

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepercayaan Berinfaq

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah elemen yang sangat penting bagi komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat diwujudkan jika memiliki arti pada waktu tertentu. Menurut Morgan dan Hunt dalam Dharmmesta, kepercayaan muncul ketika satu pihak yakin bahwa pihak lain dalam pertukaran memiliki kerahasiaan dan integritas.²³ Menurut Schuur dan Ozane, kepercayaan adalah keyakinan bahwa pihak lain akan memenuhi kewajibannya dan pernyataannya dapat diminta.²⁴

Ketidpercayaan dapat muncul ketika informasi dalam perencanaan dan pengukuran kinerja kurang memadai. Kepercayaan atau ketidakpercayaan seseorang ditentukan oleh faktor-faktor seperti informasi, pengaruh, dan kontrol. Kepercayaan akan meningkat jika informasi yang diterima dianggap akurat, relevan, dan lengkap. Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu; pengalaman positif yang konsisten dengan suatu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya dan menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik di masa depan.

Imam Al-Qusairi menjelaskan bahwa istilah “orang yang jujur” berasal dari kata “kejujuran”, sedangkan “*shaddiq*” merupakan bentuk penekanan dari “*shadiq*” yang mengindikasikan seseorang

²³ Licen Indahwati Darsono dan Basu Swastha Dharmmesta, “Kontribusi Involment dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.20 No 3, (Tahun 2005), hal 45

²⁴ F. Robert Dwyer and Sejo Oh “Output Sector Munificence Effects On The Internal Political Economy Of Marketing Channels”, *Journal of Marketing Reasearch*, Vol.24 No 4, (Tahun 2000), hal 347- 358.

yang secara dominan mewujudkan kejujuran. Dengan demikian, dalam diri seseorang yang jujur terdapat aspek nilai spiritual yang mencerminkan sikap yang mendukung kebenaran dan perilaku moral yang terhormat.²⁵

Perilaku jujur adalah perilaku yang didasari oleh rasa tanggung jawab terhadap tindakan yang dilakukan, atau integritas. Kejujuran dan integritas mirip dengan dua sisi koin. Seseorang tidak hanya perlu memiliki keikhlasan dan kejujuran, tetapi juga nilai integritas. Akibatnya, mereka siap menghadapi risiko dan segala konsekuensinya dengan tegar, kebanggaan, dan kegembiraan, serta tidak pernah mencoba untuk menyalahkan orang lain atas tindakan yang mereka lakukan.²⁶ Jujur dan terpercaya (amanah) adalah prinsip penting dalam bisnis, yang artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel. Selanjutnya adalah mengembalikan hak-hak kepada pemiliknya tanpa merugikan pihak lain.²⁷

Menurut Soetomo, ada lima tindakan yang menunjukkan adanya kepercayaan:

1. Memelihara hubungan.
 2. Menerima pengaruh.
 3. Terbuka dalam komunikasi.
 4. Mengurangi pengawasan.
 5. Bersabar terhadap pemahaman.
2. Pengertian Infaq

Istilah Infaq berasal dari kata *nafaqa*, yang berarti telah lewat, berlalu, habis, mengeluarkan isi, menghabiskan isi, menghabiskan

²⁵ Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hal 80

²⁶ Tasmara, *Mebudayakan Etos....*, hal 81

²⁷ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal 69

hartanya, atau belanja. Dalam ajaran Islam, Infaq adalah kegiatan mengeluarkan harta untuk kepentingan tertentu.²⁸ Orang yang berinfaq menurut Islam akan memperoleh keuntungan yang berlipat ganda baik di dunia maupun di akhirat. Dijamin bahwa mereka tidak akan pernah miskin, rezekinya akan terus mengalir dan jalan usahannya akan terus berkembang.²⁹

Infaq dan zakat berbeda dari segi waktu pengeluarannya. Zakat memiliki nisab, yang berarti hanya orang-orang yang hartanya memenuhi nisab yang dapat membayarnya. Sebaliknya, infaq tidak dibatasi oleh nisab, sehingga setiap orang, terlepas dari tingkat kekayaannya, dapat membayar infaq. Zakat diberikan kepada delapan ashnaf, sedangkan infaq dapat diberikan kepada siapapun juga, seperti keluarga, anak yatim, dll. Namun, jenis, jumlah, dan kadar infaq tidak ditentukan.³⁰ Mengeluarkan sebagian harta untuk kepentingan manusia sesuai dengan ajaran Islam dikenal sebagai infaq. Dalam bahasa Arab, kata *al-infâq* bisa berarti *infâd* (menghabiskan), *ifnâ'* (pelenyapan/pemunahan), *taqlîl* (pengurangan), *idzhâb* (menyingkir), atau *nafada* (habis), *faniya* (hilang/lenyap), berkurang, *qalla* (sedikit), *dzahaba* (pergi), dan *kharaja* (keluar). Kata infaq berasal dari kata serapan *nafaqa-yunfiqū-infâq[an]*, yang merupakan kata bentukan.³¹

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa infaq dalam ajaran Islam adalah kegiatan mengeluarkan harta untuk kepentingan tertentu, terutama untuk membantu orang miskin.

²⁸ Muhamad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wat-Tamwil*, (Yogyakarta : UII Press, 2014), hal 95

²⁹ Ahmad Supadie dan Didiek, *Ekonomi Syariah : dalam Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2013), hal 48

³⁰ Ilmi Makhalul, *Teori Dan Praktik Lembaga Mikro Keuangan syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2012), hal 69

³¹ Zulkifli, *Panduan Praktis Memahami Zakat, Infaq, Shadaqoh, Wakaf dan Pajak*, (Yogyakarta : Kalimedia, 2020), hal 23

Orang yang berinfaq diyakini akan mendapatkan keuntungan berlipat ganda, baik di dunia maupun di akhirat. Infaq berbeda dengan zakat dalam hal waktu pengeluaran dan penerima sasaran, karena infaq tidak dibatasi oleh nisab dan dapat diberikan kepada siapa pun, tanpa ketentuan jumlah atau jenisnya. Dengan demikian, infaq adalah wujud pengeluaran harta yang sesuai dengan ajaran Islam, yang mengedepankan sikap kepedulian dan kebaikan terhadap sesama.

3. Dasar Hukum Infaq

Dalil naqli dan dalil aqli adalah dasar hukum infaq. Firman Allah SWT dan sabda Rasulullah SAW yang terkumpul dalam al-Hadist merupakan dalil naqli, sedangkan logika dan pemikiran manusia yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist merupakan dalil aqli. Adapun dalil naqli akan dasar hukum infaq antara lain terdapat dalam Al-Qur'an Surat A-Ra'd ayat (22) yang berbunyi:

وَالَّذِينَ صَبَرُوا ابْتِغَاءَ وَجْهِ رَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ
سِرًّا وَعَلَانِيَةً وَيَدْرءُونَ بِالْحَسَنَةِ السَّيِّئَةِ أُولَئِكَ لَهُمْ عِقبَى الدَّارِ ﴿٢٢﴾

Artinya: *“Dan orang-orang yang sabar karena mencari keridhaan Tuhannya, mendirikan solat, dan menafkahkan sebahagian rezeki yang Kami berikan kepada mereka, secara sembunyi atau terang-terangan serta menolak kejahatan dengan kebaikan; orang-orang itulah yang mendapat tempat kesudahan (yang baik).”*³²

Dalam firman Allah SWT ini, kita diminta untuk mendirikan solat dan menafkahkan harta kita untuk mendapat ridho Allah. Ibadah infaq sangat penting karena manfaat infaq yang sangat besar bagi penginfaq dan pemberi infaq, menurut dalil aqli.

³² Achamad Muchaddam Fahham, *Manajemen Pengelolaan Zakat*, (Jakarta: Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Tahun 2020), hal 131.

Penginafaq membersihkan harta, membuat kekayaan berharga, dan mendapatkan ridha Allah di dunia dan akhirat. Penerima infaq, sebaliknya, dapat mengatasi kesulitan mereka. Dalam skala yang lebih besar, infaq dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan mengurangi kemiskinan melalui pembiayaan sosial, ekonomi, dan pendidikan. Menurut hukumnya, infaq terbagi menjadi dua jenis: infaq wajib dan sunnah. Infaq wajib mencakup zakat, kafarat, dan nadzar, sedangkan infaq sunnah mencakup infaq kepada fakir miskin, sesama muslim, kemanusiaan, dan bencana alam.³³ Infaq, di sisi lain, terdiri dari empat kategori yang berbeda menurut hukum:³⁴

1. Infaq Mubah, yang berarti mengeluarkan harta untuk tujuan yang mubah, seperti berdagang.
 2. Infaq Wajib, yang berarti mengeluarkan harta untuk tujuan yang wajib, seperti membayar mahar, menafkahi istri, dan menafkahi istri yang ditalak tetapi masih dalam iddah.
 3. Infaq Haram, yang berarti mengeluarkan harta untuk tujuan yang diharamkan oleh Allah SWT.
 4. Infaq Sunnah, yaitu mengeluarkan harta dengan niat sadaqah
4. Penjabaran Indikator Kepercayaan

Kepercayaan adalah elemen kunci dalam hubungan antara lembaga dan masyarakat, terutama dalam konteks lembaga pengelola zakat. Menurut beberapa ahli, kepercayaan mencakup berbagai dimensi yang penting untuk dipahami.

³³ Muhammad Hasan, *Manajemen Zakat: Model Pengelolaan Zakat yang Efektif*, (Yogyakarta: Penerbit Idea Press, 2011), hal 125

³⁴ Sahih Muslim bi Syarhi An Nawawi, *Syarah Shahih Muslim*, (Darul Fikr :Beirut, 1982), hal 134

1. Mowen dan Minor menyatakan bahwa kepercayaan adalah pengetahuan individu yang didasarkan pada manfaat yang diperoleh, dibangun dari pengalaman dan informasi.³⁵
2. Maharani mengartikan kepercayaan sebagai keyakinan terhadap reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain, menunjukkan bahwa lembaga harus dapat dipercaya dan berwenang dalam pengelolaan dana.³⁶
3. Donni Juni menyimpulkan bahwa kepercayaan adalah harapan yang dipegang saat berinteraksi dengan pihak lain, mencakup keyakinan bahwa janji dan tindakan akan terwujud.³⁷

Dalam konteks ini, indikator kepercayaan yang digunakan menurut Kotler dan Keller adalah:³⁸

1. Adanya harapan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga: Masyarakat harus memiliki harapan yang positif terhadap lembaga, yang mencerminkan keyakinan bahwa lembaga tersebut akan memenuhi janji dan komitmennya.
2. Adanya jaminan bahwa uang yang masuk tepat sasaran: Lembaga harus dapat memberikan jaminan kepada masyarakat bahwa dana yang disalurkan akan digunakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, sehingga masyarakat merasa aman dan percaya untuk berkontribusi.

Secara keseluruhan, indikator-indikator kepercayaan menurut Kotler dan Keller menekankan pentingnya harapan dan jaminan dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi. Hal

³⁵ John C. Mowen dan Micheal Minor, *Perilaku Konsumen*. (Jakarta : Erlangga, 2002), hal 112

³⁶ Astri Dhiah Maharani, "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang", (Tesis diterbitkan, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, Tahun 2010), hal 78

³⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (DJ Priansa: Alfabeta. Tahun 2017), hal 187

³⁸ Kotler dan Keller, *Marketing Management Edisi 14*. (Global Edition: Pearson Pretience Hall, Tahun 2012), hal 106

ini sejalan dengan pandangan para ahli yang menyatakan bahwa kepercayaan dibangun melalui informasi yang akurat, integritas, dan kemampuan lembaga untuk memenuhi harapan masyarakat. Dengan memenuhi indikator-indikator ini, lembaga dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan amal dan pengelolaan zakat.

B. Minat

1. Pengertian Minat

Minat, menurut Whiteringten, adalah kecenderungan seseorang untuk memilih dan terlibat dalam suatu kegiatan khusus di antara berbagai pilihan kegiatan yang tersedia.³⁹ Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Mubbib Wahab, minat dapat dijelaskan sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian dan menanggapi orang, aktivitas, atau situasi tertentu dengan disertai perasaan senang.⁴⁰

Minat adalah dorongan yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan ketika memiliki kebebasan untuk memilih. Setiap minat bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tertentu, dengan keinginan yang terkait erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran cenderung beroperasi dalam analisis rasional, sedangkan perasaan yang halus atau tajam menambahkan dimensi kebutuhan. Akal berfungsi sebagai pengingat bagi pikiran dan perasaan tersebut, memastikan koordinasi yang harmonis sehingga keinginan dapat diatur dengan optimal.⁴¹ Menurut

³⁹ H. Carl. Whiteringten, *Psikologi Pendidikan, Terjemahan*. M. Buchari, (Jakarta: Aksara Baru, 1982), hal 122

⁴⁰ Abdul Rachman Shaleh dan Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Prespektif Islam)*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal 263

⁴¹ Sukanto Mm, *Nafsiologi*, (Jakarta: Integritasi Press, 1985), hal 120

Muhibbin Syah, minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.⁴²

Dari definisi tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa minat adalah rasa ingin tahu atau kecenderungan menyukai suatu hal yang dilakukan ketika memiliki kebebasan memilih. Kehendak tersebut berkaitan dengan pikiran dan perasaan, sehingga apa yang dilakukan dapat menjadi motivasi bagi apa yang mereka inginkan.

2. Penjabaran Indikator Minat

Minat merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku individu dalam berbagai konteks, termasuk dalam pengambilan keputusan untuk berkontribusi dalam kegiatan amal. Menurut beberapa ahli, minat dapat dijelaskan melalui berbagai indikator yang mencerminkan motivasi dan dorongan individu. Deskripsi Indikator Minat Menurut :

1. Kotler dan Keller : Minat adalah hasil proses kognitif yang melibatkan perhatian dan evaluasi terhadap objek atau kegiatan, dipicu oleh faktor eksternal seperti promosi atau informasi yang relevan.⁴³
2. Schiffman dan Kanuk : Minat adalah keinginan untuk terlibat dalam aktivitas yang didorong oleh kebutuhan atau keinginan, dan dipengaruhi oleh pengalaman positif sebelumnya.⁴⁴
3. Abdul Rahman Saleh : Minat dipengaruhi oleh dorongan internal, motivasi sosial, dan faktor emosional, seperti keinginan pribadi, pengaruh lingkungan, dan perasaan terhadap kegiatan atau lembaga.⁴⁵

⁴² Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), hal 136

⁴³ Kotler dan Keller. *Marketing Management Edisi 14*. (Global Edition: Pearson Prentice Hall, 2012), hal 106

⁴⁴ Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2007), hal 256

⁴⁵ Abdul Rahman Shaleh, *Madrasah dan Pendidikan Anak Bangsa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal 78

Dalam konteks ini, indikator minat yang digunakan menurut Saleh adalah: ⁴⁶

1. Dorongan dalam diri individu: Ini mencerminkan motivasi intrinsik seseorang untuk terlibat dalam suatu kegiatan, termasuk keinginan untuk berkontribusi dalam kegiatan amal. Dorongan ini sering kali berasal dari nilai-nilai pribadi atau keyakinan yang dimiliki individu.
2. Motivasi sosial: Faktor ini berkaitan dengan pengaruh dari lingkungan sosial, seperti teman, keluarga, atau komunitas. Individu mungkin terdorong untuk berpartisipasi dalam kegiatan amal karena pengaruh positif dari orang-orang di sekitarnya.
3. Faktor emosional: Perasaan dan emosi individu terhadap suatu lembaga atau kegiatan dapat mempengaruhi minat mereka. Misalnya, pengalaman emosional yang positif atau rasa empati terhadap orang yang membutuhkan dapat meningkatkan minat untuk berkontribusi.

Secara keseluruhan, indikator-indikator minat menurut Saleh menekankan pentingnya dorongan internal, motivasi sosial, dan faktor emosional dalam membangun minat individu untuk berpartisipasi dalam kegiatan amal. Dengan memahami faktor-faktor ini, lembaga pengelola zakat dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk menarik minat masyarakat dalam berkontribusi.

C. Transparansi Keuangan Organisasi

1. Pengertian Transparansi

Transparansi berarti terbuka, mudah, dan dapat diakses oleh pihak yang membutuhkan secara memadai dan mudah dimengerti. Transparansi adalah menyampaikan laporan kepada semua secara

⁴⁶ Shaleh, *Madrasah dan Pendidikan.....*, hal 78

terbuka, terkait pengoperasian dengan mengikutsertakan semua unsur sebagai landasan pengembalian keputusan dan proses pelaksanaan kegiatan.⁴⁷ Bukan hanya melibatkan pihak internal organisasi (lembaga zakat) saja, tetapi lebih menekankan pada pihak eksternal, yaitu muzakki atau masyarakat umum. Ini seharusnya menjadi fokus lembaga untuk mengurangi kecurigaan dan meminimalkan ketidakpercayaan dari masyarakat.⁴⁸

Selain itu, transparansi dapat didefinisikan sebagai penyebaran informasi tentang pengelolaan dana oleh sebuah organisasi secara wajar dan sesuai dengan aturan yang berlaku. Selanjutnya, informasi ini diberikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan atau masyarakat umum untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap kinerja organisasi.⁴⁹ Transparansi mengandung arti lain yaitu sebuah keterbukaan informasi dari lembaga di dalam menyampaikan sebuah informasi terkait pengelolaan dana masyarakat kepada pihak-pihak yang membutuhkan atas informasi /suatu aktivitas pengelolaan sumber daya publik tersebut.⁵⁰

Salah satu lembaga publik, lembaga zakat, wajib memberikan informasi kepada masyarakat dan donatur tentang pengelolaan dana ZIS, baik keuangan maupun lainnya. Diharapkan keterbukaan informasi akan menghasilkan lembaga manajemen yang sehat dan berdasarkan masyarakat. Selain itu, lembaga zakat dapat membuat

⁴⁷Muhammad Hasan, *Manajemen zakat*, (Cet. I: Yogyakarta: Idea press, 2011), hal 93

⁴⁸ Muhammad Ashari Assagaf, "Pengaruh Akuntabilitas dan transparansi pengelolaan zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat", (Skripsi Diterbitkan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Tahun 2016), hal 27.

⁴⁹ Nur Hisamuddin. "Transparansi Dan Pelaporan Keuangan Lembaga Zakat", *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, Vol.4 No.2, (Tahun 2017), hal 337

⁵⁰ Muh Ashari Assagaf, "Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat (Studi Pada Baznas Kota Makassar Ruang Lingkup Upz Kantor Kementerian Agama Kota Makassar)", (Skripsi Diterbitkan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Tahun 2016), hal 30.

masyarakat lebih percaya dalam menyalurkan zakatnya jika mereka lebih transparan.⁵¹

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa transparansi adalah prinsip penting dalam menyelenggarakan pemerintahan yang baik, memastikan informasi publik mudah diakses oleh masyarakat. Artinya lembaga publik seperti lembaga zakat harus memberikan informasi yang jelas tentang pengelolaan dana agar membangun kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, transparansi membantu mempertahankan reputasi yang baik dan memastikan akuntabilitas dalam penggunaan dana publik. Secara keseluruhan, transparansi memainkan peran kunci dalam memperkuat hubungan antara lembaga publik dan masyarakat.

2. Fungsi Transparansi Bagi Lembaga Zakat

Transparansi harus diterapkan organisasi agar terbangunnya sebuah *good corporate governance* yang baik. Dimana pengungkapan yang harus diberikan atau dilaporkan mengenai informasi kondisi keuangan dan kinerja organisasi. Dengan menerapkannya prinsip transparansi lembaga zakat benar-benar dapat menjadi sebuah lembaga publik yang amanah dan dapat dipercaya dalam mengelola dana umat.⁵²

3. Pentingnya Transparansi Bagi Lembaga Zakat.

Transparansi pelaporan menjadi penting. Informasi tentang kinerja organisasi adalah tanggung jawab organisasi. Untuk membangun hubungan yang kuat di masa mendatang, transparansi dapat membantu pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi menumbuhkan rasa percaya satu sama lain. Penyajian

⁵¹ Assaggaf, Pengaruh Akuntabilitas.....,hal 31

⁵² Cut Delsie Hasrina, dkk., "Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh", *Jurnal Humaniora*, Vol.2 No.1, (Tahun 2018), hal 105

laporan keuangan yang wajar, yang mengacu pada kesesuaian penyusunan laporan keuangan yang didasarkan pada Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU), memungkinkan transparansi.⁵³

Semua orang harus dapat dengan mudah mendapatkan informasi, baik publik maupun pihak yang berkepentingan dengan organisasi. Dengan menjadi lebih transparan, organisasi dapat melihat bagaimana kinerjanya. Opini publik, kritik, dan saran sangat penting bagi organisasi untuk terus membangun dan meningkatkan kinerjanya untuk mempertahankan kepercayaan pemberi dan penerima amanah.⁵⁴

4. Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah dokumen yang dapat menunjukkan kondisi keuangan suatu perusahaan pada saat ini atau untuk periode mendatang.⁵⁵ Laporan keuangan terdiri dari neraca, laporan laba rugi yang menggambarkan hasil operasi perusahaan, serta laporan yang menguraikan perubahan dalam ekuitas perusahaan.⁵⁶ Laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi dan dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan data atau aktivitas keuangan perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Pihak-pihak yang berkepentingan terhadap posisi keuangan perusahaan bagian menjadi dua: pihak internal, seperti manajemen perusahaan, dan karyawan.⁵⁷

⁵³ Nur Hisamuddin, "Transparansi Dan Pelap'oran Keuangan Lembaga Zakat", *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, Vol.4 No.2, (Tahun 2017), hal 338

⁵⁴ Karjuni Dt. Maani, "Transparansi dan Akuntabilitas dalam Pelayanan Publik", *Jurnal Demokrasi*, Vol.8 No.1, (Tahun 2009), hal 47

⁵⁵ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal 105

⁵⁶ Munawir, *Analisa Laporan Keuangan*, (Yogyakarta : Liberty, 2010), hal 176

⁵⁷ Hery, *Akuntansi Dasar 1 dan 2*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014), hal 89

Tujuan utama laporan keuangan adalah untuk menyajikan posisi keuangan, sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum. Menurut standar akuntansi keuangan, tujuan laporan keuangan adalah untuk menyediakan informasi tentang posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan, yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

5. Penjabaran Indikator Transparansi

Konsep transparansi menurut Kristianten menekankan pentingnya keterbukaan dan akuntabilitas dalam pengelolaan informasi, terutama dalam konteks pemerintahan dan lembaga publik. Kristianten menyatakan bahwa transparansi dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain: Ketersediaan dan aksesibilitas dokumen, Kejelasan dan kelengkapan informasi, Keterbukaan proses, Kerangka pengaturan yang menjamin transparansi.⁵⁸ Dibandingkan dengan pendapat ahli lainnya, misalnya Ridha dan Basuki, mereka menekankan bahwa transparansi juga terkait dengan penyediaan informasi yang akurat dan tepat waktu, serta adanya mekanisme pengaduan untuk menangani pelanggaran.⁵⁹ Sementara itu, Krina menyoroti pentingnya penyediaan informasi yang jelas tentang prosedur dan biaya, serta kemudahan akses informasi sebagai indikator transparansi.⁶⁰

Dengan demikian, meskipun ada kesamaan dalam penekanan pada aksesibilitas dan kejelasan informasi, Kristianten lebih fokus pada keterbukaan proses dan regulasi yang mendukung

⁵⁸ Kristianten, *Transparansi Anggaran Pemerintah*, (Jakarta: Rineka Cipta, Tahun 2006), hal 106

⁵⁹ Karina Dwi Pradita, dkk., "Pengaruh Tekanan Eksternal, Ketidakpastian Lingkungan, dan Komitmen Manajemen terhadap Penerapan Transparansi Laporan Keuangan", *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, Vol.3 No.2, (Tahun 2019), hal 108

⁶⁰ Putri Kirana dan Loina Lalolo, *Indikator dan Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas, Transparansi dan Partisipasi*. (Jakarta: Sekretariat Good Public Governance, Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Tahun 2003), hal 12

transparansi. Hal ini menunjukkan bahwa Kristianten mengintegrasikan aspek sistematis dalam pengelolaan transparansi, sementara ahli lain mungkin lebih banyak gangguan pada aspek operasional dan mekanisme pengawasan.

Secara keseluruhan, indikator transparansi menurut Kristianten yaitu:⁶¹

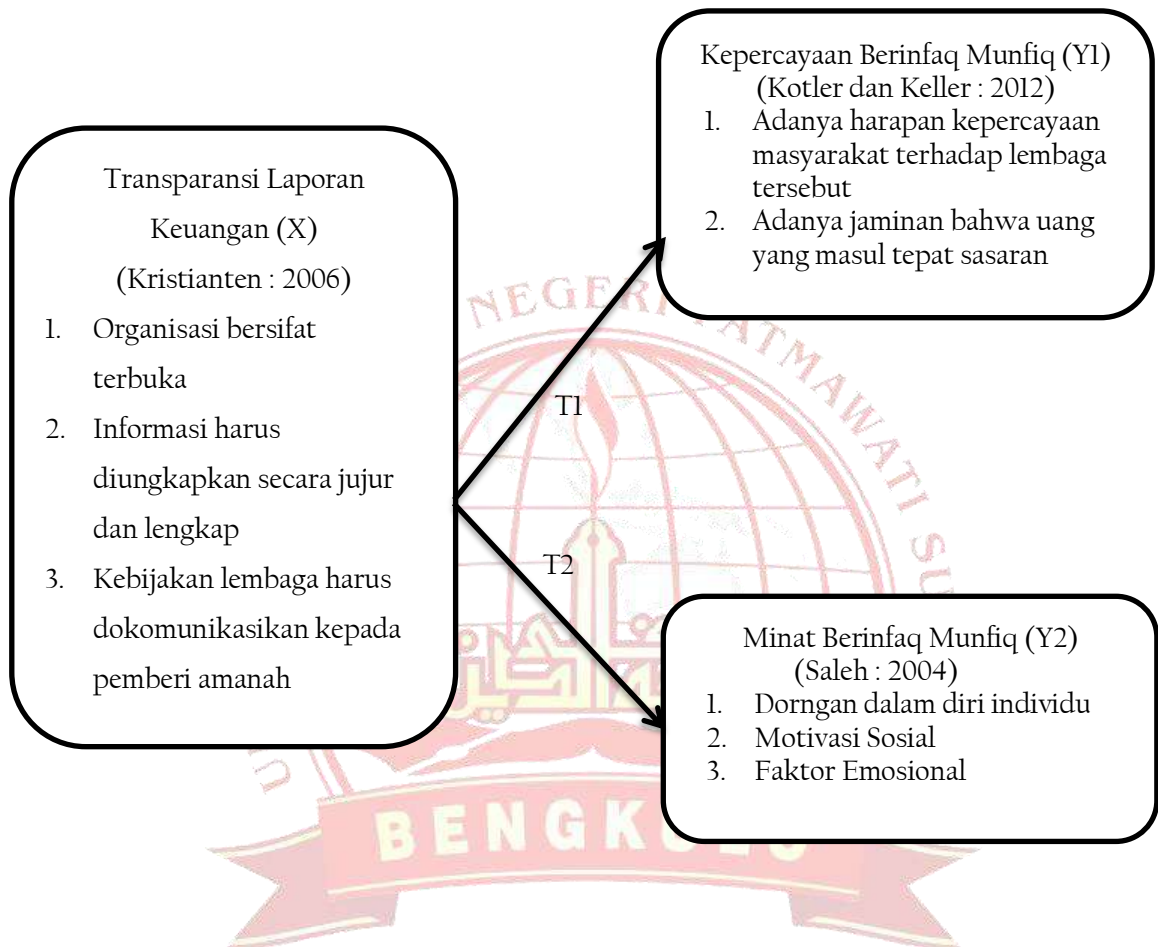
1. Organisasi bersifat terbuka: Lembaga harus melaporkan kegiatan dan informasi kepada pemangku kepentingan.
2. Informasi harus diungkapkan secara jujur dan lengkap: Semua informasi terkait pengelolaan harus disampaikan dengan akurat dan tanpa penyembunyian.
3. Kebijakan perusahaan harus dikomunikasikan kepada pemberi amanah: Kebijakan dan prosedur lembaga harus disampaikan dengan jelas kepada semua pihak yang terlibat.

Indikator-indikator ini mencerminkan pendekatan Kristianten yang komprehensif dalam memahami transparansi sebagai suatu proses yang melibatkan semua pihak dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan informasi.

⁶¹ Kristianten, *Transparansi Anggaran Pemerintah*. (Jakarta: Rineka Cipta, Tahun 2006), hal 106

D. Kerangka Berpikir

Skema 2.1 Kerangka Berikir



Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pernyataan-pernyataan yang dikemukakan dalam rumusan masalah yang belum terbukti kebenarannya, sehingga harus dibuktikan dengan adanya pengujian terhadap data yang dikumpulkan. Berikut adalah hipotesis dalam penelitian ini :

H_a : Transparansi laporan keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan berinfaq di LAZISMU Kota Lahat

H₀ : Transparansi laporan keuangan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan berinfaq di LAZISMU Kota Lahat

Asumsi yang mendasari hipotesis ini adalah bahwa transparansi laporan keuangan yang disusun secara jelas, lengkap, dan mudah dipahami dapat memengaruhi kepercayaan para munfiq, karena dianggap mencerminkan integritas dan profesionalisme lembaga. Kepercayaan ini juga dipengaruhi oleh persepsi para munfiq terhadap kualitas informasi yang diberikan. Di Kota Lahat, beragam tingkat literasi keuangan dan faktor sosial-budaya turut memengaruhi bagaimana transparansi laporan dipahami dan diterima. Selain itu, laporan keuangan yang disajikan secara periodik dan konsisten diasumsikan memiliki efek langsung terhadap kepercayaan, meskipun faktor lain seperti reputasi lembaga dan kualitas pelayanan juga dapat berperan dalam membangun kepercayaan tersebut.

H_a : Transparansi laporan keuangan berpengaruh terhadap minat berinfaq di LAZISMU Kota Lahat

H₀ : Transparansi laporan keuangan tidak berpengaruh terhadap minat berinfaq di LAZISMU Kota Lahat

Asumsi hipotesis ini adalah bahwa transparansi laporan keuangan yang jelas, akurat, dan lengkap memberikan keyakinan kepada munfiq bahwa dana yang mereka salurkan digunakan secara tepat dan sesuai tujuan, sehingga meningkatkan minat untuk berkontribusi. Transparansi dianggap mencerminkan akuntabilitas lembaga, dengan laporan keuangan yang konsisten dan mudah diakses memperkuat rasa percaya. Selain itu, tingkat literasi keuangan, persepsi masyarakat, serta faktor sosial, budaya, dan reputasi lembaga di Kota Lahat turut mempengaruhi bagaimana transparansi berdampak pada minat munfiq