

THE EFFECT OF PROMOTION, SERVICE QUALITY, AND  
TRANSPARENCY OF ZISWAF FUND MANAGEMENT ON  
DONATOR'S INTEREST IN DONATION AT LAZNAS YATIM  
MANDIRI MAKASSAR

**Putri Qonitah Rahim**

[ptrqnth@gmail.com](mailto:ptrqnth@gmail.com)

STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

**Ali hamdan**

[alihamdan.sby@gmail.com](mailto:alihamdan.sby@gmail.com)

STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

**Abstract:** *Poverty is a crucial problem in development in developing countries, including Indonesia. Poverty reduction is one of Indonesia's development priorities. In Islam, there is a dosial fund that aims to help the poor. The main sources of these funds include zakat, infaq, alms, and waqf (ZISWAF). It is hoped that this instrument can help overcome the problem of poverty in Indonesia. As anamil zakat institution, the Makassar branch of LAZNAS Yatim Mandiri has helped a lot to ease the burden on the community, especially in terms of collecting and distributing ZISWAF funds. Public interest in donating can be seen from the amount of funds received by LAZNAS Yatim Mandiri Makassar. This study aims to see how the influence of promotion, service quality, and transparency in the management of ZISWAF funds on donors' interest in donating at LAZNAS Yatim Mandiri Makassar. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. The descriptive approach is the most basic form of research. The results of this study show that partially there is an effect of Promotion (X1), Service Quality (X2), and Transparency (X3) on Donor Interest (Y). In addition, simultaneously (simultaneously) there is also an influence between Promotion (X1), Service Quality (X2), and Transparency (X3) on Donor Interest (Y).*

**Keywords:** *Promotion, Service Quality, Transparency, Interest, Donors*

**Abstrak:** Kemiskinan merupakan masalah krusial dalam pembangunan di negara-negara yang sedang berkembang, termasuk Indonesia. Penanggulangan kemiskinan merupakan salah satu prioritas pembangunan Indonesia. Dalam agama Islam dikenal adanya dana dosial yang bertujuan untuk membantu kaum dhuafa. Sumber utama dana tersebut meliputi zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (ZISWAF). Maka diharapkan instrumen tersebut dapat membantu mengatasi permasalahan kemiskinan

di Indonesia. Sebagai lembaga amil zakat, LAZNAS Yatim Mandiri cabang Makassar telah banyak membantu meringankan beban masyarakat utamanya dalam hal penghimpunan dan penyaluran dana ZISWAF. Minat masyarakat untuk berdonasi dapat dilihat dari jumlah dana yang diterima oleh LAZNAS Yatim Mandiri Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh dari promosi, kualitas pelayanan, dan transparansi pengelolaan dana ZISWAF terhadap minat donatur dalam berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang paling dasar. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Transparansi (X3) terhadap Minat Donatur (Y). Selain itu, secara simultan (bersamaan) juga terdapat pengaruh antara Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Transparansi (X3) terhadap Minat Donatur (Y).

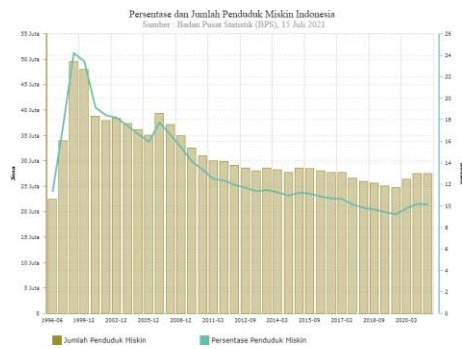
***Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Transparansi, Minat, Donatur***

## **Pendahuluan**

Kemiskinan merupakan masalah krusial dalam pembangunan di negara-negara yang sedang berkembang, termasuk Indonesia. Kemiskinan memiliki dampak yang besar berupa penurunan kualitas hidup, meningkatkan kriminalitas, menciptakan beban sosial ekonomi, menghambat terciptanya sumber daya manusia yang unggul, dan menurunkan ketertiban umum. Sedangkan dalam Islam kemiskinan merupakan bukti bahwa Allah SWT ingin mengetahui sejauh mana kepedulian hamba-Nya yang diberi harta lebih untuk dapat berbagi dengan yang berkekurangan. Islam menekankan adanya hubungan saling menolong di dalam lingkungan sosial dan menggambarkan umat muslim sebagai satu batang tubuh yang semua anggota dan bagiannya saling berkaitan.

Berdasarkan data BPS angka kemiskinan di Indonesia tergolong besar, hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

### **Gambar 1 Presentase Jumlah Penduduk Miskin Indonesia**



Sumber: Katadata.com

Penanggulangan kemiskinan ini, bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah semata, melainkan tanggung jawab bersama seluruh lapisan masyarakat, termasuk masyarakat miskin itu sendiri. Penanggulangan kemiskinan harus dilakukan secara sinergis dan sistematis agar seluruh warga negara mampu menikmati kehidupan yang bermartabat. Dalam agama Islam dikenal adanya dana sosial yang bertujuan untuk membantu kaum dhuafa. Sumber utama dana tersebut meliputi zakat, infaq, sedekah, wakaf, dan investasi kebajikan. Maka diharapkan instrumen tersebut dapat membantu mengatasi permasalahan kemiskinan di Indonesia.

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim memiliki potensi dalam hal penghimpunan dana umat termasuk Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF). Pemerintah dalam memaksimalkan peran dan pengelolaan zakat membentuk organisasi pengelola zakat yang terdiri atas Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Berdasarkan studi yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dengan Institut Pertanian Bogor dan *Islamic Development Bank* pada tahun 2011, potensi zakat nasional mencapai angka Rp 217.3 triliun per tahun. Selain itu menurut ketua BAZNAS, Noor Ahmad memperkirakan potensi Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) di Indonesia pada tahun 2021 mencapai lebih dari Rp 500 triliun yakni sebanyak Rp 327 triliun zakat dan Rp 187 triliun wakaf.

Meskipun dalam realisasinya, penghimpunan dana ZISWAF masih jauh dari potensinya, namun berdasarkan data BAZNAS pertumbuhan pengumpulan dan penyaluran dana ZISWAF menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun, hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.

**Gambar 2 Pertumbuhan Pengumpulan ZIS dan DSKL tahun 2002-2020**



Gambar 2.1. Grafik Pertumbuhan Pengumpulan ZIS dan DSKL tahun 2002-2020  
Sumber: BAZNAS (2021)

Sumber: Outlook Zakat, 2022

Sebagai lembaga amil zakat, LAZNAS Yatim Mandiri cabang Makassar telah banyak membantu meringankan beban masyarakat utamanya dalam hal penghimpunan dan penyaluran

dana ZISWAF. Perkembangan tersebut dapat dilihat pada database LAZNAS Yatim Mandiri mengenai jumlah donatur dalam kurun empat tahun terakhir, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

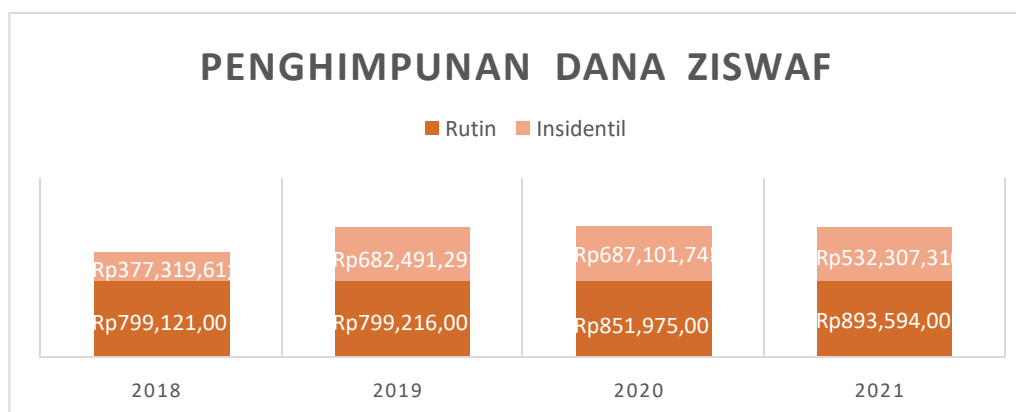
**Tabel 1 Jumlah Donatur pada LAZNAS Yatim Mandiri Makassar pada tahun 2018-2021**

No	Kategori Donatur	Tahun			
		2018	2019	2020	2021
1	Rutin	1.132	1.120	1.148	1.161
2	Insidental	160	185	205	210
<b>Jumlah</b>		1.292	1.305	1.353	1.371

Sumber: Database LAZNAS Yatim Mandiri Makassar, 2022

Berdasarkan dari tabel 1 dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat untuk berdonasi melalui LAZNAS Yatim Mandiri Masyarakat mengalami peningkatan setiap tahunnya. Minat masyarakat untuk berdonasi dapat dilihat juga dari jumlah dana yang diterima oleh LAZNAS Yatim Mandiri Makassar, pada gambar di bawah ini dapat dilihat penghimpunan dana ZISWAF oleh LAZNAS Yatim Mandiri Makassar pada kurun empat tahun terakhir:

**Gambar 3 Penghimpunan Dana ZISWAF LAZNAS Yatim Mandiri Makassar pada tahun 2018-2021**



Sumber: Database LAZNAS Yatim Mandiri Makassar, 2022

Berdasarkan pada gambar 1.4 dapat disimpulkan bahwa peningkatan minat masyarakat dalam berdonasi melalui LAZNAS Yatim Mandiri terjadi pada tahun 2019 dan 2020 lalu terjadi penurunan di tahun 2021.

Salah satu kendala yang menghambat perkembangan lembaga zakat dalam pengumpulan

Putri Qonitah Rahim, *The Effect Of Promotion, Service Quality, And Transparency Of Ziswaf Fund Management On Donator's Interest In Donation At Laznas Yatim Mandiri Makassar*  
dana ZISWAF yaitu kurangnya pengetahuan donatur terkait lembaga zakat, infak, sedekah,

dan wakaf sehingga diperlukan strategi pemasaran yang mana akan menimbulkan pengetahuan terkait lembaga tersebut, seperti adanya promosi mengenai lembaga pengelola dana ZISWAF. Berdasarkan penelitian Riyan Pradesyah (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap minat masyarakat melakukan transaksi di bank syariah. Adanya promosi dapat memunculkan pengetahuan masyarakat terkait lembaga keuangan syariah dan hal inilah yang menimbulkan minat masyarakat melakukan transaksi di bank syariah.

Kendala berikutnya adalah belum tercapainya potensi penerimaan dana ZISWAF di Indonesia dikarenakan masih banyaknya para donatur yang tidak menyalurkan donasinya pada organisasi pengelolaan zakat yang ada. Kurangnya minat dan kepercayaan para donatur terhadap organisasi tersebut dan lebih memilih untuk menyalurkan donasinya langsung kepada yang berhak. Penyebab kurangnya minat dan kepercayaan *muzakki* pada organisasi pengelolaan zakat baik itu Badan Amil Zakat maupun Lembaga Amil Zakat adalah karena kurangnya transparansi pada laporan keuangan yang disajikan serta kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan karyawan LAZ terhadap para donatur. Berdasarkan penelitian Nahdliatul Amalia dan Tika Widiastuti (2019), menyatakan bahwa akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar *muzakki* dalam membayar zakat baik secara parsial maupun simultan. Adanya transparansi pengelolaan dana ZISWAF memunculkan kepercayaan masyarakat terkait lembaga amil zakat dan hal inilah yang menimbulkan minat masyarakat untuk membayar zakat melalui LAZ. Selain itu kualitas pelayanan yang baik juga menimbulkan minat masyarakat dalam membayar zakat.

Berdasarkan berbagai kendala yang menghambat tercapainya potensi penerimaan dana ZISWAF di Indonesia sehingga promosi, kualitas pelayanan, dan transparansi pengelolaan dana ZISWAF yang dilakukan LAZNAS Yatim Mandiri dalam menarik minat donatur menjadi fenomena menarik untuk diteliti oleh penulis.

## **Kajian Teori**

### **1. Zakat**

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat pasal 1 ayat 2, definisi zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Dalam istilah ekonomi, zakat merupakan tindakan

pemindahan kekayaan dari golongan kaya kepada golongan tidak punya. Zakat merupakan perintah agama yang wajib dilaksanakan oleh umat islam yang mampu dalam

melaksanakannya. Allah SWT juga berfirman dalam QS Al-Baqarah Ayat 43 mengenai kewajiban umat muslim untuk berzakat.

## 2. Infak

Berdasarkan undang-undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, di pasal 1 ayat 3 terdapat pengertian infak. Infak adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha diluar zakat untuk kemaslahatan umat. Sebagai ibadah sosial, infak memiliki cakupan luas seperti sedekah dan zakat termasuk bagian dari infak. Infak dibatasi hanya pada harta dan materi maka segala hal yang diberikan kepada orang lain dalam bentuk uang atau materi lainnya termasuk bagian dari infak. Selain itu sasaran penerima infak hanya dapat diberikan kepada manusia. Allah SWT juga berfirman dalam QS. Al-Baqarah Ayat 195 mengenai infak.

## 3. Sedekah

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat pasal 1 ayat 4, sedekah adalah harta atau non harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha diluar zakat untuk kemaslahatan umat. Sedekah adalah ibadah sosial yang dilakukan suka rela, baik itu pemberian berupa materi atau non materi seperti Tindakan menolong, tersenyum, dan lain sebagainya. Adapun tujuan dari sedekah semata-mata untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Sementara itu sedekah hanya dapat diberikan kepada seluruh makhluk hidup baik manusia, hewan peliharaan, mengasahi binatang, menjaga tumbuhan, menanam pohon, dan lain sebagainya. Allah SWT juga berfirman dalam QS. An-Nisa Ayat 114 mengenai sedekah.

## 4. Wakaf

Menurut Abu Hanifah, Wakaf adalah menahan suatu benda yang menurut hukum, tetap di wakif dalam rangka mempergunakan manfaatnya untuk kebajikan. Adapun Rukun Wakaf Ada empat rukun yang mesti dipenuhi dalam berwakaf. Pertama, orang yang berwakaf (*al-waqif*). Kedua, benda yang diwakafkan (*al-mauquf*). Ketiga, orang yang menerima manfaat wakaf (*al-mauquf 'alaihi*). Keempat, lafadz atau ikrar wakaf (*sighah*). Allah SWT juga berfirman dalam QS Ali Imran ayat 92 dan QS Al-Baqarah ayat 261 mengenai wakaf.

## 5. Promosi

Promosi merupakan proses mengkomunikasikan variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam

memasarkan produk. Strategi promosi yang dilakukan oleh Rasulullah SAW meliputi

berpenampilan menawan, membangun relasi, mengutamakan keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan hebat, berkomunikasi, menjalin hubungan yang bersifat pribadi, tanggap terhadap permasalahan, menciptakan perasaan satu komunitas, berintegrasi, menciptakan keterlibatan, dan menawarkan pilihan.

#### 6. Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berkaitan dengan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketetapan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan tersebut. Allah SWT juga berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 267 mengenai kualitas pelayanan. Adapun indikator kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian sesuai dengan standar pelayanan dalam Islam yaitu bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

#### 7. Transparansi

Transparansi adalah keterbukaan sungguh-sungguh dan menyeluruh mengenai informasi dalam proses pengelolaan sumber daya publik. Membangun transparansi dalam pengelolaan dana ZISWAF akan menciptakan sistem kontrol yang baik antara pihak internal organisasi atau OPZ dengan pihak eksternal yaitu donatur atau masyarakat luas. Dalam Islam transparansi sangat dianjurkan dilakukan pada setiap kegiatan yang dilakukan oleh umat muslim. Hal ini dikarenakan transparansi merupakan wujud dari nilai kejujuran. Allah SWT juga berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al Ahzab Ayat 70-71 mengenai transparansi. Adapun indikator transparansi menurut Krina yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Organisasi menyediakan informasi mengenai proses, biaya, dan tanggung jawab
- b. Organisasi memberikan kemudahan akses informasi
- c. Menyediakan akses komplain apabila ada pelanggaran
- d. Peningkatan arus informasi

#### 8. Minat

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan

Putri Qonitah Rahim, *The Effect Of Promotion, Service Quality, And Transparency Of Ziswaf Fund Management On Donator's Interest In Donation At Laznas Yatim Mandiri Makassar*  
disertai perasaan senang. Minat dapat diartikan juga sebagai motivasi yang

mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Allah SWT juga berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra ayat 84 mengenai minat. Adapun indikator minat menurut Crow yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dorongan dari dalam individu (*the factor inner urge*)
- b. Minat sosial (*the factor of social motive*)
- c. Faktor Emosional (*emotional factor*)

### **Meteode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan analisis menggunakan SPSS 26. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh donatur rutin LAZNAS Yatim Mandiri Makassar sebanyak 1.161 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling* yang memberikan kesempatan yang sama kepada individu dalam populasi untuk menjadi subjek penelitian. Besarnya ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin:

$$s = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana:

s = Sampel

N = Populasi

e = Derajat Ketelitian

Dalam penelitian ini menggunakan derajat ketelitian 10% atau 0,1 sehingga jumlah sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut.

$$s = \frac{1.161}{1 + 1.161(0,1)^2}$$
$$s = 92,0697858842$$

Berdasarkan perhitungan tersebut menunjukkan bahwa besaran sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 donatur rutin. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Adapun teknik analisis data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini

Putri Qonitah Rahim, *The Effect Of Promotion, Service Quality, And Transparency Of Ziswaf Fund Management On Donator Interest In Donation At Laznas Yatim Mandiri Makassar*  
menggunakan beberapa pengujian melalui SPSS, diantaranya Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Koefisien R, dan Uji Hipotesis.

## Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian
  - a. Hasil Uji Kualitas Data
    - 1) Hasil Uji Validitas

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Promosi (X1)</b>	PRO1	0,699	0,205	Valid
	PR02	0,662	0,205	Valid
	PRO2	0,910	0,205	Valid
	PR03	0,614	0,205	Valid
	PRO3	0,572	0,205	Valid
	PR04	0,674	0,205	Valid
<b>Kualitas Pelayanan (X2)</b>	KPL1	0,802	0,205	Valid
	KPL2	0,578	0,205	Valid
	KPL3	0,731	0,205	Valid
	KPL4	0,616	0,205	Valid
	KPL5	0,636	0,205	Valid
	KPL6	0,741	0,205	Valid
	KPL7	0,743	0,205	Valid
	KPL8	0,681	0,205	Valid
	KPL9	0,698	0,205	Valid
	KPL10	0,699	0,205	Valid
	KPL11	0,655	0,205	Valid
<b>Transparansi (X3)</b>	TRA1	0,699	0,205	Valid
	TRA2	0,662	0,205	Valid
	TRA3	0,910	0,205	Valid
	TRA4	0,614	0,205	Valid
	TRA5	0,572	0,205	Valid
	TRA6	0,674	0,205	Valid
<b>Minat (Y)</b>	MIN1	0,740	0,205	Valid
	MIN2	0,831	0,205	Valid
	MIN3	0,631	0,205	Valid
	MIN4	0,817	0,205	Valid
	MIN5	0,700	0,205	Valid
	MIN6	0,694	0,205	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, SPSS, 2022

Berdasarkan dari tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan

variabel promosi (X1, kualitas pelayanan (X2), transparansi (X3), dan minat (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari pada r tabel dan bernilai positif.

Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan tersebut dinyatakan valid.

2) Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach'sAlpha	JumlahItem	Keterangan
Promosi	0.738	6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.875	11	Reliabel
Transparansi	0.910	6	Reliabel
Minat Donatur	0.809	6	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data, SPSS, 2022

Berdasarkan dari tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), transparansi (X3), dan minat (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari pada 0,60 dan bernilai positif. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas**

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,170

Sumber: Hasil Olah Data, SPSS, 2022

Berdasarkan dari tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Kolmogorov Smirnov Test* sebesar 0,170 yang mana lebih besar dari pada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan berdistribusi normal.

2) Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Nilai sign	Absolut Redual
Promosi	0.174	0.05
Kualitas Pelayanan	0.856	0.05
Transparansi	0.981	0.05

Sumber: Hasil Olah Data, SPSS, 2022

Berdasarkan dari tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan transparansi (X3) memiliki nilai signifikan

yang lebih besar dari pada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedatisitas dalam model regresi.

3) Hasil Uji Multikolinearitas

**Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF
Promosi	0.696	1,437
Kualitas Pelayanan	0.390	2,562
Transparansi	0.316	3,167

Sumber: Hasil Olah Data, SPSS, 2022

Berdasarkan dari tabel 6 menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki nilai *tolerance* 0,696 dengan nilai VIF 1.437, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* 0,390 dengan nilai VIF 2.562, dan variabel transparansi memiliki nilai *tolerance* 0,316 dengan nilai VIF 3,167. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

c. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,645	4,145		3,533	0,001
Promosi	0,181	0,114	0,167	1,591	0,115
Kualitas Pelayanan	0,078	0,079	0,109	0,988	0,326
Transparansi	0,148	0,098	0,163	1,501	0,137

Sumber: Hasil Olah Data, SPSS, 2022

Berdasarkan dari tabel 7 menunjukkan persamaan regresi yang didapat dari hasil perhitungan di atas yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 11,645 + 0,181X_1 + 0,078X_2 + 0,148X_3 + e$$

Adapun penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 11,645 artinya jika promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan transparansi (X3) nilainya 0, maka konsistensi minat (Y) bilainya sebesar 11,645
- 2) Koefisien regresi promosi (X1) sebesar 0,181 artinya jika promosi (X1) mengalami satu satuan, maka konsistensi minat(Y) mengalami kenaikan sebesar 0,181 dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap.
- 3) Koefisien regresi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,078 artinya jika kualitas pelayanan (X2) mengalami satu satuan, maka konsistensi minat(Y) mengalami kenaikan sebesar 0,078 dengan asumsi variabelbebas lainnya bernilai tetap.
- 4) Koefisien regresi transparansi (X3) sebesar 0,148 artinya jika transparansi (X3) mengalami satu satuan, maka konsistensi minat(Y) mengalami kenaikan sebesar 0,148 dengan asumsi variabelbebas lainnya bernilai tetap.

d. Hasil Uji Koefisien R

**Tabel 8 Hasil Uji Korfisien R**

<b>R</b>	<b>R Square</b>
0,312	0,097

Sumber: Hasil Olah Data, SPSS, 2022

Berdasarkan dari tabel 8 menunjukkan bahwa nilai koefisien R Square sebesar 0,097 atau 9,7% sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan transparansi (X3) terhadap minat (Y) sebesar 9,7%. sedangkan sisanya sebesar 81,3% dipengaruhi oleh variabel independen yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

e. Hasil Uji Hipotesis

1) Hasil Uji T

**Tabel 9 Hasil Uji T**

<b>Variabel</b>	<b>T Hitung</b>	<b>T Tabel</b>	<b>Hasil Sig.</b>	<b>Sign.</b>
Promosi	2.187	1.987	0.031	0.05
Kualitas Pelayanan	1.995	1.987	0.049	0.05
Transparansi	2.187	1.987	0.027	0.05

Sumber: Hasil Olah Data, SPSS, 2022

Berdasarkan dari tabel 9 menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki nilai t hitung 2,187 dengan nilai signifikan 0,031, variabel kualitas pelayanan

memiliki nilai t hitung 1,995 dengan nilai signifikan 0,049, dan variabel transparansi memiliki nilai t hitung 2,187 dengan nilai signifikan 0,027. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai t hitung lebih besar dari tabel 1,987 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga terdapat pengaruh variabel promosi, kualitas pelayanan, dan transparansi terhadap variabel minat secara parsial dalam model regresi.

## 2) Hasil Uji F

**Tabel 10 Hasil Uji F**

<b>F Hitung</b>	<b>F Tabel</b>	<b>Hasil sig.</b>	<b>Sign</b>
3.165	2.708	0.028	0.05

Sumber: Hasil Olah Data, SPSS, 2022

Berdasarkan dari tabel 10 menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 3,165 dengan nilai signifikan sebesar 0,028. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel sebesar 2,708 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga terdapat pengaruh variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan transparansi (X3) terhadap variabel minat (Y) secara simultan dalam model regresi.

## 2. Pembahasan

### a. Pengaruh Promosi terhadap Minat Donatur dalam Berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis statistik t menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,187. Nilai tersebut lebih besar dibanding nilai t tabel yakni 1,987. Adapun nilai signifikan variabel promosi (X1) sebesar 0,031 yang mana lebih kecil dibanding 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti variabel promosi (X1) berpengaruh terhadap minat donatur dalam berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar. Hal ini juga dapat diartikan apabila promosi yang dilakukan oleh LAZNAS Yatim Mandiri Makassar mengalami peningkatan maka minat donatur dalam berdonasi akan mengalami peningkatan sehingga jumlah donatur bertambah banyak. Namun sebaliknya, jika promosi LAZNAS Yatim Mandiri rendah maka minat donatur dalam berdonasi pun akan berkurang atau sedikit.

Hal ini menunjukkan bahwa LAZNAS Yatim Mandiri Makassar mampu dalam

Putri Qonitah Rahim, *The Effect Of Promotion, Service Quality, And Transparency Of Ziswaf Fund Management On Donator's Interest In Donation At Laznas Yatim Mandiri Makassar*  
menyampaikan informasi dan promosi yang menarik kepada donatur

mengenai segala bentuk aktivitas yang dilakukan, sehingga hal tersebut menjadi bukti bahwa LAZNAS Yatim Mandiri Makassar telah menjalankan prinsip promosi lembaga dengan baik.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Donatur dalam Berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis statistik *t* menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai *t* hitung sebesar 1,995. Nilai tersebut lebih besar dibanding nilai *t* tabel yakni 1,987. Adapun nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,049 yang mana lebih kecil dibanding 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima yang berarti variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap minat donatur dalam berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar. Hal ini berarti menunjukkan dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance* mempengaruhi secara signifikan terhadap minat donatur dalam berdonasi pada LAZNAS Yatim Mandiri Makassar.

Selain itu hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang diterima maka akan semakin meningkatkan minat donatur dalam berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar. Namun sebaliknya, jika kualitas pelayanan LAZNAS Yatim Mandiri Makassar rendah maka minat donatur dalam berdonasi akan berkurang atau sedikit. Hal ini juga menunjukkan bahwa LAZNAS Yatim Mandiri Makassar mampu dalam memberikan dan menjaga kualitas pelayanan terhadap donatur, sehingga hal tersebut menjadi bukti bahwa LAZNAS Yatim Mandiri Makassar telah menjalankan prinsip kualitas pelayanan lembaga dengan baik. Hal tersebut sangatlah penting untuk dijaga dan terus diperbaiki karena akan berpengaruh dalam menarik minat donatur dalam berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar.

c. Pengaruh Transparansi Pengelolaan Dana ZISWAF terhadap Minat Donatur dalam Berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis *statistic t* menunjukkan bahwa variabel transparansi (X3) memiliki nilai *t* hitung sebesar 2,187. Nilai tersebut lebih besar dibanding nilai *t* tabel yakni 1,987. Adapun nilai signifikan variabel transparansi (X3) sebesar 0,027 yang mana lebih kecil dibanding 0,05. Maka dapat disimpulkan

bahwa H0 ditolak dan H3 diterima yang berarti variabel transparansi (X3) berpengaruh terhadap minat donatur dalam berdonasi di LAZNAS Yatim

Mandiri Makassar. Hal ini berarti bahwa semakin baik transparansi yang dilakukan maka akan semakin meningkatkan minat donatur dalam berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar. Namun sebaliknya, jika transparansi LAZNAS Yatim Mandiri Makassar rendah maka minat donatur dalam berdonasi akan berkurang atau sedikit.

Apabila transparansi pengelolaan dana ZISWAF pada LAZNAS Yatim Mandiri Makassar mengalami peningkatan maka minat donatur dalam berdonasi akan mengalami peningkatan jumlah donatur. Hal ini menunjukkan bahwa LAZNAS Yatim Mandiri Makassar terbuka dalam menyampaikan informasi kepada donatur mengenai pengelolaan dana ZISWAF dan segala bentuk aktivitas utama yang dilakukan oleh LAZNAS Yatim Mandiri Makassar diungkapkan secara jujur dan lengkap, sehingga hal tersebut menjadi bukti bahwa LAZNAS Yatim Mandiri Makassar telah menjalankan prinsip transparansi lembaga dengan baik

- d. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Transparansi Pengelolaan Dana ZISWAF terhadap Minat Donatur dalam Berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis *statistic f* menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki nilai *f* hitung sebesar 3,165. Nilai tersebut lebih besardibanding nilai *f* tabel yakni 2,708. Adapun nilai signifikan variabel bebas sebesar 0,028 yang mana lebih kecil dibanding 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima yang berarti variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan transparansi (X3) berpengaruh terhadap minat donatur dalam berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Makassar secara simultan. Maka apabila promosi, kualitas pelayanan, dan transparansi pengelolaan dana ZISWAF pada LAZNAS Yatim Mandiri Makassar mengalami peningkatan maka minat donatur dalam berdonasi akan mengalami peningkatan jumlah donatur. Hal ini menunjukkan bahwa LAZNAS Yatim Mandiri Makassar memiliki prinsip yang baik dalam hal promosi, kualitas pelayanan, dan transparansi kepada donatur mengenai pengelolaan dana ZISWAF maupun segala aktifitas yang dilakukan oleh LAZNAS Yatim Mandiri. Hal tersebut menjadi bukti bahwa LAZNAS Yatim Mandiri Makassar mampu menarik minat donatur dalam berdonasi melalui LAZNAS Yatim Mandiri Makassar.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Transparansi terhadap Minat Donatur dalam Berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri dan hasil dari analisis data yang diperoleh dari 92 responden yang dijelaskan dalam analisis data yang terdapat pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Transparansi (X3) terhadap Minat donatur(Y) karena nilai seluruh t hitung setiap variabel bebas memiliki nilai yang lebih besardaripada t tabel. Selain itu seluruh nilai signifikan seluruh variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05.
2. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Transparansi (X3) terhadap Minat donatur(Y) karena nilai seluruh f hitung setiap variabel bebas memiliki nilai yang lebih besardaripada f tabel. Selain itu seluruh nilai signifikan seluruh variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05.

## Referensi

- Ali, Nuruddin Mhd. 2006. *Zakat Sebagai Instrumen Kebijakan Fiskal*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Amalia, Nahdliatul dan Tika widiastuti. 2019. *Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat (Studi Pada LAZ Surabaya)*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(9):1768.
- Andrianto, Nico. *Transparansi dan Akuntabilitas Publik Melalui e-Government*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Anovani, Euis Intan. 2020. *Perbandingan Dampak Pendayagunaan Zakat Produktif dan Zakat Konsumtif terhadap Tingkat Kemiskinan Mustahik*. *HUMANIS*, 1(1):420.
- Azwar, Saifudin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Bolita, Fitria dan Alim Murtani. *Analisis Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Pada BAZNAS Sumatera Utara*. Jurnal FEB, 2(1):10.
- Djuanda, Gustian dkk. 2006. *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Girsang, Wardis. 2011. *Kemiskinan Multidimensional di-pulau Kecil*. Ambon : BFP-UNPATTI.
- Hafidhuddin, Didin. 2002. *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani
- Hasan, Muhammad. 2011. *Manajemen Zakat*. Yogyakarta: Idea Press.
- Hildawati dkk, 2021. *Pengaruh Pemahaman, Trust, Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Luwu*. Jurnal Akuntansi dan Pajak, 21(02):9.
- Islamiah, Ika. 2019. *Pengaruh Sarana Promosi Terhadap Minat Muzakki Membayar Dana ZISWAF Pada Lembaga Amil Zakat Dompot Amal Sejahtera Ibnu 'Abbas (LAZ DASI) NTB*. Skripsi.
- Krina, Loina Laolo. 2003. *Indikator dan Prinsip Alat Ukur Akuntabilitas, Transparansi, dan Partisipasi*. Jakarta: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Kurnia, Rosna dkk. 2020. *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Filantropis Zakat (Muzakki) pada Lembaga Amil Zakat di Kota Ambon*. Jurnal Studi Agama-Agama, 16(1):93.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Handayani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pradesyah, Riyan. 2020. *Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning*. Jurnal Ekonomi Islam, 1(2):122.
- Pratiwi, Dini Wahyu. 2009. *Pengaruh Religiusitas, IGCG, dan Motivasi Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Amil Zakat Surabaya*. Jurnal Ekonomi Islam, 2(3).

- Qardhawi, Yusuf. 1995. *Musykilah Al-faqr Wakaifa Aalajaha Al-Islam, Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Sari, Devi Yudhi. 2008. *Fiqh Manajemen Zakat di Indonesia*. Malang: Uin-Malang Press.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Prenada Media.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Sugiyono.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: IKAPI.
- Sukandarrumidin. *Metode Penelitian*. 2006. Jakarta: Gadjah Mada University Press.
- Suroso dan Mucharam. 2002. *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*. Yogyakarta: Menara Kudus.
- Sutomo, Muhammad Najib dan Setiadi Djohar. 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan lembaga amil zakat (LAZ) terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki (studi kasus LAZ Pkpn Yogyakarta)*. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Widodo, Widodo dan Teten Kustiawan. 2011. *Akuntansi Dan Manajemen Keuangan Untuk Organisasi Pengelolaan Zakat*. Ciputat: Institut Manajemen Zakat.
- Yazid, Azv Athoilillah. 2007. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam menunaikan zakat di nurul hayat cabang Jember*. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 8(2).