 51% laki-laki dan 49% perempuan. Sebanyak 40% responden berada di kelompok umur dibawah 25 tahun, 27% berada pada kelompok umur 26-35 tahun, 13% berada pada kelompok umur 36-45 tahun, dan 21% berada pada kelompok usia diatas 45 tahun. Pendidikan responden dalam penelitian ini adalah 17% lulusan SMA/SMK, 5% lulusan diploma, 63% lulusan sarjana, dan 16% lulusan pascasarjana. Responden dalam penelitian ini berstatus pelajar sebanyak 28%, bekerja sebagai guru atau dosen sebanyak 18%, karyawan swasta/yayasan sebanyak 31%, pedagang sebanyak 1%, sebagai pegawai negeri/TNI/Polri sebanyak 3%. Berwirausaha sebanyak 7%, dan berprofesi lain sebanyak 13%.

**Tabel 1. Statistik Deskriptif**

Kepulauan		
Jawa	221	72%
Kalimantan	9	3%
Sulawesi	18	6%
Sumatra	38	12%
Maluku	1	0%
Nusa Tenggara	22	7%
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	156	51%
Perempuan	153	49%
Usia		
< 25 Tahun	123	40%
26 - 35 Tahun	83	27%
36 - 45 Tahun	39	13%
> 45 Tahun	64	21%
Pendidikan		
SMA/SMK	52	17%
Diploma (D3)	14	5%
Sarjana (S1)	195	63%
Pascasarjana (S2/S3)	48	16%
Pekerjaan		
Mahasiswa/Pelajar	87	28%
Guru/dosen	56	18%
Karyawan swasta/yayasan	95	31%
Pedagang	3	1%
PNS/TNI/Polri	8	3%
Wiraswasta	21	7%
Lainya	39	13%

Sumber: Olahan Data Primer (2024)

### **Structural Equation Modeling (SEM)**

*Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan analisis multivariat yang menguji hubungan antar variabel yang kompleks dan menganalisis variabel yang tidak dapat diukur langsung (Anggita et al., 2019). Model pengujian ini menguji model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). *Outer model* digunakan untuk menguji validitas reliabilitas sedangkan *inner model* digunakan untuk menguji kausalitas atau pengujian hipotesis. Dalam penelitian dilakukan dua pengujian model yaitu *outer* dan *inner* model.

#### **Outer Model**

*Outer Model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Abdillah & Jogiyanto (2015) menyatakan bahwa nilai validitas *konvergen* ditunjukkan dengan nilai *loading factor* diatas 0.7 dan *AVE* (*Average Variance Extracted*) diatas 0.5. Pada tabel 2 menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai *loading factor* berada diatas 0.7 sedangkan *AVE* diatas nilai 0.5. Hal tersebut menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas *konvergen*.

**Tabel 2. Uji Validitas**

Variabel	Indikator	X1	X2	X3	X4	M	Y
<b>Transparency (AVE = 0,765)</b>	Trans1	0,883					
	Trans2	0,889					
	Trans3	0,852					
<b>Accountability (AVE = 0,721)</b>	Account1		0,816				
	Account2		0,880				
	Account3		0,864				
	Account4		0,836				
<b>Fairness (AVE = 0,685)</b>	Fair1			0,723			
	Fair2			0,854			
	Fair3			0,878			
	Fair4			0,847			
<b>Religiosity (AVE = 0,704)</b>	Reg1				0,763		
	Reg2				0,898		
	Reg3				0,850		
<b>Transformational Leadership (AVE = 0,707)</b>	TransLead1					0,815	
	TransLead2					0,820	
	TransLead3					0,819	
	TransLead4					0,869	
	TransLead5					0,882	
	TransLead6					0,856	
	TransLead7					0,821	
<b>Intention to Zakat (AVE = 0,874)</b>	Intention1						0,931
	Intention2						0,937
	Intention3						0,937

Sumber: Data Primer Diolah PLS (2024)

Abdillah & Jogyanto (2015) menyatakan pada uji reliabilitas dapat dilihat pada skor *cronbach alpha* dan *composite* dengan nilai diatas 0.7. Pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* diatas 0.7. Hal tersebut menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini telah memenuhi reliabilitas.

**Tabel 3. Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Accountability	0,871	0,912
Fairness	0,846	0,896
Intention To Zakat	0,928	0,954
Religiosity	0,787	0,876
Transformational Leadership	0,931	0,944
Transparency	0,847	0,907

Sumber: Data Primer Diolah PLS (2024)

### Inner Model

*Inner model* merupakan model pengukuran untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Pengujian *inner model* ini dievaluasi menggunakan nilai koefisien path atau t-values tiap path untuk menguji signifikansi antar konstruk dalam model struktural.

**Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis**

	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistic	P Value	Keterangan
Accountability -> Intention to Zakat	-0.093	0.080	1.317	0.189	Tidak Terdukung
Accountability -> Transformational Leadership	0.166	0.072	2.243	0.025	Terdukung
Fairness -> Intention to Zakat	0.192	0.088	2.105	0.036	Terdukung
Fairness -> Transformational Leadership	0.281	0.073	3.802	0.000	Terdukung
Religiosity -> Intention to Zakat	0.116	0.064	1.973	0.049	Terdukung
Religiosity -> Transformational Leadership	0.287	0.066	4.486	0.000	Terdukung
Transformational Leadership -> Intention to Zakat	0.160	0.076	2.088	0.037	Terdukung
Transparrncy -> Intention to Zakat	0.347	0.098	3.578	0.000	Terdukung
Transparency -> Transformational Leadership	0.152	0.063	2.398	0.017	Terdukung

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel. 4 membuktikan bahwa *transparency*, *fairness*, dan *religiosity* berpengaruh secara langsung terhadap *intention to zakat*. Namun, hal ini berbeda dengan *accountability* yang tidak secara langsung berpengaruh terhadap minat berzakat di LazisMu hal ini ditunjukkan dengan nilai *p-value* sebesar 0.189. Selanjutnya, pada hasil uji statistik menunjukkan bahwa secara keseluruhan *transformational leadership* dapat memediasi variabel *accountability*, *fairness*, *religiosity*, dan *transparency* terhadap minat zakat di LazisMu. Mengacu pada Model mediasi Zhao et al., (2010) menunjukkan bahwa jenis mediasi *transformational leadership* pada penelitian ini adalah mediasi komplementer dan tidak langsung.

### Pembahasan

#### Pengaruh *transparency* terhadap *intention to zakat*

Ikhwandha & Hudayati (2019) menyatakan bahwa kelengkapan, kemudahan akses informasi yang diperoleh *muzakki* akan meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga zakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *transparency* berpengaruh langsung terhadap *intention to zakat* di LazisMu. LazisMu sebagai lembaga filantropi mampu memberikan informasi kepada *muzakki* atas dana yang disalurkan. Ketika Lembaga zakat secara terbuka dalam penggunaan dana zakat maka akan meningkatkan keyakinan *muzakki* bahwa zakat mereka akan digunakan secara tepat dan nyata. Hal ini sejalan penelitian Mukhibad et al., (2019), Dwi & Asrori (2019), dan Rahayu et al., (2019) yang menyatakan bahwa transparansi mempengaruhi minat *zakat muzakki*.

#### Pengaruh *accountability* terhadap *intention to zakat*

*Accountability* merupakan bentuk pertanggungjawaban dari lembaga zakat kepada *muzakki* sebagai pemberi amanah Amalia & Widiastuti (2019). Lembaga yang mengelola zakat secara

akuntabel akan menciptakan kepercayaan dan keyakinan muzaki sehingga meningkatkan minat berzakat di LazisMu. Namun, hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa *accountability* tidak berpengaruh langsung terhadap *intention to zakat*. Hal tersebut dapat disebabkan karena lembaga *LazisMu* tidak sepenuhnya mengungkapkan informasi aktivitas dan kinerja finansial kepada *muzakki*, selain itu beberapa program lembaga amil zakat belum sepenuhnya mampu meningkatkan kesejahteraan umat. Hal ini sejalan dengan penelitian Junjuna et al., (2020) yang menunjukkan bahwa akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap minat membayar *zakat*.

#### **Pengaruh *fairness* terhadap *intention to zakat***

*Fairness* dalam pengelolaan dana zakat merupakan hal yang sangat penting. Distribusi zakat yang dilakukan secara adil dan merata tanpa adanya diskriminasi maupun kepentingan pribadi akan mendorong *muzakki* berzakat di LazisMu. Hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa *fairness* berpengaruh terhadap *intention to zakat*. Hal ini menunjukkan bahwa LazisMu mampu untuk bersikap wajar dan adil dalam pengelolaan dan pendistribusian dana *zakat* sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi *muzakki* untuk berzakat di LazisMu.

#### **Pengaruh *religiosity* terhadap *intention to zakat***

*Religiosity* memegang peranan penting dalam mempengaruhi *intention to zakat*. Hal ini menunjukkan *religiosity* berkaitan dengan perintah dari Tuhan kepada manusia untuk membayar zakat. Hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa *religiosity* berpengaruh terhadap *intention to zakat*. Setiawan (2018) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *religiosity muzakki* maka akan semakin tinggi minat *muzakki* dalam membayar *zakat*. *Muzakki* yang memiliki tingkat *religiosity* tinggi cenderung lebih termotivasi untuk berzakat sebagai kewajiban agama serta cara untuk mendekati diri kepada Tuhan. Hal ini sejalan dengan penelitian Pertiwi (2020) yang menunjukkan bahwa *religiosity* berpengaruh terhadap minat zakat *muzakki*.

#### **Pengaruh transformational leadership terhadap *intention to zakat***

Fatihah et al., (2023) menyatakan bahwa Muhammadiyah merupakan organisasi sosial keagamaan *modern* di Indonesia yang menerapkan *transformational leadership*. LazisMu adalah lembaga zakat dibawah naungan Muhammadiyah. Dampak *transformational leadership* meliputi: (1) peningkatan kesadaran tentang pentingnya zakat, (2) memperkuat komitmen dan memotivasi anggota untuk menginternalisasi nilai-nilai islam seperti berzakat, (3) membangkitkan semangat dan membangun komitmen berzakat, (4) memberikan dukungan atau legitimasi untuk berzakat di LazisMu, dan (5) mendorong LazisMu untuk mengembangkan strategi dan program-program baru yang lebih efektif sehingga meningkatkan partisipasi zakat.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa *transformational leadership* berpengaruh terhadap *intention to zakat*. Selanjutnya, pada hasil uji statistik menunjukan bahwa secara keseluruhan *transformational leadership* dapat memediasi variabel *accountability*, *fairness*, *religiosity*, dan *transparency* terhadap *intention to zakat*. Hal tersebut mengacu pada pemodelan mediasi Zhao et al., (2010) dan menggolongkan variabel ini dalam tipologi mediasi *complementary* dan *indirect-only*.

## **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa *transparency*, *fairness*, dan *religiosity* berpengaruh secara langsung terhadap *intention to zakat* kecuali *accountability*. Selanjutnya penelitian ini *transformational leadership* terbukti mampu memediasi pengaruh *transparency*, *accountability*, *fairness*, dan *religiosity* terhadap *intention to zakat*. Kelemahan dalam penelitian hanya menggunakan tiga *proxy good governance* yaitu *transparency*, *accountability*, dan *fairness* serta tidak melakukan membagi variabel *religiosity* dalam dua variabel yaitu intrinsik dan ekstrinsik.

## 5. SARAN

Saran untuk penelitian mendatang yaitu menambah beberapa variabel dalam *good governance* seperti *independency* dan *responsibility* yang dapat mempengaruhi minat *muzakki* berzakat di LazisMu. Pada penelitian ini menunjukkan bahwasannya *accountability* tidak berpengaruh terhadap *intention to zakat* sehingga perlu melakukan investigasi menggunakan penelitian kualitatif untuk menemukan jawaban mengapa *accountability* lembaga tidak mempengaruhi secara langsung keputusan *muzakki* untuk berzakat di lembaga zakat. Selain itu penelitian dimasa yang akan datang dapat menggunakan moderasi gender untuk melihat perbedaan besarnya minat zakat antar gender.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*.
- Afiyana, I. F., Nugroho, L., Fitrijanti, T., & Sukmadilaga, C. (2019). Tantangan pengelolaan dana zakat di indonesia dan literasi zakat. *Akuntabel*, 16(2), 222-229. Universitas Mulawarman. <https://doi.org/10.30872/jakt.v16i2.6013>
- Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 1–20. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0136>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Allport, G. W., & Ross, J. M. (1967). Personal religious orientation and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5(4), 432–443. <https://doi.org/10.1037/h0021212>
- Amalia, & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzaki membayar zakat (studi pada laz surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1756–1769. <https://doi.org/10.20473/vol6iss2019pp1756-1769>
- Anggita, E. D., Hoyyi, A., & Rusgiyono, A. (2019). Analisis structural equation modelling pendekatan partial least square dan pengelompokan dengan finite mixture pls (fimix-pls) (studi kasus: kemiskinan rumah Tangga di Indonesia 2017). *Jurnal Gaussian*, 8(1), 35–45. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v8i1.26620>
- Apriliyani, S., Malik, Z. A., & Surahman, M. (2020). Peran lembaga amil zakat, infaq dan shadaqah muhammadiyah (lazismu) banjarnegara dalam meningkatkan perekonomian kaum dhuafa. *Journal Riset Ekonomi Syariah*, 1(1), 89. <https://doi.org/10.29313/syariah.v0i0.20982>
- Assa'diyah, H., & Pramono, S. (2019). Kenapa muzakki percaya kepada lembaga amil zakat? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 7(1), 81–100. <https://doi.org/10.35836/jakis.v7i1.68>
- Atsarina, A. (2018). Analisis penerapan good corporate governance pada organisasi pengelolaan zakat (studi kasus di badan amil zakat nasional dan dhuafa). *Menara Ekonomi*, 4(2), 1–5. <https://doi.org/10.31869/me.v4i2.681>
- Ayuningtyas, R. D., & Sari, R. L. (2020). Analisis minat muzakki membayar zakat di badan amil

- zakat nasional (baznas) kota semarang. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 45–54. <https://doi.org/10.31942/akses.v15i1.3360>
- Dwi, I., & Asrori. (2019). Pengaruh literasi terhadap kepercayaan muzaki pada lembaga pengelola zakat dengan akuntabilitas dan transparansi sebagai variabel intervening. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 18–23. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i1.29763>
- Fatirahma, F., Luthfi Maulana, S., & Arqam, M. L. (2023). Pengaruh kepemimpinan haedar nashir dalam organisasi muhammadiyah. *Edukasia: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 871–878. <http://dx.doi.org/10.30983/es.v3i1>
- Hafiz, M., Samri, Y., Nasution, J., Ekonomi, F., Islam, B., Negeri, I., & Utara, S. (2023). Analisis model pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah pada lembaga zakat al-washliyah (lazwashal). *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1034–1043. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7848>
- Hidayatulloh, A., & Syamsu, M. N. (2020). Religiusitas intrinsik, religiusitas ekstrinsik, dan niat untuk menghindari pajak. *Jurnal Akuntansi Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 7(1), 44. <https://doi.org/10.30656/jak.v7i1.1534>
- Ikhwandha, M. F., & Hidayati, A. (2019). The influence of accountability, transparency, affective and cognitive trust toward the interest in paying zakat. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 23(1), 39–51. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol23.iss1.art5>
- Junjunan, M. I., Asegaf, M. M., & Takwil, M. (2020). Pengaruh transparansi, akuntabilitas, dan igcg terhadap tingkat kepercayaan muzakki di lembaga amil zakat dompet amanah umat. *Akuntansi: Jurnal Akuntansi Integratif*, 6(2), 112–125. <https://doi.org/10.29080/jai.v6i2.289>
- Kabib, N., Al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Lutfi Mustofa, M. T. (2021). Pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap minat muzakki membayar zakat di baznas sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>
- Kayati, K. (2018). Peran theory of reasoned action terhadap minat menggunakan produk bagi hasil bank syariah. *Accountthink: Journal of Accounting and Finance*, 3(01), 454–467. <https://doi.org/10.35706/acc.v3i01.1210>
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.v6i1.4075>
- Mubarok, I. W., & Safitri, R. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi minat muzaki membayar zakat. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 474–479. <https://doi.org/10.22373/share.v8i1.4573>
- Mukhibad, H., Fachrurrozie, F., & Nurkhin, A. (2019). Determinants of the intention of muzakki to pay professional zakat. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 8(1), 45–67. <https://doi.org/10.22373/share.v8i1.4573>
- Mutmainah, L. (2015). The influence of accountability, transparency, and responsibility of zakat institution on intention to pay zakat. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 3(2), 1–9. <https://doi.org/10.14421/grieb.2015.032-03>

- Nasution, A. C., & Pratama, F. A. (2021). Pengaruh corporate governance (CG) terhadap peningkatan kinerja organisasi badan amil zakat nasional (baznas) kota tangerang. *ISLAMINOMICS Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 11(2), 121–131. <https://doi.org/10.47903/islaminomics.v11i2>
- Nurmiyanti, L., & Candra, B. Y. (2019). Kepemimpinan transformasional dalam peningkatan mutu pendidikan anak usia dini. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 13–24. <http://doi.org/10.33650/al-tanzim.v3i2.646>
- Permana, A., & Baehaqi, A. (2018). Manajemen pengelolaan lembaga amil zakat dengan prinsip good governance. *Al-Masraf(Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan)*, 3(2), 117–131. <http://dx.doi.org/10.15548/al-masraf.v3i2.195>
- Pertiwi, I. S. M. (2020). Pengaruh tingkat pendapatan, literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada baznas provinsi lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/ref.v8i1.1534>
- Pristi, E. D., & Setiawan, F. (2019). Analisis faktor pendapatan dan religiusitas dalam mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat profesi. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), 32–43. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2740>
- Puspitasari, R. D., & Darma, E. S. (2019). Pengaruh implementasi syariah governance terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki (studi pada lembaga amil zakat se-diy). *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 67–84. <https://doi.org/10.18196/rab.030137>
- Rahayu, S. B., Widodo, S., & Binawati, E. (2019). Pengaruh akuntabilitas dan transparansi lembaga zakat terhadap tingkat kepercayaan muzakki (Studi Kasus pada Lembaga Amil Zakat Masjid Jogokariyan Yogyakarta). *Journal of Business and Information Systems (e-ISSN: 2685-2543)*, 1(2), 103–114. <https://doi.org/10.36067/jbis.v1i2.26>
- Setiawan, F. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 13. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i1.1553>
- Susanti, S., & Alfin, A. (2019). Pengaruh prinsip accountability dan independency terhadap preferensi muzakki membayar zakat di lembaga amil zakat izi pkpu kota bukitinggi. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 3(1), 85–95. <http://dx.doi.org/10.30983/es.v3i1>
- Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). the effect of religiosity and trust on intention to pay in ziswaf collection through digital payments. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 6(1), 98. <https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.17293>
- Yusra, M., & Riyaldi, M. H. (2020). Transparansi dan akuntabilitas pengelolaan zakat di baitul mal aceh: analisis persepsi muzakki. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 190. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i2.604>
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>