

PENGARUH TRANSPARANSI, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MELAKUKAN ZAKAT DI LAZIS JATENG

Agung Sedayu¹, Yunita Primasanti¹, Bekti Nugrahadi¹

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains Teknologi dan Kesehatan, Universitas Sahid Surakarta
sedayua628@gmail.com

ABSTRACT

This study is motivated by the significant role of zakat as an Islamic economic instrument in wealth distribution and poverty alleviation. However, emerging challenges within zakat institutions such as a decline in zakat collection and diminishing public trust in fund management have become critical issues that warrant thorough analysis. LAZIS Jateng Solo Branch was selected as the object of study due to its decreasing zakat collection over the past two years. This research aims to analyse the influence of transparency, service quality, and institutional image on the public's decision to distribute zakat, with a particular focus on the perceptions and experiences of muzakki as service users. The study employs an analytical qualitative approach combined with a descriptive quantitative method. Data analysis techniques include validity and reliability tests, multiple linear regression, and classical assumption testing using SPSS version 25. The findings indicate that, partially, transparency, service quality, and institutional image have a positive and significant effect on the public's decision to distribute zakat. Among these, transparency emerges as the most dominant factor. These results emphasise the importance of enhancing public communication, improving service quality, and building a positive institutional image as key strategies for increasing trust and loyalty among muzakki towards LAZIS Jateng Solo Branch.

Keywords : Transparency; Service Quality; Institutional Image; Zakat; Lazis Jateng

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran zakat sebagai instrumen ekonomi Islam dalam mendistribusikan kekayaan dan mengurangi kemiskinan. Namun, munculnya berbagai tantangan dalam sistem layanan lembaga zakat, seperti penurunan jumlah penghimpunan zakat dan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana, menjadi permasalahan krusial yang perlu dianalisis. LAZIS Jateng Cabang Solo menjadi objek kajian karena mengalami penurunan penghimpunan zakat dalam dua tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transparansi, kualitas layanan, dan citra lembaga terhadap keputusan masyarakat dalam menyalurkan zakat, dengan fokus pada persepsi dan pengalaman muzakki sebagai pengguna layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif analitik yang dikombinasikan dengan metode kuantitatif deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan mencakup uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, serta uji asumsi klasik menggunakan perangkat lunak SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, transparansi, kualitas layanan, dan citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menyalurkan zakat. Faktor transparansi memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan komunikasi publik, peningkatan kualitas pelayanan, serta pembangunan citra positif sebagai strategi utama dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas muzakki terhadap LAZIS Jateng Cabang Solo.

Kata Kunci : Transparansi; Kualitas Layanan; Citra Lembaga; Zakat; Lazis Jateng

1. PENDAHULUAN

Zakat merupakan salah satu pilar utama dalam sistem ekonomi Islam yang berfungsi sebagai instrumen distribusi kekayaan dan pengentasan kemiskinan. Sebagai kewajiban bagi setiap Muslim yang telah memenuhi syarat, zakat tidak hanya memiliki nilai ibadah spiritual, tetapi juga menjadi



mekanisme sosial-ekonomi yang memperkuat solidaritas dan keadilan sosial. Di Indonesia, pengelolaan zakat dilaksanakan oleh dua lembaga formal, yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ), yang memiliki tanggung jawab dalam menghimpun dan menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) sesuai prinsip-prinsip syariah.

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap zakat dan bertambahnya jumlah lembaga pengelola, muncul tantangan baru yang berkaitan dengan efektivitas layanan, efisiensi penghimpunan, serta citra lembaga di mata publik. Salah satu lembaga yang menghadapi dinamika tersebut adalah LAZIS Jateng Cabang Solo, yang mengalami penurunan signifikan dalam jumlah penghimpunan zakat selama dua tahun terakhir. Fenomena ini menunjukkan kemungkinan adanya gangguan dalam sistem pelayanan zakat, baik dari aspek transparansi informasi, kualitas layanan, maupun persepsi masyarakat terhadap citra lembaga. Beberapa muzakki bahkan menyatakan preferensinya untuk menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik, dengan alasan minimnya laporan penyaluran, lokasi kantor yang tidak strategis, dan kurangnya komunikasi aktif.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa faktor transparansi, kualitas layanan, dan citra lembaga memiliki relevansi terhadap keputusan muzakki. Studi oleh (Amirudin, 2023), (Armanda Chiesa, 2023), dan (Pitria, 2024) menegaskan pentingnya transparansi sebagai elemen utama dalam membangun kepercayaan publik terhadap lembaga filantropi. Sementara itu, penelitian oleh (Shoma Al Ghifari, 2024) dan (Vivin, 2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan juga berperan penting dalam membentuk loyalitas dan keputusan donatur, meskipun dalam beberapa konteks pengaruhnya tidak signifikan secara statistik. Di sisi lain, citra lembaga yang dibentuk melalui reputasi, komunikasi eksternal, dan pengalaman masyarakat, terbukti berpengaruh besar terhadap partisipasi publik dalam penyaluran zakat (Atwal Arifin, 2021) dan (Muhamad Saidun, 2023).

Kendati demikian, mayoritas penelitian terdahulu masih bersifat kuantitatif murni dan cenderung menguji variabel secara terpisah. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan pendekatan kualitatif analitik yang dikombinasikan dengan analisis kuantitatif deskriptif. Fokus utama diarahkan pada persepsi dan pengalaman muzakki sebagai pengguna layanan zakat di LAZIS Jateng Cabang Solo. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengukur hubungan antar variabel secara statistik, tetapi juga menangkap aspek subjektif yang kerap terabaikan dalam pendekatan kuantitatif konvensional.

Kebaruan (novelty) dalam penelitian ini terletak pada empat hal. Pertama, penelitian ini menguji secara simultan pengaruh transparansi, kualitas layanan, dan citra lembaga terhadap keputusan muzakki. Kedua, penggunaan metode gabungan kualitatif dan kuantitatif memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap fenomena layanan zakat. Ketiga, objek kajian yang spesifik pada LAZIS Jateng Cabang Solo memberikan kontribusi kontekstual terhadap literatur lokal yang masih minim. Keempat, hasil penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan rekomendasi strategis bagi lembaga amil zakat dalam memperkuat komunikasi publik, meningkatkan mutu pelayanan, serta membangun citra positif untuk mendorong kepercayaan dan loyalitas muzakki.

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif analitik yang dikombinasikan dengan analisis kuantitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menyalurkan zakat. Pendekatan kualitatif digunakan dalam studi lapangan melalui observasi dan wawancara, sedangkan pendekatan kuantitatif dilakukan melalui pengolahan data statistik menggunakan perangkat lunak SPSS.

Subjek dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di LAZIS Jateng Cabang Solo (Surakarta), yang menjadi objek utama karena mengalami dinamika dalam penghimpunan zakat dan pengelolaan layanan. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat (muzakki) yang menyalurkan zakat di lembaga tersebut, serta pihak

internal LAZIS yang relevan sebagai informan kunci. Pemilihan lokasi dan subjek ini didasarkan pada kebutuhan untuk mengevaluasi secara langsung efektivitas layanan dan citra lembaga dalam perspektif pengguna layanan zakat.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui dua pendekatan yaitu Data Primer diperoleh langsung dari responden melalui Teknik observasi dan wawancara mendalam terhadap amil dan melalui kuesioner terhadap meuzakki. Selain itu, data sekunder berupa data dan dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan fokus penelitian.

Teknik Analisis Data

Data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 25, dengan tahapan terdiri dari Uji validitas dan Reliabilitas untuk menguji kelayakan instrument kuesioner (Djaali, 2021), Uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas sebagai prasyarat untuk analisis regresi, selanjutnya Analisis Regresi Linear Berganda untuk mengetahui pengaruh masing masing variable X terhadap Y (Hendryadi, 2016) , Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F), dan Koefisiensi Determinasi (R^2)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, data memegang peran yang sangat penting karena berfungsi sebagai representasi variabel yang sedang diteliti dan menjadi alat utama untuk membuktikan hipotesis. Akurasi data sangat bergantung pada kualitas instrumen pengumpulan data. Oleh karena itu, instrumen yang digunakan harus memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Untuk memastikan kedua persyaratan ini terpenuhi, uji coba instrumen dilakukan terlebih dahulu dengan tahapan sebagai berikut:

A. Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki korelasi positif dan signifikan dengan total skor, dan nilai r hitung $> r$ tabel. Dengan jumlah responden (n) sebanyak 100, maka nilai r tabel = 0,196 ($df = n - 2 = 98$, signifikan 5%) (Sunaryono et al., 2022). Adapun hasil dari analisis validitas diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Transparansi (X_1)	0,537	0,196	Valid
		0,550	0,196	Valid
		0,615	0,196	Valid
		0,595	0,196	Valid
		0,572	0,196	Valid
		0,607	0,196	Valid
		0,740	0,196	Valid
		0,721	0,196	Valid
		0,638	0,196	Valid
		0,752	0,196	Valid
		0,783	0,196	Valid

2	Kualitas Layanan (X_2)	0,774	0,196	Valid
		0,863	0,196	Valid
		0,795	0,196	Valid
		0,762	0,196	Valid
		0,776	0,196	Valid
		0,823	0,196	Valid
		0,823	0,196	Valid
		0,792	0,196	Valid
3	Citra Lembaga (X_3)	0,673	0,196	Valid
		0,711	0,196	Valid
		0,758	0,196	Valid
		0,634	0,196	Valid
		0,731	0,196	Valid
		0,742	0,196	Valid
		0,683	0,196	Valid
		0,589	0,196	Valid
4	Keputusan Muzakki (Y)	0,594	0,196	Valid
		0,744	0,196	Valid
		0,831	0,196	Valid
		0,732	0,196	Valid
		0,768	0,196	Valid
		0,577	0,196	Valid

Sumber: Data primer, 2025.

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap seluruh item pernyataan dalam masing-masing variabel penelitian, diketahui bahwa seluruh nilai r hitung dari setiap butir pernyataan lebih besar daripada nilai r tabel yang sebesar 0,196 (dengan n = 100 dan taraf signifikansi 5%). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat mengukur variabel yang dimaksud secara akurat.

B. Uji Reliabilitas

Sebuah instrumen penelitian umumnya dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha-nya lebih dari 0,60. Adapun hasil dari uji reliabilitas dari masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini:



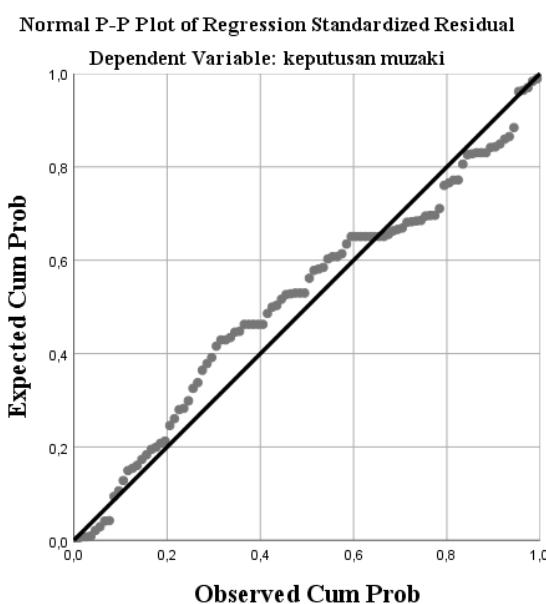
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Alpha Pembanding	Keterangan
1	Transparansi (X_1)	0,803	0,60	Reliabel
2	Kualitas Layanan (X_2)	0,933	0,60	Reliabel
3	Citra Lembaga (X_3)	0,843	0,60	Reliabel
4	Keputusan Muzakki (Y)	0,801	0,60	Reliabel

Seluruh nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel melebihi angka 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang tinggi. Artinya, kuesioner yang digunakan untuk mengukur keempat variabel dalam penelitian ini bersifat konsisten dan dapat diandalkan untuk digunakan dalam proses pengumpulan data.

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

**Gambar 3.1 Hasil Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual, terlihat bahwa titik-titik data mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data residual pada model regresi ini terdistribusi secara normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi dalam model regresi yang digunakan.

B. Uji Multikolinearitas

Tabel 3.3 Hasil Uji Multikolinearitas

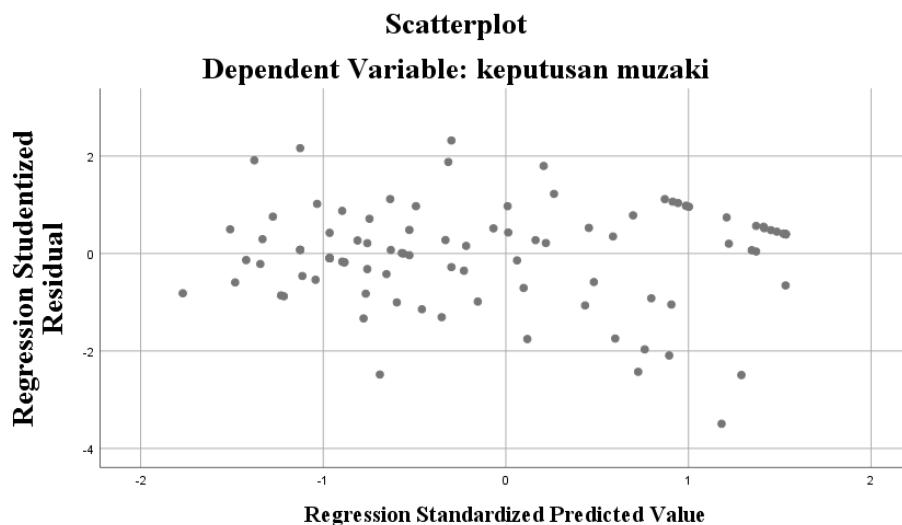
Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.			
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	3,924	2,267		,087			
	transparansi	,164	,082	,218	,999	,048	,414 2,414	
	kualitas layanan	,024	,067	,037	,362	,718	,466 2,144	
	citra lembaga	,418	,083	,530	5,040	,000	,444 2,251	



Sumber: Data primer, 2025.

Semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat gejala multikolinearitas. Hal ini diperkuat oleh rincian nilai tolerance yaitu Transparansi sebesar 0,414, Kualitas Layanan sebesar 0,466, dan Citra Lembaga sebesar 0,444. Adapun nilai VIF masing-masing adalah 2,414 untuk Transparansi, 2,144 untuk Kualitas Layanan, dan 2,251 untuk Citra Lembaga. Seluruh nilai tersebut telah memenuhi kriteria yang ditetapkan.

C. Uji Heterosketastisitas



Gambar 3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi salah satu asumsi klasik yang diperlukan untuk analisis regresi linear berganda.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
(Constant)	3,924	2,267		1,731	,087
x1	,164	,082	,218	1,999	,048
x2	,024	,067	,037	,362	,718
x3	,418	,083	,530	5,040	,000

Sumber: Data primer, 2025.

Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana:

- Y : Keputusan melakukan zakat
- a : Konstanta
- b₁ : Koefisien regresi variabel X₁
- b₂ : Koefisien regresi variabel X₂

b_3 : Koefisien regresi variabel X_3

X_1 : Mean Transparansi

X_2 : Mean Kualitas Layanan

X_3 : Mean Citra Lembaga

Maka:

$$Y = 3,924 + (0,164 \times 4,32) + (0,024 \times 4,37) + 0,418 \times 4,42$$

$$Y = 3,924 + 0,70848 + 0,10488 + 1,84756$$

$$Y = 6,58492 \longrightarrow 6,585$$

Artinya, berdasarkan model regresi yang dibangun, apabila ketiga variabel independen berada pada rata-ratanya, maka keputusan muzakki memiliki nilai sebesar 6,585. Hal ini menunjukkan bahwa Transparansi, Kualitas Layanan, dan Citra Lembaga secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan muzakki dalam menyalurkan zakatnya melalui LAZIS Jateng Cabang Solo. Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan:

1. Konstanta (a) sebesar 3,924 menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen dianggap konstan (0), maka nilai keputusan muzaki adalah sebesar 3,924.
2. Koefisien regresi variabel Transparansi (X_1) sebesar 0,164 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam transparansi akan meningkatkan keputusan muzaki sebesar 0,164, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$ menunjukkan bahwa pengaruh transparansi signifikan secara statistik.
3. Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan (X_2) sebesar 0,024 menunjukkan pengaruh positif yang sangat kecil terhadap keputusan muzaki, dan nilai signifikansi sebesar $0,718 > 0,05$ menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan.
4. Koefisien regresi variabel Citra Lembaga (X_3) sebesar 0,418 menunjukkan pengaruh positif yang paling besar terhadap keputusan muzaki, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa pengaruhnya sangat signifikan secara statistik.

Dengan demikian, variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan muzakki adalah Citra Lembaga (X_3), diikuti oleh Transparansi (X_1), sementara Kualitas Layanan (X_2) tidak memberikan pengaruh signifikan.

Pengujian Hipotesis

A. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 3.5 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance		
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	3,924	2,267		1,731	,087		
	transparansi	,164	,082	,218	1,999	,048	,414 2,414	
	kualitas layanan	,024	,067	,037	,362	,718	,466 2,144	
	citra lembaga	,418	,083	,530	5,040	,000	,444 2,251	

Sumber: Data primer, 2025.

1. Hipotesis 1

H1: Terdapat pengaruh antara variabel Transparansi terhadap Keputusan Muzakki. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Transparansi (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$, dan nilai t hitung sebesar $1,999 > t$ tabel 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Transparansi terhadap Keputusan Muzakki.

2. Hipotesis 2

H2: Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Layanan terhadap Keputusan Muzakki. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,718 >$



0,05, dan nilai t hitung sebesar $0,362 < t$ tabel 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Keputusan Muzakki.

3. Hipotesis 3

H3: Terdapat pengaruh antara variabel Citra Lembaga terhadap Keputusan Muzakki. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Citra Lembaga (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t hitung sebesar $5,040 > t$ tabel 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Citra Lembaga terhadap Keputusan Muzakki.

B. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 3.6 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3	135,785	35,941	,000 ^b
	Residual	96	3,778		
	Total	99			
a. Dependent Variable: keputusan muzaki					
b. Predictors: (Constant), citra lembaga, kualitas layanan, transparansi					

Sumber: Data primer, 2025.

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 35,941 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena F hitung $> F$ tabel ($35,941 > 2,70$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Transparansi, Kualitas Layanan, dan Citra Lembaga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Muzakki.

Koefisien Determinasi R²

Tabel 3.7 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,727 ^a	,529	,514	1,94370
a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1				

Sumber: Data primer, 2025.

Berdasarkan output Model Summary pada uji regresi linear berganda, diketahui bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,529 atau 52,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Transparansi (X_1), Kualitas Layanan (X_2), dan Citra Lembaga (X_3) secara simultan mampu menjelaskan 52,9% variasi keputusan masyarakat dalam menyalurkan zakat (Y).

Dengan kata lain, sebesar 52,9% perubahan atau variasi keputusan masyarakat dalam menyalurkan zakat ke LAZIS Jateng Cabang Solo dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut. Sementara sisanya yaitu 47,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini, seperti faktor personal muzakki, preferensi individu, pengaruh sosial, maupun faktor eksternal lainnya.

Pembahasan

Penelitian ini menemukan bahwa citra lembaga merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi keputusan muzakki untuk menyalurkan zakat di LAZIS Jateng Cabang Solo, dengan nilai koefisien beta tertinggi ($\beta = 0,530$) dan signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap reputasi, profesionalitas, dan komunikasi eksternal lembaga memainkan peran strategis dalam membangun kepercayaan dan loyalitas muzakki. Temuan ini selaras dengan teori citra lembaga yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, serta didukung oleh hasil penelitian Wulandari (Armando Chiesa, 2023) yang menyatakan bahwa citra lembaga sosial memiliki pengaruh besar terhadap keputusan donatur.

Variabel transparansi juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,218$; sig. = 0,048), menegaskan pentingnya keterbukaan laporan keuangan, akses informasi program, dan saluran

komunikasi publik dalam mendorong partisipasi masyarakat. Hasil ini diperkuat oleh observasi di lapangan yang menunjukkan bahwa LAZIS Jateng Cabang Solo secara aktif mempublikasikan laporan melalui media sosial dan website resmi. Hal ini mendukung teori transparansi sebagai elemen fundamental dalam membangun akuntabilitas dan kepercayaan publik (Amirudin, 2023), serta sejalan dengan studi Pitria (2024) dan Chiesa (2023).

Sementara itu, variabel kualitas layanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan muzakki ($\beta = 0,037$; sig. = 0,718), meskipun skor persepsi responden terhadap layanan berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan, meskipun penting, bukan merupakan faktor penentu utama dalam keputusan menyalurkan zakat. Hasil ini bertentangan dengan teori SERVQUAL serta penelitian Shoma Al Ghifari (2024), namun dapat dijelaskan oleh dominasi faktor citra dan kepercayaan yang lebih berpengaruh dalam konteks lembaga zakat.

Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan muzakki (F hitung = 35,941; sig. = 0,000). Nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,529$) menunjukkan bahwa 52,9% variasi dalam keputusan muzakki dapat dijelaskan oleh kombinasi transparansi, kualitas layanan, dan citra lembaga. Sisanya 47,1% dipengaruhi oleh faktor lain seperti nilai keagamaan, pengalaman personal, atau kondisi ekonomi individu.

Temuan ini menegaskan bahwa dalam pengelolaan lembaga amil zakat, faktor kepercayaan publik yang tercermin melalui citra dan transparansi menjadi kunci utama. Oleh karena itu, penguatan strategi branding, pelaporan publik yang akuntabel, serta komunikasi aktif perlu menjadi fokus dalam pengembangan organisasi.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa citra lembaga merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan muzakki untuk menyalurkan zakat di LAZIS Jateng Cabang Solo. Persepsi positif terhadap reputasi, profesionalitas, dan kredibilitas lembaga terbukti secara signifikan mendorong partisipasi masyarakat dalam aktivitas filantropi keagamaan.

Selain itu, transparansi lembaga juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan muzakki. Keterbukaan informasi, laporan keuangan yang mudah diakses, serta komunikasi publik yang aktif menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan. Sementara itu, meskipun kualitas layanan dinilai baik oleh responden, namun tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik terhadap keputusan menyalurkan zakat.

Secara simultan, ketiga variabel tersebut berkontribusi sebesar 52,9% terhadap keputusan muzakki, dengan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Oleh karena itu, lembaga amil zakat disarankan untuk memprioritaskan strategi penguatan citra dan transparansi sebagai bagian dari upaya peningkatan kepercayaan dan loyalitas masyarakat.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini, khususnya kepada LAZIS Jateng Cabang Solo atas kesediaannya menjadi objek penelitian dan memberikan akses data serta informasi yang dibutuhkan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan selama proses penyusunan artikel ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

Amirudin, C. (2023). *ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL, REPUTASI DAN TRANSPARANSI TERHADAP KEPUTUSAN MUZZAKI MEMBAYAR ZAKAT DENGAN PENGETAHUAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi kasus di Baitul Mal BMT Mitra Usaha Mandiri Wonogiri)*.



- Armanda Chiesa. (2023). *Pengaruh Transparansi, Kualitas Layanan Dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Jakarta Dalam Memilih Tempat Menunaikan Infak Dan Sedekah*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73075>
- Atwal Arifin. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan Dan Kredibilitas Organisasi Pengelola Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Atau Badan Amil Zakat (BAZ) (Studi Kasus Pada Muzakki Di Kecamatan Laweyan Surakarta)* - UMS ETD-db. <https://eprints.ums.ac.id/29096/>
- Djaali, Prof. Dr. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In B. S. Fatmawati (Ed.), *CV, Bumi Aksara*. CV. BUMI AKSARA.
- Hendryadi, S. (2016). *Metodo Riset Kuantitatif*. 2–4.
- Muhamad Saidun. (2023). Strategi Public Relations Lembaga Amil Zakat Al Ihsan Jawa Tengah (Lazis Jateng) Dalam Meningkatkan Brand Awareness. 2023. [//fud2.uinsaid.ac.id/akasia/index.php?p=show_detail&id=11889&keywords=](https://fud2.uinsaid.ac.id/akasia/index.php?p=show_detail&id=11889&keywords=)
- Pitria, R. K. (2024). *Pengaruh Pemberitaan kasus Lembaga filantropi ACT,transparansi,dan Fraud terhadap kepercayaan masyarakat dalam membayar ZIS di institusi LAZ (Pada masyarakat Kota Bogor)*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/80832>
- Shoma Al Ghifari. (2024). *ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, KUALITAS LAYANAN, RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN ZAKAT TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL DALAM MEMBAYAR ZAKAT DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KOTA CILEGON*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/77405>
- Sunaryono, Taryati, & Ema Trisnawati. (2022). *Buku Ajar Metodologi Penelitian 1 - Google Books*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Metodologi_Penelitian_1/dMwNEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Vivin, S. (2021). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang* - *Walisongo Repository*. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/2017/>