

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Tentang Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara**

##### **1. Sejarah Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara**

Badan Amil Zakat Nasional atau yang dikenal berfungsi untuk melakukan pengelolaan dana zakat, infaq dan sedekah yang dulunya dikenal dengan sebutan Badan Amil Zakat, Infaq dan Sedekah atau Bazis Kabupaten Hulu Sungai Utara, mulai tahun 1991 telah berdiri dan pada tahun 2000 terjadi perubahan dari sebelumnya Bazis menjadi Badan Amil Zakat atau BAZ kemudian tahun 2012 dipertengahan tahun badan ini mengalami perubahan pada namanya lagi yaitu menjadi Badan Amil Zakat Nasional atau Baznas yang difungsikan pemerintah untuk melakukan pengelolaan terhadap dana zakat, infaq dan sedekah.

##### **2. Tujuan Pengelolaan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara**

Tujuan pengelolaan dana zakat, infaq dan sedekah adalah sebagai berikut:

- a. Efektifitas dan efisiensi dalam pelayanan dan pengelolaan dana zakat, infaq dan sedekah yang terus ditingkatkan
- b. Dana zakat yang dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan untuk mengentaskan kemiskinan.

### 3. Visi dan Misi Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara

#### a. Visi

“Amanah, Adil dan Transparan” merupakan visi dari Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara.

#### b. Misi

- 1) Pelaksana dan amil di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara yang memiliki kompetensi dan komitmen.
- 2) Keuangan yang dikelola secara modern dengan adanya SIMBA.
- 3) Pengoptimalan dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan dana zakat, infaq dan sedekah.
- 4) berlandaskan syariah dan konstitusional akan dijaminakan bagi amil, muzaki dan mustahik.

### 4. Gambaran Kerja Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara

#### a. Perencanaan

Perencanaan pengumpulan, perencanaan pendistribusian dan perencanaan pendayagunaan Zakat, Infaq dan Sedekah.

#### b. Pengumpulan

Dalam pengumpulan dana yang dikumpulkan terbagu mendai 2 bagian yaitu:

- 1) Zakat Maal/Harta, Zakat Profesi, dan Zakat Fitrah
- 2) Infaq, Sedekah, Dana CSR dan DSKL

c. Pendistribusian/penyaluran

Pendistribusian yang dilakukan itu bertujuan kepada 8 asnaf yang telah ditentukan yaitu:

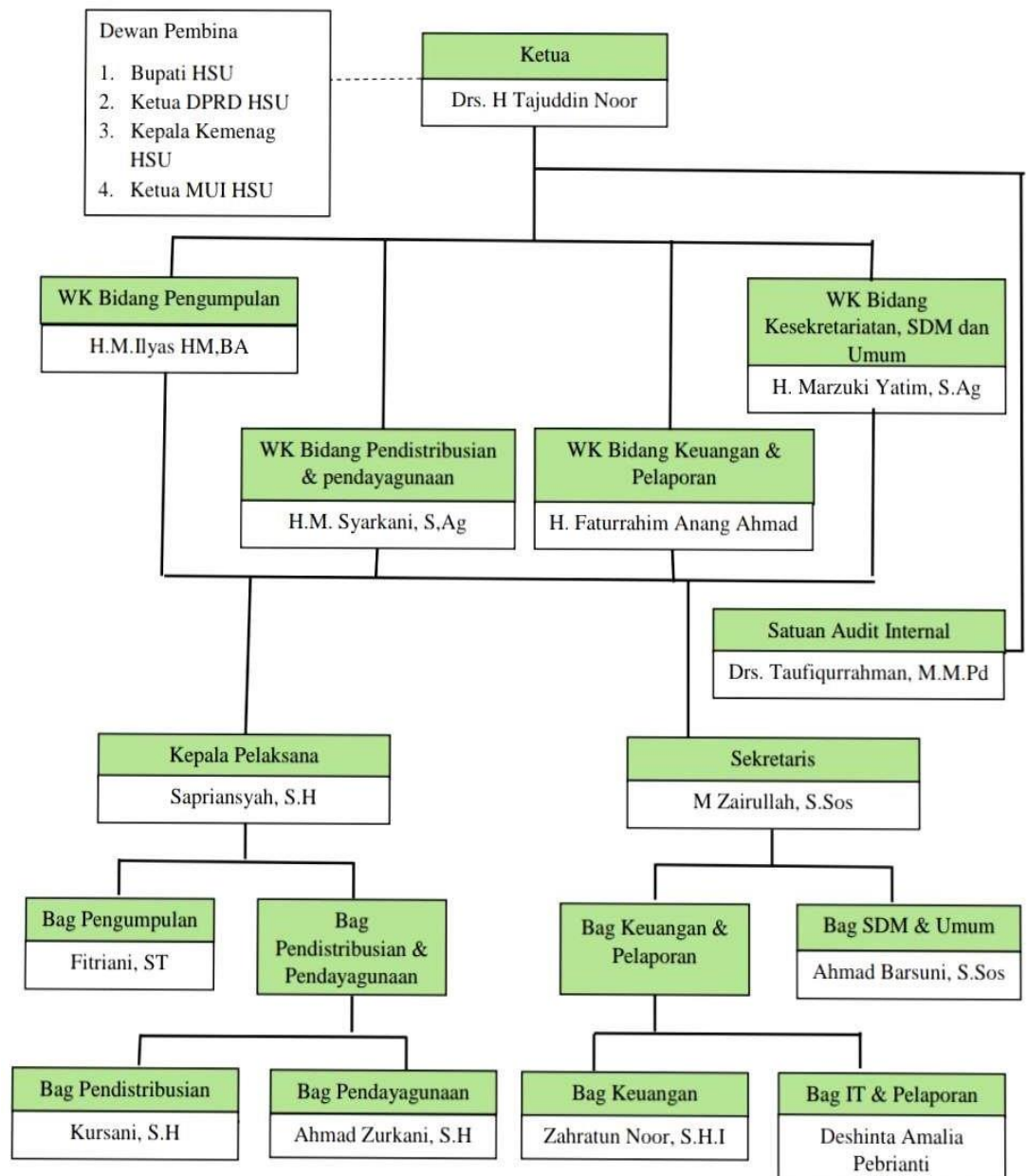
- 1) Fakir, yang dilakukan melalui program HSU Cerdas, HSU Sehat dan HSU Makmur.
- 2) Miskin, yang dilakukan melalui program HSU Cerdas, HSU Sehat dan HSU Makmur.
- 3) Amil, yang disalurkan melalui dana operasional Baznas HSU
- 4) Muallaf, yang dilakukan melalui program HSU Makmur dan HSU Takwa.
- 5) Riqab, yang dilakukan melalui program HSU Peduli
- 6) Gharim, yang dilakukan melalui program HSU Makmur.
- 7) Fi Sabilillah, yang dilakukan melalui program HSU Taqwa dan HSU Cerdas.
- 8) Ibnu Sabil, yang dilakukan melalui program HSU Peduli.

d. Pelaporan

Dalam pelaporan yang dilakukan adalah pelaporan keuangan transparan dan bertanggung jawab yang berbasis pada Sistem Manajemen Informasi Baznas (SiMBA) dan dilaporkan secara harian, bulanan, semester dan laporan tahunan.

## 5. Struktur Kerja Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara

Gambar 4.1  
Struktur Kerja Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara



## B. Hasil Penelitian

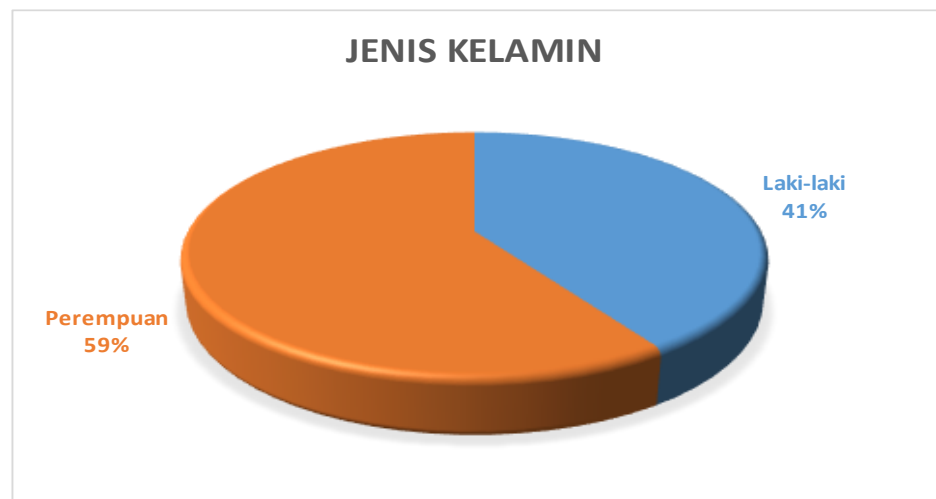
### 1. Karakteristik Responden

#### a. Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan data pengisi kuesioner dapat diketahui jenis kelamin responden donatur yang ada di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara lebih dominan oleh responden perempuan yaitu sebanyak 45 responden atau 56% sedangkan laki-lakinya sebanyak 31 responden atau 41%.

Barikut ini gambar diagram jenis kelamin yang terdapat pada gambar 4.2:

Gambar 4.2  
Jenis Kelamin



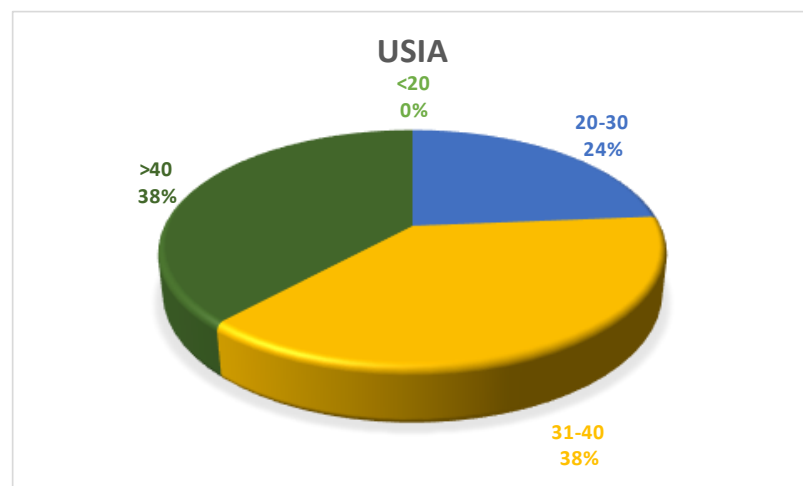
Sumber: Data yang diperoleh

#### b. Menurut Usia

Berdasarkan data pengisi kuesioner yang diperoleh dapat diketahui usia responden donatur di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara tidak ada yang berusia dibawah < 20 tahun, yang berusia 20-30 tahun ada sebanyak 18 orang responden atau 24%, yang berusia 31-40 tahun ada

sebanyak 29 orang responden atau 38% dan usia lebih dari > 40 tahun ada sebanyak 29 atau 38% orang responden. Berikut gambar 4.3 usia responden yang telah diperoleh peneliti:

Gambar 4.3  
Usia

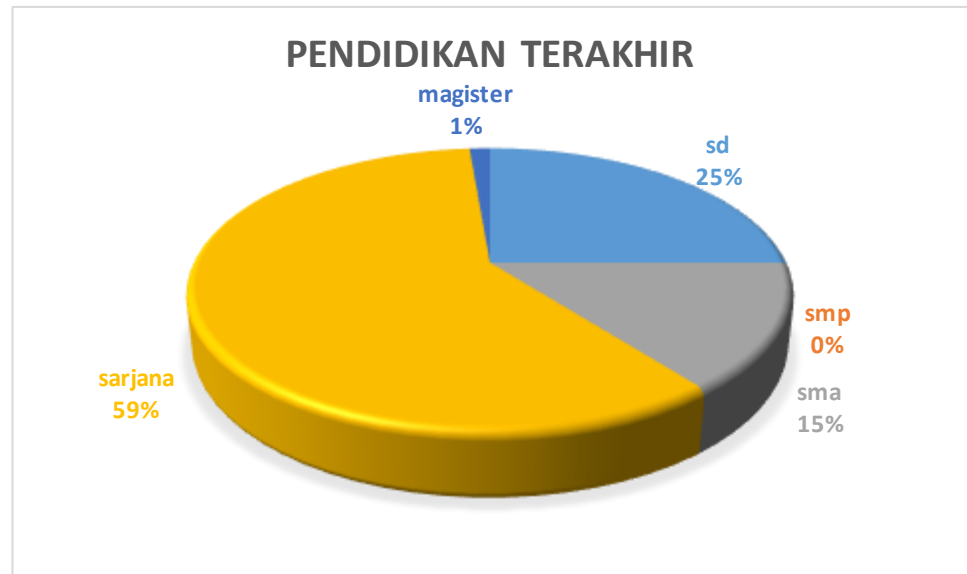


Sumber: Data yang diperoleh

c. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data pengisi kuesioner yang diperoleh dapat diketahui bahwa responden donatur di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara didominasi oleh sarjana yaitu sebanyak 45 orang responden atau 59%, kemudian SD sebanyak 19 orang responden atau 25%, SMA sebanyak 11 orang responden atau 15%, Magister 1 orang responden atau 1% dan yang terakhir SMP tidak ada responden. Berikut gambar 4.4 pendidikan terakhir yang diperoleh peneliti:

Gambar 4.4  
Pendidikan Terakhir

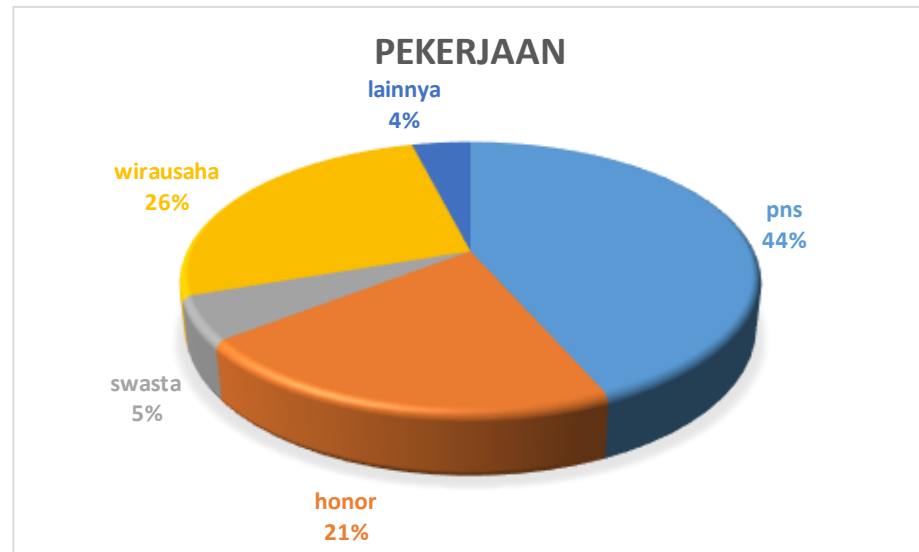


Sumber: Data yang diperoleh

d. Pekerjaan

Berdasarkan data pengisi kuesioner yang peneliti peroleh diketahui ada lainnya sebagai pekerjaan paling sedikit yang diperoleh yaitu sebanyak 3 orang responden atau 4%, kemudian ada swasta sebanyak 4 orang responden atau 5%, honor dengan responden 16 orang atau 21%, wirausaha dengan responden 20 orang 26%, dan terbanyak yaitu PNS sebanyak 33 orang responden atau 44%. Berikut gambar 4.5 diagram pekerjaan yang diperoleh peneliti:

Gambar 4.5  
Pekerjaan



Sumber: Data yang diperoleh

## 2. Hasil Uji Kualitas Data

### a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengukur kuesioner untuk mengetahui sah atau valid tidaknya. Uji validitas dalam pengujiannya dilakukan pada setiap item pertanyaan dalam kuesioner dengan melihat nilai pada  $r$  hitung dan  $r$  tabel dengan sig 5%. Apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  table maka pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid. Sebelum membagikan kuesioner kepada responden, peneliti sebelum memberikan kuesioner kepada responden telah melakukan uji coba terlebih dahulu kepada 20 orang responden.

Hasil uji validitas terhadap variabel promosi ada pada tabel 4.1 berikut ini:



Tablel 4.1  
 Hasil Uji Validitas Promosi (P)

No	Person Correlation	r tabel	Keterangan
P1	0,680**	0,223	Valid
P2	0,719**	0,223	Valid
P3	0,738**	0,223	Valid
P4	0,525**	0,223	Valid
P5	0,633**	0,223	Valid
P6	0,337**	0,223	Valid
P7	0,608**	0,223	Valid

Sumber: Data yang diperoleh

Hasil uji validitas terhadap variabel promosi yang diperoleh memperlihatkan bahwa variabel promosi semua item pernyataannya valid karena memiliki nilai r hitung > dari r tabel, berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada variabel promosi adalah valid.

Hasil uji validitas pada variabel kepercayaan ada pada tabel 4.2 berikut ini:

Tablel 4.2  
 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (K)

No	Person Correlation	r tabel	Keterangan
K1	0,727**	0,223	Valid
K2	0,712**	0,223	Valid
K3	0,639**	0,223	Valid
K4	0,675**	0,223	Valid
K5	0,683**	0,223	Valid

Sumber: Data yang diperoleh

Hasil uji validitas terhadap variabel kepercayaan yang diperoleh memperlihatkan bahwa variabel kepercayaan semua item pernyataannya valid karena memiliki nilai r hitung > dari r tabel, berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada variabel kepercayaan adalah valid.

Hasil uji validitas terhadap variabel minat ada pada tabel 4.3 berikut ini:

Tablel 4.3  
 Hasil Uji Validitas Minat (M)

No	Person Correlation	r tabel	Keterangan
M1	0,759**	0,223	Valid
M2	0,784**	0,223	Valid
M3	0,763**	0,223	Valid
M4	0,402**	0,223	Valid
M5	0,624**	0,223	Valid

Sumber: Data yang diperoleh

Hasil uji validitas terhadap variabel minat yang diperoleh memperlihatkan bahwa variabel minat semua item pernyataannya valid karena memiliki nilai  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel, berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada variabel minat adalah valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat pengujian yang berguna untuk mengukur konsistensi suatu kuesioner penelitian, dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) pengujian ini dilakukan, jika nilai pengujian atau *Cronbach Alpha*  $>$   $\alpha$  0,60 berarti hasilnya reliabel.

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel promosi ada pada tabel 4.4 berikut ini:

Tablel 4.4  
Hasil Uji Reliabilitas Promosi (P)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.691	7

Sumber: Data yang diperoleh

Tabel 4.4 diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada variabel promosi sebesar  $0,691 > 0,60$ , sehingga pernyataan pada kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel kepercayaan ada pada tabel 4.5 berikut ini:

Tablel 4.5  
Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (K)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,613	5

Sumber: Data yang diperoleh

Dari tabel 4.5 diketahui nilai *Cronbach Alpha* pada variabel kepercayaan yaitu  $0,613 > Alpha$  0,60, sehingga pernyataan pada kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel minat ada pada tabel 4.6 berikut ini:

Tablel 4.6  
Hasil Uji Reliabilitas Minat (M)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,701	5

Sumber: Data Primer yang diperoleh

Dari tabel 4.6 dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* pada variabel kepercayaan adalah  $0,613 > Alpha$  0,60, sehingga pernyataan pada kuesioner dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas terhadap ketiga variabel yaitu promosi, kepercayaan dan minat ada pada tabel 4.7 berikut ini:

Tablel 4.7  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah item	Keterangan
Promosi	0,691	7	Reliabel
Kepercayaan	0,613	5	Reliabel
Minat	0,701	5	Reliabel

Sumber: Data yang diolah

Pada tabel 4.6 memperlihatkan semua variabel yang ada mendapatkan hasilnya adalah reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Hal ini berarti bahwa setiap item pernyataan yang dipakai bisa mendapatkan data yang bersifat konsisten.

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Hasil Uji Normalitas

Pengujian dilakukan untuk melihat didalam data pada variabel independen dan data pada variabel dependen berdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas yang peneliti lakukan adalah dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogrov Smirnov* (K-S). Apabila hasil uji normalitas atau nilai p menunjukkan angka > 0,05 atau 5% maka dapat dikatakan berdistribusi dengan normal. Tetapi apabila nilai p nya < 0,05 atau 5% berarti tidak berdistribusi dengan normal. Dibawah ini hasil uji normalitas ada pada tabel 4.8.

Tablel 4.8  
 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	1.85940649
Most Extreme Differences	Absolute	0.077
	Positive	0.056
	Negative	-0.077
Test Statistic		0.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data yang diperoleh

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai signifikansi kolmogorov smirnov sebesar  $0,200 > 0,05$ , berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa pola distribusi berjalan dengan normal.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Dilakukannya uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi antar variabel bebas atau independen. Korelasi seharusnya tidak boleh ada antar variabel independen hal itu akan menunjukkan model regresi yang baik. Untuk melihat apakah ada kolerasi atau multikolinieritas dilakukan dengan mengamati nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF).

Berdasarkan nilai *tolerance* nya, apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  berarti multikolinieritas tidak terjadi. Tetapi apabila nilai *tolerance*  $< 0,10$  berarti multikolinieritas telah terjadi.

Berdasarkan nilai *variance inflation factor* (VIF), apabila nilai VIF  $< 10$  berarti multikolinieritas tidak terjadi. Tetapi apabila nilai VIF  $> 10$  berarti multikolinieritas telah terjadi. Hasil uji multikolinieritas ada pada tabel 4.9 dibawah ini.

Table 4.9  
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistic	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.429	3.077		2.414	0.018		
	PROMOSI	0.318	0.092	0.376	3.443	0.001	0,886	1,128
	KEPERCAYAAN	0.215	0.122	0.192	1.758	0.083	0,886	1,128

Sumber: Data yang diperoleh

Berdasarkan tabel 4.9 menyatakan bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh pada variabel promosi sebesar  $0,886 > 0,10$  sehingga dinyatakan multikolinieritas tidak terjadi dan pada variabel kepercayaan sebesar  $0,886 > 0,10$  sehingga dinyatakan multikolinieritas tidak terjadi.

Adapun yang dilihat pada nilai VIF yang menyatakan nilai  $< 10$  yaitu dengan variabel promosi nilainya sebesar 1,128 dan pada variabel kepercayaan nilainya juga sebesar 1,128.

c. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini digunakan untuk mengetahui terdapatnya ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila residualnya mempunyai varian yang sama akan disebut homoskedastisitas dan apabila terdapat ketidaksamaan disebut heterokedastisitas. Pengujian dilakukan dengan uji glejser untuk melihat indikasi heterokedastisitas dengan meregres absolut residual. Untuk pengambilan keputusannya dengan melihat nilai signifikansinya yaitu jika nilai signifikansinya  $> 0,05$  berarti heterokedastisitas tidak terjadi dan apabila  $< 0,05$  berarti heterokedastisitas telah terjadi.

Berikut tabel hasil uji multikolinieritas terdapat pada tabel 4.10.



Tablel 4.10  
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.057	1.949		-1.055	0.295
	PROMOSI	0.008	0.058	0.016	0.133	0.895
	KEPERCAYAAN	0.15	0.077	0.234	1.935	0.057

a. Dependent Variable: Abs\_res

Sumber: Data yang diperoleh

Data pada tabel 4.10 menyatakan bahwa nilai signifikansi pada variabel promosi dan kepercayaan  $> 0,05$  makanya dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas dengan nilai signifikansi pada kedua variabel  $> 0,05$  dengan nilai signifikansi variabel promosi sebesar 0,895 dan nilai signifikansi variabel kepercayaan sebesar 0,57.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Terdapatnya pengaruh dari 2 variabel independent kepada variabel dependen dapat kita ketahui dengan melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun rumus persamaan regresi linier berganda dibawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + e_1$$

Tabel hasil analisis regresi linier berganda terdapat pada tabel 4.11 dibawah ini:

Table 4.11  
 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.429	3.077		2.414	0.018
	PROMOSI	0.318	0.092	0.376	3.443	0.001
	KEPERCAYAAN	0.215	0.122	0.192	1.758	0.083

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: Data yang diperoleh

Berdasarkan dari hasil analisis ditabel diatas diketahui bahwa nilai konstantanya adalah sebesar 7,429 berarti kedua variabel independen yaitu variabel promosi dan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu minat donatur sebesar 7,429. Nilai koefisien regresi pada variabel promosi adalah sebesar 0,318 dan nilai koefisien regresi pada variabel kepercayaan adalah sebesar 0,215. Sehingga model persamaan regresi yang didapat berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + e_1$$

$$Y = 7,429 + 0,318 X_1 + 0,215 X_2 + e_1$$

Keterangannya:

Y : Variabel dependen (Minat)

X<sub>1</sub> : Variabel independen (Promosi)

X<sub>2</sub> : Variabel independen (Kepercayaan)

Persamaan regresi diatas tersebut akan dijelaskan berikut ini:

$\alpha = 7,429$  adalah nilai constanta, yang berarti apabila promosi dan kepercayaan atau nilai  $X_1$  dan  $X_2$  adalah 0 maka nilai minat donatur menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara adalah sebesar 7,429.

$\beta_1 X_1 = 0,318 X_1$  = berarti bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh positif terhadap minat doantur menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara. Hal yang demikian berarti bahwa setiap ada 1 penambahan skor tanggapan dari responden tentang promosi maka minat donatur menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara akan terpengaruh sebesar 0,318.

$\beta_2 X_2 = 0,215 X_2$  = dapat diartikan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat doantur menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara. Hal yang demikian berarti bahwa setiap ada 1 penambahan skor tanggapan dari responden tentang kepercayaan maka minat donatur menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara akan terpengaruh sebesar 0,215.

Persamaan regresi diatas dari hasilnya dapat diketahui variabel independent yang memiliki pengaruh besar terhadap minat donatur menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara adalah variabel promosi karena dilihat dari nilai koefisiennya yang

lebih besar adalah variabel promosi yaitu sebesar 0,318 dibanding variabel kepercayaan nilai koefisiennya hanya sebesar 0,215.

## 5. Hasil Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji Parsial (T)

Uji parsial dilakukan untuk melihat apakah terdapat pengaruh dari variabel independent secara terpisah terhadap variabel dependen yang di ujikan. Dasar dalam menentukan keputusan pada uji parsial ini adalah dengan cara berikut ini:

- 1) Apabila  $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$ , berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila  $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$ , berarti variabel independent memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Selain dengan membanding nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel pengambilan keputusan juga bisa dengan melihat nilai signifikansi  $t$  pada tingkat  $\alpha$  yaitu sebesar 5% atau 0,05. Cara menganalisis dengan melihat nilai signifikansinya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi  $t > 0,05$ , berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai signifikansi  $t < 0,05$ , berarti variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut adalah hasil uji parsial yang terdapat pada tabel 4.12 dibawah ini:

Tablel 4.12  
Hasil Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.429	3.077		2.414	0.018
	PROMOSI	0.318	0.092	0.376	3.443	0.001
	KEPERCAYAAN	0.215	0.122	0.192	1.758	0.083

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: Data yang diperoleh

Berdasarkan hasil uji parsial dapat kita ketahui bahwa:

1) Uji t Variabel Promosi

Berikut hipotesis penelitian yang dilakukan uji statistik t yaitu:

- a)  $H_0$ 1 = Promosi tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat donatur menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara.
- b)  $H_a$ 1 = Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat donatur menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara

Hasil uji t yang didapatkan menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel promosi 3,443 > t tabel 1,996 dan nilai signifikansinya 0,001 < 0,05, maka menunjukkan bahwa ditolaknya

$H_01$  dan diterimanya  $H_{a1}$ , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh variabel promosi terhadap variabel minat donatur dalam menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara.

## 2) Uji t Variabel Kepercayaan

Berikut hipotesis penelitian yang dilakukan uji statistik t adalah sebagai berikut:

- a)  $H_02$  = Kepercayaan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat donatur menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara.
- b)  $H_{a2}$  = Kepercayaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat donatur menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara

hasil uji nilai pada t hitung variabel kepercayaan diketahui sebesar  $1,758 < t \text{ tabel } 1,996$  dan nilai signifikansinya  $0,083 > 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa diterimanya  $H_02$  dan ditolaknya  $H_{a2}$ , sehingga disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh variabel kepercayaan terhadap variabel minat donatur dalam menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara.

## b. Hasil Uji Simultan (F)

Pengujian simultan atau uji f digunakan untuk mengamati terdapatnya pengaruh variabel independent secara bersama-sama

terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji f yaitu:

- 1) Apabila  $f_{\text{tabel}} > f_{\text{hitung}}$ , berarti variabel independent tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila  $f_{\text{tabel}} < f_{\text{hitung}}$ , berarti variabel independent memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Selain dengan membanding nilai  $f_{\text{hitung}}$  dengan  $f_{\text{tabel}}$  pengambilan keputusan juga bisa dengan cara mengamati nilai signifikansi  $f$  pada tingkat  $\alpha$  yaitu 5% atau 0,05. Cara menganalisis dengan melihat nilai signifikansinya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila signifikansi  $f$  memiliki nilai  $> 0,05$  berarti variabel independent tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila signifikansi  $f$  memiliki nilai  $< 0,05$  berarti pengaruh variabel independent memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel hasil uji simultan terdapat pada tabel 4.13 berikut dibawah ini:

Tablel 4.13  
Hasil Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	73.159	2	36.58	10.734	.000 <sup>b</sup>
	Residual	248.775	73	3.408		
	Total	321.934	75			

Sumber: Data yang diperoleh

Hasil uji f menunjukkan bahwa nilai f hitung nya sebesar  $10,734 > f$  tabel  $3,122$  dan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$ , maka menunjukkan bahwa ditolaknya  $H_0$  dan diterimanya  $H_a$ , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh variabel independen nya promosi dan kepercayaan secara simultan terhadap variabel dependen minat donatur.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dalam pengukurannya dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model mejelaskan variasi variabel dependen yang dilihat melalui nilai *Adjusted R Square*. Hasil uji koefisien determinasi yang didapat dari aplikasi spss 26 dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut ini:



Tablel 4.14  
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.477 <sup>a</sup>	0.227	0.206	1.84604

Sumber: Data yang diperoleh

Hasil dari pengujian koefisien determinasi diatas dapat dilihat bahwa nilai R Square adalah 0,206 atau 20,6%. Hal tersebut menyatakan bahwa variabel independent yakni promosi dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap variabel dependennya yaitu minat donatur dengan angka 20,6% dan sisanya 79,4% variabel lain yang mempengaruhinya selain dari variabel yang peneliti teliti.

### C. Pembahasan

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh promosi dan kepercayaan terhadap minat donatur dalam menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara.

1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Donatur dalam Menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Berdasarkan dari hasil uji parsial yaitu dilakukannya pengujian pada masing-masing variabel independen secara terpisah dapat kita lihat bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat donatur. Hal tersebut diketahui dari hasil t hitungnya sebesar  $3,443 > t$  tabel

1,996 selain itu juga dilihat dari nilai signifikansinya sebesar  $0,001 < 0,05$ . Berarti bahwa ditolaknya  $H_0$  dan diterimanya  $H_a$ , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel minat donatur dalam menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Artinya semakin bagus promosi yang dilakukan oleh Baznas berarti akan mampu menambah minat donatur dalam menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara. Adapun indikator promosi yang saat ini sudah dilakukan oleh Baznas ada tiga yaitu *Advertising*, *Personal Selling* dan *Public Relation* dari lima indikator yang ada dalam promosi. Hasil yang didapat dari mengambil sampel donatur yang sudah pernah menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah ini menunjukkan berpengaruh secara signifikan ini berarti tiga indikator promosi yang telah dilakukan oleh baznas ini sudah bisa menarik minat donatur untuk menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah apalagi Baznas bisa melakukan promosi sesuai dengan teori yaitu dengan menggunakan kelima indikator tersebut ditambah satu lagi yaitu *Word of Mouth* maka akan semakin banyak menarik masyarakat untuk bisa menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekahnya melalui Baznas.

Hal tersebut juga sama dengan milik Dede Sholihin dalam penelitiannya dengan judul penelitian “pengaruh kepercayaan pelanggan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada online shope mikaylaku dengan minat sebagai variabel intervening”, hasil penelitiannya

yang didapat yaitu promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat donatur. Karena promosi adalah pengkomunikasian informasi antara satu pihak kepada pihak lain yang berpotensi guna mempengaruhi sikap dan prilakunya.<sup>1</sup>

Berdasarkan hasil dari variabel promosi yang menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat donatur dalam menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara, hal ini berarti promosi yang dilakukan oleh Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara baik itu dari segi periklanan (*Advertising*) yang berupa pemasangan spanduk, penyebaran brosur dan penginformasian melalui media sosial seperti facebook, Instagram, Website mampu menarik minat masyarakat. Selain itu dari hubungan masyarakat (*Public Relation*) yang berupa mengadakan pelatihan, pemberian bantuan langsung terhadap masyarakat dan mendukung acara-acara sosial seperti sunatan massal, acara-acara di panti asuhan dan lainnya juga bisa menarik minat masyarakat karena secara langsung bisa mengenalkan Baznas ke banyak orang lagi. kemudian ada juga penjualan perseorangan (*Personal Selling*) yang berupa penyampaian informasi secara langsung oleh karyawan Baznas kepada calon-calon donatur atau masyarakat umum tentang fungsi, tujuan dari Baznas dengan membawa bukti-bukti yang meyakinkan yaitu tersalurkannya dana yang terkumpul kepada orang yang berhak

---

<sup>1</sup> Dede Solihin, Ibid

menerimanya bisa menambah minat donatur dalam menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah secara signifikan.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Donatur dalam Menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Berdasarkan dari hasil uji parsial yaitu dilakukannya pengujian pada masing-masing variabel independen secara terpisah dapat kita lihat bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel minat donatur. Hal tersebut dilihat dari hasil  $t$  hitungunya sebanyak  $1,758 < t \text{ tabel } 1,996$  selain itu juga dilihat dari nilai signifikansinya sebesar  $0,083 > 0,05$ . Berarti diterimanya  $H_0$  dan ditolaknya  $H_a$ , Maka dapat ditarik kesimpulan simpulkan bahwa variabel kepercayaan tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel minat donatur dalam menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Artinya semakin dipercayanya Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara maka tidak akan mampu menambah minat donatur dalam menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara. Hal ini berarti indikator-indikator yang ada dalam teori mengenai kepercayaan ini yaitu *Ability*, *Benevolence* dan *Integrity* belum bisa menarik minat donatur menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah.

Hal tersebut juga sama hasilnya dengan Mona Afshardost, S Farahmandian dan S Saqiq Eshaghi dalam penelitiannya dengan judul

“*linking trust, perceived website quality, privacy protection, gender and online purchase intentions*”. Menunjukkan hasil bahwa variabel kepercayaan berpengaruh negatif terhadap variabel minat beli.

Berdasarkan hasil uji dari variabel kepercayaan yang menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap variabel minat donatur dalam menunaikan zakat, infaq dan sedekah. Berarti dalam hal ini indikator dalam variabel kepercayaan yaitu *Ability* (kemampuan) yang dimiliki oleh praktisi Baznas belum maksimal sehingga belum menimbulkan minat dari masyarakat, kemudian ada *Benevolence* (kejujuran) saat ini kejujuran dari pihak Baznasnya masih kurang tampak dikarenakan kurangnya keterbukaan mengenai pengumpulan dana yang masuk hingga pendistribusian yang dilakukan itu dipublikasikan secara transparan. Selanjutnya ada *Integrity* (konsistensi) yaitu praktisi baznas yang bisa tetap konsisten dalam melakukan hal-hal yang bisa menimbulkan kepercayaan masyarakat seperti dengan setiap awal bulan mempublikasikan pengumpulan dana, foto-foto kegiatan penyaluran, ada juga mengadakan kegiatan rutin yang selalu ada dan bisa dilihat banyak orang. Sehingga nantinya indikator- indikator yang ada pada variabel kepercayaan ini bisa menimbulkan minat dari donatur dalam menunaikan Zakat, Infaq dan Sedekah di Baznas Kabupaten Hulu Sungai Utara apabila dilakukan dengan sesuai.

