

**PENGARUH PENGETAHUAN ZAKAT, SOSIALISASI DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT**

TIJARAH DI BAZNAS KABUPATEN PATI

(Studi Kasus pada Pedagang Pasar Bulumanis)

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S. 1 dalam Ilmu Ekonomi

Islam



Disusun Oleh:

Moh Agus Nizarruddin

NIM (1505026166)

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
An. Sdr. Moh Agus Nizarruddin

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara:

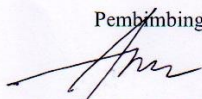
Nama : Moh Agus Nizarruddin
NIM : 1505026166
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Zakat, Sosialisasi, dan Kepercayaan terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati (studi kasus pada pedagang Pasar Bulumanis)

Dengan ini kami setuju, dan mohon kiranya dapat segera dimunaqosahkan.
Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

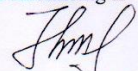
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 6 Desember 2019

Pembimbing I


Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag., H
NIP. 19670119 199803 1 002

Pembimbing II


Warno, SE, M.Si
NIP. 19830721 201503 1 002

PENGESAHAN

Nama : MOH AGUS NIZARRUDDIN
NIM : 1505026166
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Zakat, Sosialisasi, dan Kepercayaan terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati (studi kasus pada pedagang Pasar Bulumanis)

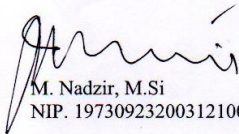
Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal:

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.

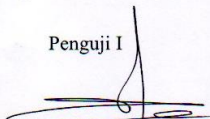
Semarang, 23 Desember 2019

Dewan Penguji

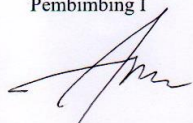
Ketua Sidang


M. Nadzir, M.Si
NIP. 197309232003121002

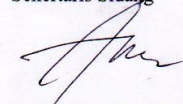
Penguji I


Dr. Muhlis, M.Si
NIP. 196101171988031002

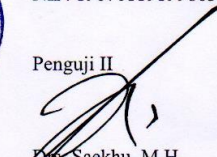
Pembimbing I


H. Ade Yusuf Mujjaddid, M.Ag.
NIP. 196701191998031002

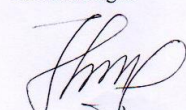
Sekretaris Sidang


H. Ade Yusuf Mujjaddid, M.Ag.
NIP. 196701191998031002

Penguji II


Dr. Saekhu, M.H
NIP. 196901201994031004

Pembimbing II


Warno, SE., M.Si
NIP. 19830721201503



MOTTO

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوًّا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوًّا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ
تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ (٣٩)

“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridhaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”. (Q.S Ar-Ruum 30: 39)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini selesai atas ridho dari Sang Maha Pencipta Allah SWT, dan saya persembahkan kepada:

1. Ibu yang saya cinta kasih sayangi Siti Anisah dan Bapak yang menjadi tulang punggung keluarga Muhadi, terima kasih atas **semua yang telah diberikan**. Semoga saya bisa membuat bapak dan ibu bahagia, dan bangga.
2. Keluarga besar dar Ibu Maupun Bapak, terima kasih atas semua dukungan, masukan, dan semua yang telah diberikan. Semoga saya bisa menjadi salah satu anggota keluarga yang berguna.
3. Bapak, Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Walisongo Semarang yang selalu membimbing dan mengajarkan saya banyak ilmu sampai skripsi ini terselesaikan. Dan terima kasih kepada Bapak Ibu Guru Perguruan Islam Khoiriyah Waturoyo Margoyoso Pati yang telah memberikan ilmu
4. Teman-teman Kontrakan ponpes karonsih dan pandana merdeka terima kasih telah memberikan menemani dari semester 3 sampai semester 9 ini. Dan terimakasih atas do'anya dan memberikan semangatnya dari kalian.

5. Kepada keluarga KMPP yang telah menampung saya menjadi bagian keluarganya selama di Semarang. Terima kasih telah memberikan ilmu dalam berorganisasi.
6. Kepada teman-teman kelas EID angkatan 2015. Terima kasih telah menemani mulai awal kuliah sampai saya menyelesaikan skripsi ini. Dan terima kasih kepada teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2015 yang tak bisa saya sebutkan satu persatu.

DEKLARASI

Dengan penuh tanggungjawab dan kejujuran, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang menjadi bahan rujukan.

Semarang, 9 Desember 2019

Deklator

Moh Agus Nizarruddin

1505026166

TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي == y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ	=	a
اِ	=	i

ُ = u

C. Diftong

أي = ay

أو = aw

D. Syaddah (-)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang diberi tanda tasydid misal الطة = al-thibb.

E. Kata Sandang

Kata sandang (ال ...) ditulis dengan al- ... misalnya الصنعه = *al-shina'ah*. *Al-* ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh Pengetahuan Zakat, Sosialisasi dan Kepercayaan terhadap Minat membayar zakat *tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati studi kasus di pedagang Pasar Bulumanis. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar Bulumanis yang berjumlah 391 pedagang. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 pedagang dengan menggunakan Teknik *sample random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer, melalui penyebaran kuesioner kepada pedagang pasar Bulumanis. Teknik analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Uji statistic yang terdiri dari koefisien determinasi (R^2), uji t, uji F dan uji Asumsi Klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan zakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat *tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati t hitung $>$ t tabel ($3,685 > 1,99$). Sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat *tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati t hitung $>$ t tabel ($3,098 > 1,99$). Kepercayaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat membayar zakat *tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati t hitung $>$ t tabel ($1,915 > 1,99$)

Kata kunci: Pengetahuan Zakat, Sosialisasi, Kepercayaan Minat membayar zakat *Tijarah*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, penguasa alam semesta karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Tak lupa shalawat beserta salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kesalahan-kesalahan.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai oleh pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.A. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.A. selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak Warno, SE., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan juga memberi petunjuk dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. H. Hasyim Syarbani.M.M SHI, MSI selaku Wali Dosen yang senantiasa mengarahkan dan memberikan semangat selama perkuliahan di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dari semester awal sampai sekarang.
6. Segenap dosen beserta karyawan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah membekali penulis dengan berbagai pengetahuan selama kuliah.
7. Orang tuaku Bapak Muhadi dan Ibu Siti Anisah yang senantiasa mendukung setiap langkahku dan selalu memberikan kasih sayang, bantuan dan dorongan dengan tulus, ikhlas dalam bentuk moril serta materil.
8. Keluarga Mahasiswa dan Pelajar Pati (KMPP). Terima kasih telah memberikan pengalaman yang luar biasa, menjadikanku seseorang yang lebih baik lagi, semua suka duka perjalanan organisasi yang tidak mungkin bisa dilupakan.
9. Teman-teman seangkatanku khususnya Ekonomi Islam D 2015, banyak hal yang kita lalui bersama dalam 4 tahun belakangan ini.

Semoga kita bisa menjaga silaturahmi dengan baik, hingga sukses di jalan masing-masing.

10. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, dan dukungan, sehingga membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga semua amal baik mereka di catat oleh Allah SWT, dan diberikan ganti yang terbaik oleh Allah SWT, Amin. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan guna menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya harapan peneliti semoga apa yang terkandung di dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 9 Desember 2019

Pembuat Pernyataan,

Moh Agus Nizarruddin

NIM. 1505026166

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vii
TRANSLITERASI	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Pasar	12
2.1.1 Definisi Pasar.....	12
2.2 Zakat.....	14
2.2.1 Definisi Zakat	14

2.2.2 Hikmah Zakat	18
2.3 Zakat Tijarah (Dagang)	20
2.3.1 Pengertian Zakat Tijarah.....	20
2.3.2 Landasan Hukum Zakat Tijarah	21
2.3.3 Syarat Zakat Tijarah	26
2.4 Pengetahuan Zakat	27
2.4.1 Pengertian Pengetahuan Zakat.....	27
2.4.2 Jenis-jenis Pengetahuan	29
2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan	31
2.4.4 Indikator Pengetahuan	34
2.5 Sosialisasi.....	36
2.5.1 Pengertian Sosialisasi	36
2.5.2 Proses Sosialisasi	39
2.5.3 Bentuk Sosialisasi	39
2.5.4 Metode Sosialisasi	40
2.5.5 Media Sosialisasi	42
2.5.6 Indikator sosialisasi	45
2.6 Kepercayaan.....	48
2.6.1 Pengertian Kepercayaan	48
2.6.2 Dimensi Kepercayaan.....	50
2.7 Minat Membayar Zakat.....	54
2.7.1 Pengertian Minat Zakat.....	54
2.7.2 Macam-macam Minat	56
2.7.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat.....	57
2.7.4 Indikator Minat membayar zakat.....	58

2.8 Telaah Pustaka.....	59
2.9 Kerangka Berfikir.....	60
2.10 Hipotesis.....	61
BAB III METODE PENELITIAN.....	62
3.1 Jenis Penelitian.....	62
3.2 Sumber Data Penelitian.....	63
3.2.1 Data Primer.....	63
3.2.2 Data Sekunder.....	63
3.3 Populasi dan Sampel.....	64
3.3.1 Populasi.....	64
3.3.2 Sampel.....	65
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	66
3.4.1 Angket (kuesioner).....	66
3.4.2 Wawancara.....	67
3.5 Dokumentasi.....	67
3.6 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	68
3.7 Teknik Analisis Data.....	71
3.7.1 Uji Validitas.....	71
3.7.2 Uji Reabilitas.....	72
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	73
3.8.1 Uji Normalitas.....	73
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....	74
3.8.3 Uji Multikolinieritas.....	75
3.9 Analisis Regresi Berganda.....	76
3.10 Pengujian Hipotesis.....	77

3.10.1 Koefisien Determinan (R^2).....	77
3.10.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	78
3.10.3 Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
4.1 Gambaran Umum BAZNAS Kabupaten Pati.....	81
4.1.1 Profil BAZNAS Kabupaten Pati.....	81
4.1.2 Visi, Misi dan Program Kerja.....	82
4.1.3 Struktur Kepengurusan BAZNAS Kabupaten Pati (2015-2020)	84
4.1.4 Kedudukan Tugas Dan Fungsi Baznas Kabupaten Pati (2015-2020)	87
4.2 Analisa Deskriptif	92
4.2.1 Karakteristik Responden.....	92
4.3 Jawaban Responden	95
4.4 Uji Kelayakan Data	100
4.4.1 Uji Validitas.....	100
4.4.2 Uji Reabilitas	102
4.5 Uji Asumsi Klasik	103
4.5.1 Uji Normalitas	103
4.5.2 Uji Multikolinieritas	105
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	106
4.6 Analisis Regresi Berganda	108
4.7 Uji Hipotesis.....	110
4.7.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	110
4.7.2 Uji F.....	111

4.7.3 Uji t	112
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	116
BAB VPENUTUP.....	121
5.1 KESIMPULAN	1221
5.2 KETERBATASAN PENELITIAN.....	122
5.3 SARAN	122
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	4
Tabel 1.2.....	7
Tabel 3.1.....	68
Tabel 3.2.....	71
Tabel 4. 1.....	84
Tabel 4. 2.....	85
Tabel 4. 3.....	92
Tabel 4. 4.....	93
Tabel 4. 5.....	94
Tabel 4. 6.....	95
Tabel 4. 7.....	96
Tabel 4. 8.....	98
Tabel 4. 9.....	99
Tabel 4. 10.....	101
Tabel 4. 11.....	102
Tabel 4. 12.....	104
Tabel 4. 13.....	105
Tabel 4. 14.....	107
Tabel 4. 15.....	108
Tabel 4. 16.....	110
Tabel 4. 17.....	112
Tabel 4. 18.....	113
Tabel 4. 19.....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	61
Gambar 4. 1	103
Gambar 4. 2	106

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 kuesioner

lampiran 2 Daftar Identitas Responden Penelitian

lampiran 3 rekap data Penelitian

lampiran 4 Uji kelayakan Data

lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

lampiran 6 Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis

lampiran 7 Penelitian di BAZNAS Kabupaten Pati

lampiran 8 Penyebaran Kuesioner di Pasar Bulumanis

lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemiskinan merupakan masalah yang dipandang sebagai bagian dari masalah pembangunan. Masalah kemiskinan muncul karena adanya distribusi pendapatan yang tidak seimbang. Ketidak seimbangan distribusi pendapatan tersebut, maka akan terjadi kesenjangan kesejahteraan. Kesenjangan dapat mengindikasikan bahwa pembangunan di daerah tersebut masih belum merata.

Islam mempunyai banyak konsep untuk mengeluarkan orang dari jurang kemiskinan menuju hidup sejahtera. Salah satu konsep tersebut adalah dengan berzakat. Zakat di satu sisi adalah ibadah seperti shalat, puasa, dan haji, namun disisi lain zakat memiliki peranan utama keuangan sebuah negara dalam upaya pengentasan kemiskinan. Salah satu tujuan zakat adalah menjadi *starting point* lahirnya sinergi positif antar orang kaya dan kaum lemah dalam mendorong kebaikan dan menggerakkan perubahan.¹ Dalam Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia, yang dirilis oleh Bappenas, zakat merupakan salah satu pilar penting dalam

¹ Jamal Ma'mur, *Zakat Produktif: Studi Pemikiran KH. MA. Sahal Mahfudh*, Jurnal; Religia Vol 18 No 1 April 2015

Religious Financial Sector. Keberadaan zakat dalam kerangka ini menjadi komplemen penyempurna yang tidak dimiliki oleh model keuangan Konvensional. Penguatan ekonomi Syariah tidak bias terlepas dari pertumbuhan pengelolaan zakat di Indonesia.²

Zakat adalah kewajiban spiritual bagi seorang muslim yang memiliki makna yang sangat fundamental. Dalam Al-Quran banyak ayat-ayat yang menyebutkan masalah zakat, termasuk diantaranya 26 ayat yang menyandingkan kewajiban zakat dengan kewajiban shalat secara bersamaan.

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ (٤٣)

Artinya: “Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku’lah beserta orang-orang yang ruku” QS. *Al-Baqarah*:43.³

Menurut Ary Ginanjar Agustian, zakat adalah investasi komitmen dua arah yang menjadi landasan kondusif kooperatif positif dan kondusif bagi terciptanya sebuah sinergi. Menolong orang lain adalah investasi jangka Panjang yang sangat dibutuhkan dalam aliansi, karena tidak ada sinergi tanpa kepercayaan dan sebuah keniscayaan kepercayaan tanpa sikap memberi. Zakat adalah prinsip yang menjunjung tinggi

² BAZNAS, *Rencana Strategis Nasional 2016-2020*.

³ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Surabaya: Duta Ilmu, 2005

sikap memberi serta mampu mengeluarkan fitrah spiritual menjadi langkah nyata.⁴

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas masyarakatnya beragama Islam dengan presentase 87,21% dari total penduduk. Pada tahun 2017 potensi zakat diperkirakan sebesar 462 triliun rupiah. Namun dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) yang terhimpun sebesar 6,2 triliun (BAZNAS, 2018).⁵ Upaya pemerintah untuk mengoptimalkan potensi zakat yaitu membuat UU No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Pengelolaan zakat dalam UU No. 23 Tahun 2011 yaitu kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusikan, dan pendayagunaan zakat. Tugas pengelolaan zakat ini di lakukan oleh Lembaga bentukan pemerintah yaitu BAZNAS Provinsi maupun Daerah. BAZNAS adalah Lembaga yang berwenang melakukan tugas pengelolaan secara nasional. Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, BAZNAS dapat bekerja sama dengan pihak terkait sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁶

BAZNAS Kabupaten Pati dibentuk dan dikukuhkan oleh Bupati Pati pada tanggal 30 April 2015 dengan surat keputusan No. 451.12/2725 tahun 2015. BAZNAS Kabupaten

⁴ Jamal Ma'mur, *Zakat Produktif*,, 2015.

⁵ Outlook Zakat Indonesia 2019 oleh Pusat Kajian Strategis BAZNAS

⁶ UU.No 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat

Pati berwenang melakukan pengumpulan ZIS melalui Unit Pengumpulan Zakat (UPZ): pertama, Organisasi Perangkat Daerah (OPD). Kedua, Kantor instansi vertikal tingkat kabupaten. Ketiga, BUMD Kabupaten. Keempat, Perusahaan swasta skala Kabupaten. Kelima, Masjid, Mushollah, Surau. Keenam, Sekolah, Madrasah dan Lembaga Pendidikan. Ketujuh, Kecamatan, Desa, dan Kelurahan.

Namun dengan kewenangan tersebut faktanya Potensi zakat di kabupaten Pati sendiri sebesar 20 milyar dalam setahun, sedangkan penerimaan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Pati masih di bilang sedikit. Berdasarkan data dari BAZNAS Kabupaten Pati dalam 4 (empat) tahun terakhir yaitu pada tahun 2016-2019 tidak stabil karena mengalami kenaikan dan penurunan.⁷

Tabel 1.1

**Data Penerimaan dana ZIS BAZNAS Kabupaten
Pati Tahun 2016-2019**

No	Tahun	Perolehan Dana ZIS
1	2016	Rp 871.823.842,00
2	2017	Rp 1.022.178.926,00
3	2018	Rp 2.389.101.223,00
4	2019	Rp 1.856.589.126,00

⁷ Rincian Penerimaan dan Pengeluaran Dana Zakat Baznas Kabupaten Pati Tahun 2019

Adanya kesenjangan antara potensi dan realisasi penerimaan dana zakat disebabkan oleh kurangnya minat membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Pati. Faktor yang mempengaruhi kurangnya minat membayar zakat, antara lain: pertama, masyarakat yang masih kurang mengetahui kewajiban berzakat. Pada umumnya masyarakat hanya mengetahui sebatas zakat fitrah. Oleh karena itu kurangnya pengetahuan zakat selain zakat fitrah, seperti Zakat perdagangan. Zakat perdagangan adalah zakat yang dikeluarkan atas harta yang diperdagangkan dengan syarat-syarat tertentu. Landasan hukum zakat perdagangan wajib dikeluarkan terdapat dalam Al-Quran yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ ۗ وَمِمَّا
 اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنْ اَلْاَرْضِ ط ۗ وَلَا تَيَمَّمُوْا اَلْحَبِيْثَ مِنْهُ
 تُنْفِقُوْنَ وَّلَسْ اِنَّكُمْ بِاِحْذِيْهِ اِلَّاۗ اَنْ تُوْعٰوْا لِمُوۡاۗ اَنَّ
 اَللّٰهُ عَزِيْزٌ حَمِيْدٌ (٢٦٧)

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, keluarkanlah sebagian hasil usahamu yang kalian peroleh dan sebagian hasil bumi yang Kamikeuarkan untuk kalian. (QS. Al-Baqarah ayat 267)⁸*

Kedua, kurangnya Sosialisasi kepada masyarakat oleh para petugas BAZNAS. Sosialisasi adalah proses untuk

⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahnya, Bandung: Sygma, 2009 hal 45

menyebarkan informasi, memberi pengetahuan bahwa ada lembaga semi pemerintah yaitu BAZNAS untuk melakukan tugas pengelolaan ZIS (Zakat, Infaq, Shodaqoh) yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan Zakat, Infaq dan Shodaqoh. BAZNAS Kabupaten Pati melakukan sosialisasi dua kali dalam setahun di setiap karisidenan di Kabupaten Pati.

Pada umumnya para pedagang pasar mengeluarkan zakat perdagangan berupa barang. Mereka tidak tahu jumlah harta yang wajib dikeluarkan dan tata cara perhitungan zakat, *Haul*, *Nishab* dan di peruntukkan untuk siapa zakat itu diberikan. Dengan banyaknya wajib zakat belum mengetahui maka di perlukan sosialisasi dari lembaga zakat mengenai semua hal tentang zakat.

Ketiga, kurangnya kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat, baik berasal dari masyarakat maupun dari aparat pemerintah. Sebagian masyarakat mengeluarkan kewajiban zakatnya langsung kepada *mustahiq*, karena mereka tidak atau kurang percaya terhadap lembaga pengelola zakat. Hal itu terkait dengan kondisi tingkat integritas dan kejujuran petugas pengelola zakat yang masih rendah. Hal ini juga dapat dilihat dari data Muzakki BAZNAS Kabupaten Pati Perorangan dari tahun 2016-2019.

Tabel 1.2
Data Muzakki BAZNAS Kabupaten Pati
Peorangan 2016-2019

No	Tahun	Jumlah Muzakki	Penerimaan
1	2016	4	Rp11.890.000
2	2017	1	Rp750.000,00
3	2018	31	Rp84.450.000
4	2019	12	Rp68.255.000

Ketidakpercayaan terhadap Lembaga Pengelola Zakat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keengganan masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten Pati. Sehingga sebagian masyarakat mengeluarkan zakatnya tidak melalui Amil zakat tetapi langsung kepada Mustahiq.

Pasar adalah Salah Satu ruang lingkup kewenangan pengumpulan zakat oleh BAZNAS Kabupaten Pati yaitu Zakat *Tijarah* (Perdagangan). Kabupaten pati memiliki 20 pasar. Salah satu pasar di pati yaitu pasar bulumanis. Pasar bulumanis terletak di kecamatan Margoyoso dengan jumlah pedagang yaitu 391 pedagang. Dari asumsi salah satu pedagang bahwa nilai transaksi perdagangan di sana kisaran ratusan juta perhari. Maka potensi pengumpulan zakat di lingkup ini harus di optimalkan dengan banyaknya pedagang pasar di Kabupaten Pati.

Berdasarkan uraian fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang factor yang mempengaruhi minat membayar Zakat Tijarah di BAZNAS Kabupaten Pati. Oleh karena itu peneliti tertarik dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Zakat, Sosialisasi dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat *Tijarah di Baznas Kabupaten Pati (studi kasus para Pedagang di Pasar Bulumanis)*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan dalam penelitian ini yaitu:

1. Seberapa besar faktor Pengetahuan Zakat berpengaruh terhadap Minat Membayar Zakat *Tijarah* (perdagangan) Baznas di Baznas Pati?
2. Seberapa besar faktor Sosialisasi berpengaruh terhadap Minat Membayar Zakat *Tijarah* (perdagangan) di Baznas Pati?
3. Seberapa besar faktor Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Membayar Zakat *Tijarah* (perdagangan) di Baznas Pati?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah memperhatikan judul dan latar belakang diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui Seberapa besar Pengetahuan Zakat berpengaruh terhadap Minat Membayar Zakat *Tijarah* (perdagangan) di Baznas Pati?
2. Untuk mengetahui Seberapa besar Sosialisasi berpengaruh terhadap Minat Membayar Zakat *Tijarah* (perdagangan) di Baznas Pati?
3. Untuk mengetahui Seberapa besar Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Membayar Zakat *Tijarah* (perdagangan) di Baznas Pati?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat bagi penulis dari penelitian ini diharapkan akan berguna:

1. Bagi Penulis
Membuka wawasan dan merangsang penulis untuk menggali Pengetahuan Zakat, Sosialisasi dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat *Tijarah* di Baznas Pati?
2. Bagi Praktisi
Bagi praktisi penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menabuh masukan positif dan wawasan, khususnya bagi BAZNAS Pati dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam kegiatan menghimpun dan mengelola zakat agar penerimaan zakat meningkat dan mendistribusikan zakat tepat sasaran untuk mengurangi ketimpangan ekonomi

dan jumlah kemiskinan untuk membantu proses pembangunan ekonomi di Kabupaten Pati.

3. Bagi Akademi

Menambah khazanah pengetahuan, memberikan dan melengkapi informasi yang berharga mengenai pengaruh faktor Pengetahuan Zakat, Pendapatan dan Aksesibilitas terhadap Minat Membayar Zakat Tijarah Baznas Pati?

4. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan dan informasi tentang ekonomi islam, Selain itu diharapkan setelah masyarakat teredukasi, kemudian masyarakat yang berkewajiban membayar zakat taat dalam menunaikan kewajibannya membayar zakat. Harapan utama penulis adalah untuk menambah wawasan tentang ekonomi islam pada umumnya, dan khususnya memperoleh bukti yang signifikan terhadap masalah yang diteliti serta memperoleh pengetahuan tentang pengaruh faktor Pengetahuan Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Tijarah Baznas Pati?

1.5 Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

- a. BAB I, merupakan pendahuluan untuk menjelaskan bagian latar belakang masalah penelitian, perumusan

masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

- b. BAB II, merupakan bagian Tinjauan Pustaka yang menjelaskan tentang teori Pengetahuan Zakat, Pendapatan, Kepercayaan dan Minat Muzakki, kerangka pemikiran peneliti, dan hipotesis penelitian.
- c. BAB III, merupakan bagian Metode Penelitian yang berisi jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional dan pengukuran data, dan Teknik analisis data.
- d. BAB IV: merupakan bagian yang mendeskripsikan hasil riset peneliti, meliputi profil tempat penelitian, data responden, hasil analisis data dan pembahasan.
- e. BAB V: penutup, berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pasar

2.1.1 Definisi Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual-beli barang dan jasa. Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah yang telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Pasar merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemashlahatan dan kesejahteraan hidup manusia. Pasar dalam realitas bisnis sebagai mekanisme yang dapat mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga.¹

Adapun definisi pasar menurut Kuntowijoyo adalah sebagai mekanisme (bukan hanya sekedar tempat) yang dapat menata kepentingan pihak pembeli terhadap kepentingan pihak penjual. Adiwarmanto A. Karim memberikan definisi pasar, yaitu tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap barang, jasa atau sumber daya.

¹ Ismail Nawawi, *Isu-isu Ekonomi Islam*, Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2013, hal. 335

Sedangkan menurut pendapat William J. Stanton, Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Dari definisi diatas terdapat 3 unsur penting di dalam pasar yaitu:

1. Orang dengan segala keinginannya
2. Daya beli mereka
3. Kemauan untuk membelanjakannya

Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Hal ini ditunjukkan oleh praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan *Khulafa al-Rashidin* bahwa pasar memiliki peranan yang cukup besar. Pasar merupakan fasilitas public yang vital dalam perekonomian. Sehat atau tidaknya suatu system ekonomi dapat dilihat salah satunya dari cara kerja pasar yang dimilikinya.

Islam mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Diantaranya mencakup tentang kegiatan bertransaksi dipasar yang jujur dan adil serta beberapa hal dalam bertransaksi di dalam pasar. Dalam kegiatan bertransaksi termasuk mencakup didalamnya jual beli di pasar dan dalam muamalah semua kegiatan muamalah itu diperbolehkan selama tidak ada dalil yang melarangnya.

2.2 Zakat

2.2.1 Definisi Zakat

Zakat di tinjau dari segi Bahasa, kata *zakat* merupakan kata dasar (Masdar) dari *zaka* yang berarti *berkah, tumbuh, bersih, dan baik*. Menurut *lisan al- Arab* arti dasar dari kata zakat, ditinjau dari sudut Bahasa, adalah *suci dan terpuji*. Sedangkan zakat dari segi istilah fikih berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan atau di keluarkan dengan jumlah tertentu kepada orang-orang yang berhak menerimanya.²

Sedangkan menurut Ridlo mengutip pendapat Ibnu Al-Hummam dalam Kitab Al-Hidayah Syarb Fathul Qadir menjelaskan bahwa zakat menurut pengertian Bahasa berarti tumbuh seperti “zaka azzaru” apabila dia tumbuh berkembang dan berarti suci bersih sebagaimana firman Allah SWT. Qs. Asy-Syams (91) ayat 9:

قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا (٩)

Artinya: “*Sungguh beruntung orang yang menyucikannya (jiwanya itu).*”³

Sedangkan menurut makna fikih, pengertian zakat menurut berbagai pendapat ulama pada dasarnya adalah

² Yusuf Qardhawi, *Hukum zakat* (Bogor: Litera AntarNusa) hal: 34

³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahnya*, Bandung: Sygma, 2009 hal 595

hampir sama, di mana zakat merupakan pengeluaran yang diwajibkan atas harta tertentu kepada pihak tertentu dengan cara tertentu. Berikut ini pandangan ulama dari empat mazhab utama dalam memaknai zakat:

1. Madzhab Maliki

Mazhab Maliki mendefinisikan zakat dengan mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus pula yang telah mencapai nishab (batas kuantitas yang wajib dizakatkan) kepada orang-orang yang berhak menerimanya (mustahiq). Dengan catatan, kepemilikan itu penuh dan mencapai hawl (setahun), bukan barang tambang dan pertanian.

2. Madzhab Hanafi

Mazhab Hanafi mendefinisikan zakat dengan menjadikan sebagian harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus, yang ditentukan oleh syariah karena Allah SWT. Penjelasan: yang dimaksud dengan kata” menjadikan sebagian harta yang khusus” dalam definisi di atas dimaksudkan sebagai penghindaran dari kata ibahah (pembolehan). Yang dimaksud dengan kata “sebagian harta” dalam pernyataan di atas adalah keluarnya manfaat (harta) dari orang lain untuk berdiam di rumahnya selama setahun dengan diniati sebagai zakat, maka hal itu belum bisa dianggap sebagai zakat. Yang dimaksud dengan “bagian

yang khusus” adalah kadar yang wajib dikeluarkan dan maksud “harta yang khusus” adalah nishab yang ditentukan oleh syariat. Maksud “orang yang khusus” ialah para mustahiq zakat. Yang dimaksud dengan “yang ditentukan oleh syariat” ialah seperempat puluh (yakni 2,5%) dari nishab yang ditentukan dan telah mencapai hawl, dengan ukuran seperti inilah zakat nafilah dan zakat fitrah dikecualikan. Sedangkan yang dimaksud dengan pernyataan “karena Allah SWT”.

3. Madzhab Syafi’i

Madzhab Syafi’i mendefinisikan zakat adalah ungkapan untuk keluarnya harta atau tubuh sesuai dengan cara khusus. Cara khusus adalah terkait dengan cara dalam pengambilan dari harta yang tertentu dan dengan niat tertentu.

4. Madzhab Hambali

Madzhab Hambali mendefinisikan zakat ialah hak yang wajib (dikeluarkan) dari harta yang khusus untuk kelompok yang khusus pula. Dari pengertian zakat menurut Madzhab Hambali di atas, yang dimaksud dengan kelompok yang khusus adalah delapa kelompok yang diisyaratkan oleh Allah SWT dalam al-Quran surat at-Taubah (9): 60:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ
 قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْعَامِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۗ
 فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾ (٦٠)

Artinya: *Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk* Artinya: *Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana. (Qs. At-Taubah: 60).*⁴

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan pengertian zakat adalah pengeluaran yang diwajibkan oleh syariah Islam atas harta tertentu yang dimiliki oleh pihak tertentu kepada pihak yang telah ditentukan dan dengan tata cara tertentu pula. Menurut UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, bahwa Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam.⁵

⁴ Wahbah Al-Zuhayli. Zakat Kajian Berbagai Mazhab, (PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000). hal. 83-86

⁵ UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

2.2.2 Hikmah Zakat

Hikmah zakat yang dimaksud adalah kemanfaatan lahir maupun batin dari pelaksanaan zakat yang dijelaskan dalam al-Quran dan Hadis. Kewajiban zakat merupakan konsekuensi atas kenikmatan yang Allah berikan kepada sekelompok manusia yang lebih banyak daripada lainnya. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran, surat An-Nahl ayat 71:

وَاللَّهُ فَضَّلَ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ فِي الرِّزْقِ فَمَا الَّذِينَ فُضِّلُوا بِرَأْدِي رِزْقِهِمْ
عَلَى مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُمْ فِيهِ سَوَاءٌ أَفْبِنِعْمَةِ اللَّهِ يَجْحَدُونَ (٧١)

Artinya: “Dan Allah melebihkan sebagian kamu atas sebagian yang lain dalam hal rezeki, tetapi orang yang dilebihkan rezeki itu, tidak mau memberikan rezekinya kepada hamba sahaya yang mereka miliki, sehingga mereka sama-sama (merasakan) rezeki itu, mengapa mereka mengingkari nikmat Allah.” (Qs. An-Nahl :71).⁶

Maksud ayat tersebut bahwa Allah SWT melebihkan sebagian kita dari sebagian yang lain dalam hal rezeki, maka Dia ewajibkan orang kaya untuk memberikan hak yang wajib atau fardhu kepada orang yang membutuhkan yaitu zakat. Didalam Alquran dan Hadis ditemukan beberapa hikmah atas perintah zakat yaitu:

1. Zakat menjaga dan memelihara harta dari incaran mata dan tangan para pendosa dan pencuri, sesuai dengan sabda

⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahnya, Bandung: Sygma, 2009 hal 125

Nabi Muhammad SAW yang mempunyai arti: “*Periharalah harta-harta dengan zakat, obatilah orang-orang sakit kalian dengan sedekah dan persiapkanlah doa untuk (menghadapi)malapetaka*”. (HR. Thabrani dan Abu Nu’aym)

2. Zakat merupakan pertolongan bagi orang-orang fakir dan miskin, zakat dapat mendorong mereka untuk bekerja dengan semangat ketika mereka mampu melakukannya dan mendorong mereka untuk meraih kehidupan yang layak.
3. Zakat menyucikan jiwa dari penyakit dan *bakhil*, ia juga melatih seseorang mukmin untuk bersifat pemberi dan dermawan. Mereka dilatih untuk tidak menahan diri mengeluarkan zakat, melainkan mereka dilatih untuk ikut andil dalam menunaikan kewajiban sosial, yakni kewajiban untuk mengangkat (kemakmuran) negara dengan memberikan harta kepada fakir miskin, ketika dibutuhkan atau dengan mempersiapkan tantara, membendung musuh, atau menolong fakir miskin dengan kadar yang cukup.
4. Harta bukan membuat pembayar miskin, akan tetapi menumbuhkan harta tersebut. Dijelaskan dalam Alquran surat Al-Baqarah ayat 276:

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيَزِيدُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ (٢٧٦)

Artinya:” Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan (harta) sedekah.” (Qs. Al-Baqarah: 276).⁷

Sedekah dan zakat akan membuat kekayaan suatu masyarakat tumbuh secara bersama, tidak mengumpul pada sekelompok orang. Zakat diwajibkan sebagai ungkapan rasa syukur atas nikmat harta yang telah dititipkan kepada seseorang.⁸

2.3 Zakat *Tijarah* (Dagang)

2.3.1 Pengertian Zakat *Tijarah*

dalam istilah Fiqh adalah عُرْض (barang dagangan) jamak dari kata عَرَض atau عُرْض, yang aartinya benda apa saja selain emas dan perak (dirham perak dan dinar emas). Yakni, barang-barang, perumahan, macam-macam hewan, tanaman, pakaian dan sebagainya yang bias di perdagangkan.⁹

Zakat perdagangan atau barang dagangan adalah zakat yang dikenakan kepada barang dagangan yang bukan emas dan perak baik yang cetak, seperti uang pound dan riyal,

⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahnya, Bandung: Sygma, 2009 hal 47

⁸ Perpustakaan Nasional, *Pengelolaan Zakat Yang Efektif: Konsep dan Praktik di Beberapa Negara*, dalam Katalog Terbitan (KDT), edisi pertama agustus 2016, hal 78-79

⁹ Ibrahim Muhammad al-Jamal, *Fiqh al-Mar'ah al-Muslimah*, Terjemahan. AnshorinUmar Sitanggal, “Fiqih Wanita”, Semarang: CV. Asy-Syifa, 1986., hal. 191.

maupun yang tidak dicetak, seperti perhiasan wanita. Yusuf Qardhawi dalam bukunya menjelaskan zakat perdagangan adalah zakat yang dikeluarkan atas harta benda pedagang (عرض التجارة) yaitu semua yang diperuntukkan untuk dijual. Mayoritas ulama menyatakan wajib dikeluarkan zakat atas barang yang diperdagangkan. Definisi kata *Tijarah* adalah memutarakan harta untuk mencari keuntungan.

Segala macam jenis harta atau barang yang diperdagangkan orang, baik yang termasuk dalam jenis harta yang wajib dizakati seperti: bahan makanan dan ternak, maupun harta yang tidak wajib dizakati seperti: tekstil, hasil kerajinan, kelapa, tebu dan lain sebagainya semuanya itu wajib dizakati jika telah memenuhi syarat-syaratnya.¹⁰ Cara perhitungan zakat perdagangan adalah dengan menggabungkan seluruh modal dan keuntungan ketika selesai satu haul tahun qamariyah, lalu dikurangi aktiva tetap (modal tetap) dan tanggungan-tanggungan yang ada. Setelah itu dikeluarkan zakatnya sebesar 2,5% dari hasil bersihnya.¹¹

2.3.2 Landasan Hukum Zakat *Tijarah*

Semua mayoritas ulama' sepakat bahwa perdagangan itu setelah memenuhi syarat tertentu harus mengeluarkan

¹⁰ Muhammad Ja'far, *Tuntutan Ibadah Zakat, Puasa, dan Haji*, Jakarta: Kalam Mulia, 2003, hal. 45.

zakatnya. Kewajiban zakat ini berdasarkan nash al-Quran, hadist dan ijma’.

a. Firman Allah SWT yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوْا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَاَسْتُمْ بِآخِيْذِهِۦٓ اِلَّا اَنْ تَعْمُرُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ عَنِّيْ
حَمِيْدٌ (٢٦٧)

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, keluarkanlah sebagian hasil usahamu yang kalian peroleh dan sebagian hasil bumi yang Kami keluarkan untuk kalian. Janganlah kamu sendiri tidak mau mengambinya melainkan dengan memincingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah Allah Maha Kaya, Maha Terpuji. QS. Al-Baqarah: 267.*¹²

Imam Tabari mengatakan dalam penafsiran ayat ini bahwa zakatlah sebagian yang baik yang kalian peroleh dengan usaha kalian, baik melalui perdagangan atau pertukangan yang berupa emas dan perak.¹³ Imam Abu Bakr Arabi berkata: “Ulama-ulama kita mengatakan bahwa maksud firman Allah “hasil usaha kalian” itu adalah perdagangan

¹² Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahnya, Bandung: Sygma, 2009 hal 45

¹³ Muhammad bin Jarir al Thabari, *Jami' al Bayan 'anTa'wil Aayi al Qur'an*, jilid 2. (Beirut-Libanon: Dar all Fikr, 1995), hal. 342.

sedangkan yang dimaksud dengan “hasil bumi yang Kami keluarkan untuk kalian’ itu adalah tumbuh-tumbuhan.¹⁴

b. Hadis

Hadis riwayat dari Abu Dawud bahwa Rasulullah SAW bersabda:

اما بعد: فإن رسول الله ص.م كان يأمرنا ان نخرج الصدقة من الذي نعد للبيع

” Rasulullah memerintahkan kami agar mengeluarkan sedekah dari segala yang kami maksudkan untuk untuk dijual” (H.R Abu Dawud)¹⁵

Hadis riwayat Ibnu Majah bahwa Rasulullah Bersabda:

في الإبل صدقتها وفي البقر صدقتها وفي الغنم صدقتها
وفي البز صدقتها

“Di dalam unta terdapat sedekah (zakatnya), dalam ternak sapi ada sedekah (zakatnya), di dalam ternak kambing terdapat sedekah (zakatnya), dan di dalam baz terdapat sedekah (zakatnya). (H.R Ibnu Majah)¹⁶

Jumhur ulama Islam menyatakan wajibnya zakat barang-barang perdagangan, tetapi tidak dijumpai keterangan tegas dari kitab suci maupun sunnah nabi. Akan tetapi, dalam masalah ini terdapat beberapa riwayat yang saling

¹⁴ Muhammad bin Abdullah ibnu al ‘Arabi, *Ahkam al Qur’an*, (Beirut-Libanon: Dar al Kutub al Ilmiyah, 2003), hal. 265.

¹⁵ Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006, hal. 521.

¹⁶ Ibnu Majah, Riyadh: Dar el Salam, 2000, hal. 2584.

menguatkan dengan pertimbangan yang bersandarkan kepada nash bahwa barang-barang perdagangan yang diedarkan demi meraih keuntungan adalah sama dengan uang, emas, dan perak, dimana kewajiban zakatnyanberdasarkan harga (uang) dan yang dihargai (barang). Seandainya zakat perdagangan itu tidak wajib, tentulah semua atau sebagian besar pedagang-pedagang itu akan dapat memperdagangkan uang mereka dan mencari jalan agar nishab uang, emas dan perak itu tidak terpenuhi masa satu tahun sehingga mereka tidak perlu mengeluarkan zakatnya untuk selama-lamanya.¹⁷

Dari segi analogi (qias) sebagaimana dinyatakan Ibnu Rusyd harta benda yang diperdagangkan adalah kekayaan yang dimaksudkan untuk dikembangkan, karena hal itu sama statusnya dengan tiga jenis kekayaan yang disepakati yang wajib zakat, yaitu tanaman, ternak, emas dan perak.Sedangkan dari segi pandangan dan asumsi yang berdasarkan prinsip-prinsip dan jiwa ajaran Islam yang integral itu, maka kekayaan dagang yang diinvestasikan sama artinya dengan uang, tidak ada bedanya dengan uang rupiah dan dolar nilainya, terkecuali apabila nilai uangnya berbeda dengan yang diberi nilai, yaitu barangnya. Seandainya zakat tidak diwajibkan atas perdagangan, maka akan sangat banyak orang-orang kaya yang akan berdagang karena banyak uang

¹⁷ Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006, hal. 522.

tetapi kekayaan mereka tidak akan sampai nisabnya dan dengan demikian tidak akan terkena kewajiban zakat.¹⁸

Orang yang mempunyai hutang sebesar atau mengurangi senishab yang harus dibayar pada waktu yang sama (dengan waktu mengeluarkan zakat), maka harta tersebut terbebas dari zakat. Baihaki, A.K, menjelaskan, ada dua asas sangat penting yang menjadi sebab bagi wajibnya zakat harta perniagaan (perdagangan), yaitu dari segi kebutuhan manusia:

1. سدخله (menutupi kekosongan) Artinya, harta perniagaan itu bermanfaat bagi manusia dan dapat memenuhi kekosongan pada kebutuhan hidupnya.
2. تنمية (menumbuhkan) Artinya, harta perniagaan itu mempunyai kemungkinan berkembang atau bertambah banyak melalui upaya perniagaan.¹⁹

Harta perniagaan yang wajib dizakati apabila telah terpenuhi hal-hal berikut ini:²⁰

1. Berjalan 1 tahun (haul)
2. Nisab zakat perdagangan sama dengan nisab emas yaitu senilai 85 gr emas
3. Kadarnya zakat sebesar 2.5 %

¹⁸ Wahbah Az-Zuhaili, *Zakat: Kajian Berbagai Madzhab*, terj. Agus Effendi dan Bahruddin Fanany, hal. 56

¹⁹ Baihaqi, A.K, *Fiqh Ibadah*, Bandung: Karisma, 1997, hal 109.

²⁰ Didin Hafidhuddun, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, hal. 35.

4. Dapat dibayar dengan uang atau barang
5. Dikenakan pada perdagangan maupun perseroan

2.3.3 Syarat Zakat *Tijarah*

Harta dapat dilihat sebagai harta dagangan yang wajib dizakati apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Ada niat yang diikuti dengan usaha berdagang.
- b. Mencapai waktu satu tahun dihitung dari waktu permulaan usaha berdagang.
- c. Mencapai satu nishab yaitu dengan mengkonversikannya kepada nishab emas dan perak (90gram emas). Dalam perhitungan ini ada perbedaan pendapat namun banyak ulama yang memakai dari ulama mazdhab Maliki dan madzhab Syafi'i yaitu perhitungan nishab hanya di akhir tahun (*haul*).

Jika telah mencapai nishab dan *haulnya* maka kadar zakat yang harus dikeluarkan adalah 2,5%nya.

- d. Harta dagangan benar-benar telah menjadi milik sempurna.
- e. Tidak terkait utang dengan orang lain.²¹

Muhammad Arsyad al-Banjari, menjelaskan tentang syarat harta zakat perdagangan, yaitu:²²

²¹ Ahmad Azhar Basyir, *Hukum Zakat*, Cet I, Yogyakarta: Majelis Pustaka Pimpinan Muhammadiyah, 1997, hal. 38.

²² Muhammad Arsyad al-Banjari, *Kitab Sabilal Muhtadin*, Suarabaya: Bina Ilmu, 1998, hal. 217-218.

1. Hendaknya barang yang diperdagangkan itu adalah barang yang tidak wajib zakat pada bendanya, seperti budak, lada, kuda, dan lain-lain.
2. Hendaknya barang itu diniatkan untuk diperdagangkan.
3. Disertakan niat seperti yang disebutkan di atas pada permulaan perjanjian (akad) untuk memiliki barang tersebut.
4. Harta dimiliki dengan melalui perjanjian timbal-balik seperti jual beli, dan lain sebagainya.
5. Harta dagangan tidak diperjual-belikan pada pertengahan tahun dengan harga yang menyebabkan harganya kurang dari nisab.
6. Harta dagangan tidak *dqashadkan* pada pertengahan tahun.

2.4 Pengetahuan Zakat

2.4.1 Pengertian Pengetahuan Zakat

Menurut Kamus Bahasa Indonesia pengetahuan adalah sesuatu yang diketahui berkaitan dengan proses pembelajaran. Proses belajar ini dipengaruhi berbagai faktor dari dalam seperti motivasi dan faktor dari luar yaitu berupa informasi yang tersedia serta keadaan sosial budaya. Menurut Notoatmodjo domain tingkat pengetahuan, mempunyai enam tingkatan, meliputi; mengetahui, memahami, menggunakan, menguraikan, menyimpulkan dan mengevaluasi. Ciri pokok

dalam taraf pengetahuan adalah ingatan tentang sesuatu yang diketahuinya baik melalui pengalaman, belajar, ataupun informasi yang diterima dari orang lain.

Dalam islam pengetahuan diistilahkan dengan Al-ilmu, yang mempunyai dua pengertian, pertama pengetahuan yang berasal dari wahyu Allah untuk mengenal-Nya dan kedua, pengetahuan yang diperoleh oleh manusia itu sendiri baik melalui pengalaman (empiris). Rasional dan intusi. Rangkuti menyatakan bahwa Pembelajaran juga dapat mencakupi perubahan-perubahan perilaku yang timbul berdasarkan pengalaman, sebagian besar dari perilaku yang timbul dari perilaku seseorang ditentukan melalui proses pembelajaran, dimana yang akan berpengaruh terhadap perilaku seseorang, termasuk perilaku para muzakki.²³

Ajakan Al-Quran secara tegas mengajak anak keturunan Adam as pada pengetahuan. Dalam Al-Quran terdapat ayat yang berupa perintah dan anjuran untuk memperhatikan, melihat, dan merenungkan yakni, QS. Yunus ayat 101:

قُلِ انظُرُوا مَاذَا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا تُعْبِي الْآيَاتِ وَالنُّذُرِ عَنْ قَوْمٍ لَا يُؤْمِنُونَ (١٠١)

²³ Mukhlis Muhammad Nur dan Zulfahmi, “Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe”, Jurnal Ekonomi Regional Unimal, Vol 01 No 3 Desember 2018

Artinya: *Katakanlah: "Perhatikanlah apa yang ada di langit dan di bumi."* (QS. Yunus: 101)²⁴

Katakanlah kepada masyarakat ini untuk melihat (melihat yakni berfikir), dan mengetahui apa yang ada di langit dan di bumi. Dengan demikian Al-Quran mengajak manusia pada pengetahuan. Baginya tidak ada lagi pembicaraan mengenai kemungkinan memperoleh pengetahuan, yakni (enurut pandangan) kemungkinan untuk memperoleh pengetahuan adalah pasti.²⁵

Pengetahuan zakat adalah pengetahuan masyarakat tentang zakat, tujuan dan manfaat zakat itu sendiri. Faktor pengetahuan zakat memiliki nilai yang penting dalam konteks meningkatkan kesadaran masyarakat yang berkewajiban membayar zakat.

2.4.2 Jenis-jenis Pengetahuan

1. Empiris

Dalam empirisme, sumber utama untuk memperoleh pengetahuan adalah data empiris yang diperoleh dari panca indera. Akal tidak berfungsi banyak, walaupun ada, itu pun sebatas ide yang kabur.

2. Rasionalisme

²⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahnya, Bandung: Sygma, 2009 hal 220

²⁵ Ayatollah Murtadha Muthahhari, *"Pengantar Epistemologi Islam"*, Jakarta: Shadra Press 2010 hal 29

Aliran ini menyatakan bahwa akal adalah dasar kepastian pengetahuan. Pengetahuan yang benar diperoleh dan diukur dengan akal. Manusia memperoleh pengetahuan melalui kegiatan menangkap objek.

3. Intuisi

Menurut Henry Bergson intuisi adalah hasil dari evolusi pemahaman yang tertinggi. Kemampuan ini mirip dengan insting, tetapi berbeda dengan kesadaran dan kebebasannya. Pengembangan kemampuan intuisi memerlukan suatu usaha. Ia juga mengatakan bahwa intuisi adalah suatu pengetahuan yang langsung, yang mutlak dan bukan pengetahuan yang nisbi.

Intuisi bersifat personal dan tidak bisa diramalkan. Sebagai dasar untuk menyusun pengetahuan secara teratur, intuisi tidak dapat diandalkan. Pengetahuan intuisi dapat dipergunakan sebagai hipotesa bagi analisis selanjutnya dalam menentukan benar tidaknya pernyataan yang dikemukakan. Kegiatan intuisi dan analisis bisa bekerja saling membantu dalam menemukan kebenaran.

4. Wahyu

Wahyu adalah pengetahuan yang disampaikan oleh Allah kepada manusia lewat perantara para nabi. Para nabi memperoleh pengetahuan dari Tuhan tanpa upaya, tanpa bersusah payah, tanpa memerlukan waktu untuk memperolehnya. Pengetahuan mereka terjadi atas

kehendak Tuhan. Tuhan mensucikan jiwa mereka dan diterangkan-Nya pula jiwa mereka untuk memperoleh kebenaran dengan jalan wahyu.

Wahyu Allah berisikan pengetahuan, baik mengenai kehidupan seseorang yang terjangkau oleh pengalaman, maupun yang mencakup masalah transedental, seperti latar belakang dan tujuan penciptaan manusia, dunia dan segenap isinya serta kehidupan di akhirat nanti.²⁶

2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Faktor pengetahuan zakat memiliki nilai yang penting dalam konteks pemberdayaan zakat. Sebab pengetahuan seseorang tentang sesuatu akan mempengaruhi perilakunya. Dalam filsafat fenomenologis dikemukakan bahwa tingkah laku manusia merupakan konsekuensi dari sejumlah pandangan atau doktrin yang hidup dikepala manusia yang bersangkutan. Sebagai contoh membayar zakat secara langsung kepada mustahiq (penerima zakat) dan membayar zakat melalui Lembaga.²⁷

A. Faktor internal yaitu:

1. Pendidikan

Pendidikan adalah suatu proses belajar yang berarti terjadi proses pertumbuhan, perkembangan atau

²⁶ Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005, hal. 86-110

²⁷ Abd. Hamid Habbe Kanji, *Faktor Determinan Motivasi Membayar Zakat*, 2011

perubahan kearah yang lebih dewasa, lebih baik dan lebih matang pada diri individu, kelompok atau masyarakat. Beberapa hasil penelitian mengenai pengaruh pendidikan terhadap perkembangan pribadi, bahwa pada umumnya pendidikan itu mempertinggi taraf intelegensi individu.

2. Persepsi

Persepsi, mengenal dan memilih berbagai objek sehubungan dengan tindakan yang akan diambil. Motivasi merupakan dorongan, keinginan dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu dengan mengenyampingkan hal-hal yang dianggap kurang bermanfaat. Dalam mencapai tujuan dan munculnya motivasi memerlukan rangsangan dari dalam diri individu (biasanya timbul dari perilaku yang dapat memenuhi kebutuhan sehingga menjadi puas) maupun dari luar (merupakan pengaruh dari orang lain/ lingkungan). Motivasi murni adalah motivasi yang betul-betul disadari akan pentingnya suatu perilaku dan dirasakan suatu kebutuhan.

3. Pengalaman

Pengalaman adalah sesuatu yang dirasakan (diketahui dan dikerjakan), juga merupakan kesadaran akan suatu hal yang tertangkap oleh indra manusia.

Pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman berdasarkan kenyataan yang pasti dan pengalaman yang berulang-ulang dapat menyebabkan terbentuknya pengetahuan. Pengalaman masalah dan aspirasinya untuk masa yang akan datang menentukan perilaku masa kini.

B. Faktor eksternal yang mempengaruhi pengetahuan antara lain yaitu:

Lingkungan, sosial ekonomi, kebudayaan dan informasi. Lingkungan sebagai faktor yang berpengaruh bagi pengembangan sifat dan perilaku individu. Sosial ekonomi, penghasilan sering dilihat untuk menilai hubungan antara tingkat penghasilan dengan pemanfaatan pelayanan kesehatan. Kebudayaan adalah perilaku normal, kebiasaan, nilai dan penggunaan sumber-sumber didalam suatu masyarakat akan menghasilkan suatu pola hidup. Informasi adalah penerangan, keterangan, pemberitahuan yang dapat menimbulkan kesadaran dan mempengaruhi perilaku.

2.4.4 Indikator Pengetahuan

Ada beberapa indikator untuk mengetahui pengetahuan zakat, antara lain:

1. Tahu atau tidaknya zakat

Nilai perbuatan seseorang ditentukan dengan ilmu, sehingga antara perbuatan orang yang berilmu dengan

perbuatan orang yang tidak berilmu akan berbeda nilainya di sisi Allah SWT berfirman:

أَمَّنْ هُوَ قَنِيتٌ ءَاتَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُوا رَحْمَةَ رَبِّهِ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ (٩)

Artinya: “(Apakah kamu hai orang-orang musyrik yang lebih beruntung) ataukah orang yang beribadah di waktu-waktu malam dengan sujud dan berdiri, sedangkan ia takut kepada (azab) akhirat dan mengharapkan rahmat Tuhannya? Katakanlah, "Adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?" Sesungguhnya orang yang berakallah yang dapat menerima pelajaran.” (QS. Az-Zumar: 9).²⁸

2. Pengetahuan perlu atau tidaknya berzakat

Menurut perspektif islam, ilmu pengetahuan adalah sesuatu yang sangat berharga yang menentukan kualitas seseorang atau suatu bangsa. Suatu bangsa akan menjadi bangsa yang maju, modern, dan ber peradaban, manakala masyarakatnya mencintai ilmu, antara lain, ditandai dengan kebiasaan bertanya dan menulis. Betapa pentingnya suatu pertanyaan untuk membuka ilmu pengetahuan.

3. Pengetahuan hukum zakat

Zakat merupakan salah satu dari rukun islam yang lima dan termasuk dari pondasi islam yang agung. Maka

²⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahnya, Bandung: Sygma, 2009 hal 459

hukumnya adalah wajib bagi muslim yang telah memenuhi persyaratan untuk mengetahui hukumnya.²⁹

4. Pengetahuan tentang syarat dan rukun zakat
Pengetahuan tentang syarat dan rukun zakat penting bagi seseorang yang berzakat karena seseorang bisa dikatakan wajib zakat bila ia memenuhi syarat dan rukun zakat, maka ia harus tahu syarat dan rukun zakat.
5. Pengetahuan tentang perhitungan zakat
Zakat merupakan ibadah yang wajib bagi muzakki yang memenuhi syarat dan rukun zakat, dan mengetahui perhitungan jumlah yang dikeluarkan agar tidak ada kesalahan dalam mengeluarkan zakat, maka mengetahui cara menghitung zakat penting bagi muzakki yang ingin mengeluarkan zakatnya.

2.5 Sosialisasi

2.5.1 Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu proses belajar seorang anggota masyarakat untuk menerima dan menyesuaikan diri dengan unsur-unsur kebudayaan, berupa cara-cara bersikap, bertindak dan berinteraksi dalam masyarakat.

²⁹ Itaq pangestu, *Analisis dalam faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Muzakki Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang*. Skripsi.2016

Definisi menurut para pakar diantaranya yaitu, Bruce J. Cohen sosialisasi adalah proses- proses manusia mempelajari tata cara kehidupan dalam masyarakat, untuk memperoleh kepribadian dan membangun kapasitasnya agar berfungsi dengan baik sebagai individu maupun suatu anggota kelompok.

Sedangkan menurut Charllote Buehler menjelaskan bahwa sosialisasi sebagai proses yang membantu individu-individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaiman cara hidup dan berpikir kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi dalam kelomponya.³⁰

Sedangkan menurut Suprpto sosialisasi adalah suatu proses belajar berinteraksi dalam masyarakat sesuai dengan peranan yang dijalankannya.³¹ Dalam islam sosialisasi dikenal dengan dakwah.

Maka dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa sosialisasi adalah proses yang membantu individu dalam pembelajaran dan penyesuaian diri dalam hal membentuk kepribadian terhadap tata cara kehidupan yang sudah ada dalam masyarakat agar berfungsi dan berperan aktif dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian sosialisasi BAZNAS

³⁰ Syarbani Syahril dan Fatkhuri, *Teori Sosiologi Suatu Pengantar*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2016, hal. 74

³¹ Uud Wahyudi, *Sosialisasi Zakat Untuk Menciptakan Kesadaran Berzakat Umat Islam*, Jurnal: Masyarakat dan Filantropi Islam, Vol 1 No. 1 November 2018.

yaitu proses menyebarluaskan informasi dalam bentuk pembelajaran kepada masyarakat agar mengetahui peran, dan tugas Baznas. Sosialisasi dalam islam disebut dengan berdakwah. Perintah dakwah dalam islam termaktub dalam Al-Quran dan Hadist Nabi Muhammad SAW, diantaranya sebagai berikut:

1. Surat An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ
(١٢٥)

Artinya: “Seluruh manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah (perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang berhak dengan yang bathil dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapatkan petunjuk.”
*QS. An-Nahl: 125*³²

2. Al-Quran Surat Al-Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (١٠٤)

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan,

³² Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahnya, Bandung: Sygma, 2009 hal 281

*menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungka merekalah orang-orang yang beruntung” QS. Al-Imran: 104.*³³

3. Hadist Nabi Muhammad SAW

عن حديفة اليمان عن النبي ص.م قال والذي نفسي بيده لتأمرن بالمعروف ولتنهون عن المنكر أوليوشكن الله أن يبعث عليكم عقاباً منه ثم تدعونه فلا يستجاب لكم. (رواه الترمذي)

Artinya: *Dari Hudzaifah ra, dari Nabi Muhammad SAW, beliau bersabda: “Demi dzat yang jiwaku berada dalam genggamannya, seharusnya kalian menyuruh untuk berbuat baik dan mencegah dari perbuatan yang munkar. Jika tidak, sungguh Allah akan menurunkan siksa kepada kalian, kemudian kalian berdo'a kepada-Nya, tetapi Ia tidak mengabulkan do'amu.”* (HR. Tirmidziy).³⁴

2.5.2 Proses Sosialisasi

Ada beberapa tahapan-tahapan yang dilalui manusia untuk bersosialisasi yaitu sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan (*Preparatory Stage*)

Pada tahapan ini manusia mulai mengenal dunia sosialnya dengan modal utama kemampuan untuk berpikir.

b. Tahap Meniru (*Play Stage*)

³³ Ibid., hal 63

³⁴ Sa'adah, Metode, Bimbingan dan Penyuluhan Islam, Pemberdayaan Perempuan, http://eprints.walisongo.ac.id/3455/3/091111088_Bab2.pdf diakses pada 17 Oktober 2019.

Pada tahapan ini manusia melakukan tiruan yang sempurna, dalam tahap ini sudah muncul kemampuan untuk menempatkan diri pada posisi orang lain sudah mulai terbentuk.

c. Tahap Siap Bertindak (*Partner*)

Dalam tahap ini interaksinya semakin banyak, hubungan semakin kompleks, peraturan di luar keluarga mulai di pahami, manusia dalam tahap perkembangan diri ini merupakan manusia yang siap menjadi partisipasi aktif dalam masyarakat.

d. Tahap Penerimaan Norma Subjektif (*Generalized Other*)

Manusia sebagai orang dewasa, mulai bertenggang rasa tidak hanya dengan orang-orang yang berinteraksi dengannya, tetapi juga dengan masyarakat secara luas.³⁵

2.5.3 Bentuk Sosialisasi

Bentuk sosialisasi di bedakan menjadi dua, yaitu:

a. Sosialisasi Primer

Peter I. Berger dan Luckman mendefinisikan sosialisasi primer sebagai sosialisasi pertama yang dijalani individu di masa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat. Dalam tahap ini, peran orang-orang terdekat, sebab mealkukan pola interaksi yang terbatas di dalamnya.

³⁵ Syarbani Syahrial dan Fatkhuri, *Teori Sosiologi*. hal. 74

b. Sosialisasi sekunder

Sosialisasi sekunder adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Salah satu bentuknya adalah resosialisasi dan desosialisasi. Dalam prosesnya resosialisasi, seorang diberikan suatu identitas diri yang baru. Sedangkan dalam proses desosialisasi seorang mengalami proses pencabutan identitas diri yang lama.

2.5.4 Metode Sosialisasi

Sosialisasi dapat terjadi secara langsung pada saat bertatap muka dalam pergaulan sehari-hari, dapat juga secara tidak langsung, seperti melalui telepon, surat, media social melalui media massa. Secara umum terjadinya sosialisasi melalui dua metode yaitu sebagai berikut:

a. *Conditioning*

Proses ini terjadi melalui keadaan lingkungan yang menyebabkan individu mempelajari pola kebudayaan yang fundamental, seperti Bahasa, cara berjalan, cara duduk dan tingkah laku lainnya. Setiap individu berusaha dalam pengembangan aktualisasi dirinya untuk memperoleh sikap dan tingkah laku yang sesuai dengan aturan.

b. Komunikasi

Proses sosialisasi dapat terwujud melalui komunikasi dan interaksi. Manfaat komunikasi adalah untuk memperoleh pengalaman-pengalaman hidup, kebiasaan-kebiasaan yang menjadi bekal pergaulan, sehingga individu sadar akan dirinya sebagai pribadi yang tidak terlepas dari kedudukannya sebagai anggota masyarakat. Melalui komunikasi ini diharapkan individu akan menemukan jati dirinya sehingga dapat menghasilkan pribadi-pribadi yang diharapkan dan berguna bagi bangsa dan negara.³⁶

Menurut E. Kurniawan dalam Samudera, dalam melakukan sosialisasi perlu adanya strategi dan metode yang tepat dalam mengaplikasikan dengan baik yaitu sebagai berikut:

a. Publikasi (*Publication*)

Publikasi adalah strategi kegiatan yang dilakukan melalui media komunikasi baik media cetak seperti surat kabar, majalah maupun media elektronik seperti radio dan televisi.

b. Kegiatan (*Event*)

Strategi kegiatan dilakukan dengan menyelenggarakan aktivitas-aktivitas tertentu yang berhubungan dengan program peningkatan kesadaran masyarakat akan

³⁶ Uud Wahyudi, *Sosialisasi Zakat...* Jurnal: Masyarakat dan Filantropi Islam, Vol 1 No. 1 November 2018.

berzakat pada acara-acara tertentu seperti kegiatan pengajian, penyuluhan, seminar, dan workshop.

c. Pemberitaan (*News*)

Strategi pemberitaan dalam hal ini mempunyai pengertian khusus yaitu menjadi insitusi menjadi bahan berita dal aarti positif, sehingga menjadi sarana promosi yang efektif. Dengan pemberitaan yang positif akan mendorong masyarakat lebih simpatik tetrhadap Lembaga dan mau melaksanakan kewajibannya.³⁷

2.5.5 Media Sosialisasi

Media sosialisasi merupakan tempat dimana sosialisasi itu terjadi atau sering disebut agen sosialisasi. Agen sosialisasi adalah pihak-pihak yang membantu seorang individu menerima nilai-nilai atau tempat di mana seorang individu belajar terhadap segala sesuatu yang kemudian menjadikannya dewasa. Secara rinci, beberapa media sosialisasi yang utama adalah:

a. Keluarga

Keluarga merupakan institusi yang paling penting pengaruhnya terhadap proses sosialisasi manusia. Hal ini di mungkinkan karena berbagai kondisi yang dimiliki oleh keluarga. *Pertama*, keluarga merupakan kelompok primer

³⁷ Isya Rahmawati Kusuma, *Pengaruh Religiusitas dan Sosialisasi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lembaga Manajemen Infaq Blitar*, Skripsi: IAIN Tulungagung 2017, hal. 27

yang selalu tatap muka di antara anggotanya. *Kedua*, orang tua mempunyai kondisi yang lebih tinggi untuk mendidik anak-anaknya. *Ketiga*, adanya hubungan social yang tetap. Proses sosialisasi dalam keluarga ialah bagaimana orang tua dapat memberikan motivasi kepada anak agar mau mempelajari perilaku yang diajarkan kepadanya.

b. Kelompok bermain

Di dalam kelompok bermain individu mempelajari norma nilai, kultural, peran dan semua persyaratan lainnya yang dibutuhkan individu untuk memungkinkan partisipasinya yang efektif di dalam kelompok permainannya. Kelompok bermain menentukan dalam pembentukan sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku kelompoknya.

c. Sekolah

Sekolah merupakan media sosialisasi yang lebih luas dari keluarga. Sekolah mempunyai potensi yang pengaruhnya cukup besar dalam pembentukan sikap dan perilaku seorang anak, serta mempersiapkannya untuk penguasaan peranan-peranan baru di kemudian hari di kala anak atau orang tidak lagi menggantungkan hidupnya pada orang tua atau keluarganya.

d. Lingkungan Kerja

Di dalam lingkungan kerja ini lah individu saling berinteraksi dan berusaha untuk menyesuaikan diri dengan nilai dan norma yang berlaku di dalamnya.

e. Media Massa

Media massa merupakan media sosialisasi yang kuat dalam membentuk keyakinan-keyakinan baru atau mempertahankan keyakinan yang ada. Ruang lingkup media massa lebih luas dari media sosialisasi yang lainnya karena dalam masyarakat modern, komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat penting terutama untuk menerima dan menyampaikan informasi-informasi dari satu pihak ke pihak lain. Penyampain informasi dan pengetahuan yang cepat dengan mudah diterima di masyarakat seperti surat kabar, TV, Radio, Majalah dan lain sebagainya.³⁸

2.5.6 Indikator sosialisasi

Indikator dalam sosialisasi zakat oleh BAZNAS diantaranya yaitu:

1. Penyuluhan

Penyuluhan tentang zakat adalah pemberian bantuan berupa penerangan, nasehat tentang pemanfaatan

³⁸ J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, *Sosiologi Teks Pengantar Dan Terapan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Edisi Keempat, Januari 2010, hal. 92-96.

dan pengelolaan harta zakat yang dapat dilakukan dengan berbagai cara dan metode, misalnya, dengan berkomunikasi secara tatap muka dengan tujuan agar muzakki mampu mengatasi masalah yang dihadapi.

2. Ceramah

Ceramah adalah metode penyampaian informasi atau pesan-pesan dengan menggunakan lisan kepada para pendengarnya. Untuk dapat menyampaikan materi atau informasi agar dapat diterima dengan mudah maka cemarrah harus memenuhi syarat antara lain:

1. Penceramah harus menguasai permasalahan yang disampaikan, selain itu harus memiliki daya Tarik tersendiri sehingga misi yang disampaikan mudah dicerna dan menarik.
2. Penceramah harus mempunyai pengetahuan yang luas berkaitan dengan masalah zakat dan pekerjaan objek sosialisasi.
3. Harus menguasai Bahasa yang digunakan dengan baik Bahasa Indonesia maupun Bahasa daerah yang dipakai dalam kegiatan itu.
4. Memahami ilmu jiwa social, artinya penceramah dapat menyelami sifat, jiwa dan alam pikiran dan cara berpikir para pendengarnya.

3. Diskusi

Dalam kegiatan sosialisasi zakat maka penggunaan metode diskusi harus pula memerhatikan hal sebagai berikut:

1. Sosialitator seharusnya mengetahui masalah-masalah yang terkait dengan zakat. Akan lebih baik jika sosialitator mampu mengeupas masalah zakat dari segi social, ekonomi, pertanian, dan sebagainya.
2. Setiap diskusi hendaknya muncul adanya ide-ide baru dan segar serta keputusan yang dapat direalisasikan.

4. Seminar

Metode seminar ini tidak jauh berbeda dengan diskusi, seminar pada umumnya dimaksudkan untuk;

1. Menggali dan mengembangkan sebaik mungkin pengetahuan dan pengalaman serta yang ada tentang suatu masalah yang sedang diangkat.
2. Saling tukar pikiran, pengetahuan dan gagasan serta pengalaman, khususnya tentang perzakatan,
3. Meningkatkan keterampilan peserta untuk mengemukakan pendapat secara obyektif, sistematis dan persuasive di depan orang banyak dengan dukungan argumentasi yang valid.

5. Website BAZNAS

Website adalah sarana penyampaian informasi secara tidak langsung, yaitu melalui media massa, meskipun

tidak langsung melalui metode ini cakupan lebih luas, perkembangan zaman banyak masyarakat yang menggunakan internet untuk mengakses berbagai informasi, berita, pengetahuan dan lain sebagainya.³⁹

Hal-hal yang diperoleh dari proses sosialisasi adalah pengetahuan-pengetahuan untuk membekali seorang individu dalam melakukan pergaulan ditengah-tengah masyarakat antara lain:

1. Untuk mengetahui nilai-nilai dan norma -norma yang berlaku di suatu masyarakat.
2. Untuk menambah wawasan masyarakat akan suatu hal yang penting. Seperti halnya masyarakat mengetahui wajibnya mengeluarkan zakat tjiarah dan pengetahuan masyarakat akan pengelolaan dar zakat di BAZNAS Kabupaten Pati.

Jika tidak ada sosialisasi dari BAZNAS Kabupaten Pati maka lapisan masyarakat tidak mengetahui apa saja dan bagaimana wujud dan bentuk dari pengelolaan zakat ini. Keberhasilan dalam pengelolaan zakat tidak lepas dari kesadaran dari masyarakat sendiri yang umumnya mampu berzakat.

³⁹<http://simbi.kemenag.go.id/pustaka/images/materibuku/panduan%20penyuluhan%20zakat-2013.pdf>, diakses pada 16 Oktober 2019

2.6 Kepercayaan

2.6.1 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan, dengan kata lain kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang adanya pembelajaran dan pengalaman.⁴⁰

Kepercayaan pada dasarnya adalah kemauan suatu pihak mengandalkan pihak lain, yaitu pihak yang mendapat kepercayaan. Kepercayaan juga merupakan sekumpulan keyakinan spesifik terhadap *integritas* (kejujuran pihak yang di percayai), *Benevolence* (perhatiand dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mem, halpercayai mereka), *Competency* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *Predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya).⁴¹ Dalam islam kepercayaan sering disebut dengan amanah. Allah dan Rasul memerintahkan kita bersifat amanah. Allah berfirman dalam Al-

⁴⁰ M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta; Raja Grafindo Persada, 2005, hal. 62.

⁴¹ Wahab Zaenuri dkk., *Membangun Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut Produk Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Pada Bank Syariah*, Semarang: Puslit IAIN Walisongo, hal. 14.

Quran dan Sabda Nabi Muhammad SAW dalam hadistnya sebagai berikut:

1. Firman Allah dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 58:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا﴾ (٥٨)

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat*”. (QS. An-Nisa’: 58).⁴²

2. Hadist dari Nabi Muhammad SAW

حدثنا محمد بن سنان حدثنا فليح بن سليمان حدثنا هلال بن علي عن عطاء بن يسار عن أبي هريرة رضي الله عنه قال قال رسول الله ص.م إذا ضيقت الأمانة فانتظر الساعة. قال كيف إضاعتها يارسول الله قال إذا أسند الأمر إلي غير أهله فانتظر الساعة.

Artinya: “*Apabila telah dicabut amanah maka tunggulah kehancuran (kiamat), Abi Hurairah bertanya: bagaimana pencabutan-nya ya Rasulullah, Nabi menjawab: apabila urusan telah diserahkan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancuran (kiamat)*”.⁴³

⁴² Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahnya, Bandung: Sygma, 2009 hal 87

⁴³ Reza Pahlevi Dalimunthe, *Amanah dalam Perspektif Hadis*, Jurnal: Diroyah, Vol.1 No.1 September 2016.

2.6.2 Dimensi Kepercayaan

Kepercayaan konsumen akan tampak pada respon atau tanggapan terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh para penyedia jasa. Antusiasme atau keterkaitan konsumen merupakan tanggapan yang positif yang diperlihatkan konsumen terhadap produk maupun layanan jasa yang diterimanya. Pada kepercayaan mempunyai dimensi yaitu:

- a. Credibility (dapat dipercaya) meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada penyedia jasa, seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.
- b. Competency (kemampuan) yaitu keterampilan dan pengetahuan yang di miliki oleh penyedia jasa untuk melakukan pelayanan.

Contoh: memberikan bantuan perhitungan kalkulasi jumlah zakat yang harus dikeluarkan muzakki.

- c. Cortesy (sikap moral) meliputi keramahan, perhatian, dan sikap para karyawan.

Contoh: melayani muzakki dengan ramah dan sopan.

Model kepercayaan organisasional memasukkan sifat kepribadian yang disebut kecenderungan untuk percaya (*propensity to trust*). Kecenderungan (*propensity*) dapat dianggap sebagai keinginan umum untuk mempercayai orang lain. Aspek yang digunakan untuk mengukur sebuah

kepercayaan diperlukan tujuh *core values*, yaitu sebagai berikut:

1. Keterbukaan

Kerahasiaan dan kuangnya transparansi dalam menjalankan sesuatu akan mengganggu *Trust Building*. Oleh karena itu diperlukan keterbukaan antara kedua belah pihak agar keduanya dapat saling percaya antara satu sama lain.

2. Kompeten

Kompeten adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas atau peran dalam membangun pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada pengalaman dan pembelajaran. Yakni sebagai syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas dibidang pekerjaan tertentu.

3. Kejujuran

Kejujuran adalah merupakan elemen terpenting dalam mendapatkan sebuah kepercayaan, hal ini dimaksudkan untuk meghindari kecurangan yang bersifat merugikan yang lain. Dengan kata lain jujur adalah berkata atau memberikan suatu informasi yang sesuai kenyataan dan kebenaran. Sikap jujur telah diatur malalui firman Allah dalam QS. An-Nisaa' ayat 69:

وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَالرَّسُولَ فَأُولَٰئِكَ مَعَ الَّذِينَ أَنْعَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ وَالصَّالِحِينَ وَحَسُنَ أُولَٰئِكَ رَفِيقًا
(٦٩)

Artinya: “Dan Barangsiapa yang mentaati Allah dan Rasul (Nya), mereka itu akan Bersama-sama dengan orang-orang yang dianugrahi nikmat oleh Allah, yaitu: Nabi-nabi, Para Shiddiqin, orang-orang yang mati syahid, dan orang-orang saleh dan mereka itulah teman yang sebaik-baiknya.” (QS. An-Nisaa’: 69).⁴⁴

4. Integritas

Integritas adalah keselarasan antara niat, pikiran, perkataan dan perbuatan. Dalam prosesnya, berjanji akan melaksanakan tugas secara bersih, transparan, dan professional dalam arti akan mengerahkan segala kemampuan dan sumber daya secara optimal untuk memberikan hasil kerja terbaik.

5. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan dorongan psikologi sosial yang dimiliki seseorang untuk mempertanggungjawabkan sesuatu yang telah dikerjakan kepada lingkungannya atau orang lain. Akuntabilitas sekiranya dapat diukur dengan

⁴⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahnya, Bandung: Sygma, 2009 hal 89

pertanyaan-pertanyaan tentang seberapa besar motivasi menyelesaikan pekerjaan dan seberapa besar usaha (daya piker) untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan tersebut.

6. *Sharing*

Sharing adalah sebuah pengakuan atau pengungkapan diri terhadap orang lain yang berfungsi untuk berbagi sesuatu untuk meringankan sebuah masalah. *Sharing* merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan karena mempunyai manfaat nilai psikologi yakni membantu membangun hubungan yang lebih baik antara satu sama lain. Termasuk didalamnya *sharing* informasi, keterampilan pengalaman dan keahlian.

7. Penghargaan

Untuk mendorong sebuah kepercayaan maka harus terdapat respek saling menghargai antara satu sama lain. Kepercayaan terhadap Lembaga zakat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemauan *muzakki* untuk mengandalkan Lembaga zakat untuk menyalurkan zakatnya kepada mustahiq zakat karena *muzakki* yakin Lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan.

2.7 Minat Membayar Zakat

2.7.1 Pengertian Minat Zakat

Minat dalam kamus besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi individual dapat merubah minat seseorang, sehingga dikatakan minat bersifat tidak stabil. Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.⁴⁵

Adapun pengertian minat secara istilah telah banyak dikemukakan oleh para ahli, menurut pandangan Sardiman berpendapat bahwa, “Minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi, apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri.”⁴⁶

Sebagaimana terkadang dalam Al-Qur’an, berkaitan dengan minat terdapat pada surat pertama yang perintahnya

⁴⁵ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997, hlm. 62.

⁴⁶ Sadirman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hal. 42.

adalah agar kita membaca. Bukan sekedar membaca buku atau secara tekstual, tetapi dalam semua aspek. Sehingga kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam kehidupan ini. Firman Allah dalam Al-Quran surat Al-Alaq 3-5:

أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (۳) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (۴) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (۵)

Artinya: “*Bacalah! Bacalah, dan Tuhan Yang Maha Pemurah, yang mengajarkan (manusia) dengan perantara kalam. Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya*”. (QS. Al-Alaq: 3-5).⁴⁷

Dengan demikian minat adalah dorongan kuat bagi seseorang melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat yang kuat akan menjadikan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini membayar Zakat Tijarah di BAZNAS Kabupaten Pati.

2.7.2 Macam-macam Minat

Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan. Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan

⁴⁷ Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsir Al-Quran, dan Terjemahannya, Jakarta: DEPAG, 1989, hal. 939.

menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:

1. *Expressed interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan semua kegiatan, baik yang disenangi maupun yang paling tidak disenangi.

2. *Manifest interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.

3. *Tested interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan hasil jawaban tes obyektif yang ada.

4. *Inventoried interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara menggunakan alat-alat yang sudah distandarkan, berisi pertanyaan-pertanyaan kepada subyek.⁴⁸

2.7.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat Menurut Crow and Crow dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu:

1. Dorongan dari dalam diri individu
misal dorongan makan, rasa ingin tahu. Muzakki yang telah mengetahui tentang kewajiban terhadap harta yang dimilikinya, dan dengan ada kesadaran dalam individu muzakki, maka muzakki senantiasa memiliki komitmen untuk mengeluarkan zakat setiap tahunnya.
2. Motif sosial,
Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Dorongan dari luar sangat menentukan seseorang untuk membayar zakat, misalkan dorongan dari keluarga, teman, dan dorongan dari lingkungan sekitarnya.

⁴⁸ Slameto, *Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Perekonomian di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hal. 265.

3. Faktor emosional

minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Setiap muzakki yang mengeluarkan zakat pasti akan dilipat gandakan hartanya oleh Allah, dan muzakki mengharabkan balasan dari Allah.⁴⁹

2.7.4 Indikator Minat membayar zakat

Minat adalah sebagai kecenderungan yang menetap pada diri *Muzakki* untuk menyalurkan zakat pada Baznas Kabupaten pati. Minat *Muzakki* dapat diukur dengan tiga dimensi sebagai berikut:

1. Keterkaitan (*Interest*) yang merupakan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
2. Keinginan (*Desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk memiliki.
3. Keyakinan (*Cinvection*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.⁵⁰

⁴⁹ Mukhlis Muhammad Nur, Zufahmi, *Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan, Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe*, Jurnal; Ekonomi Regional Unimal, Vol 1 No 3 Desember 2018.

⁵⁰ Azy Athoillah Yazid, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam menunaikan Zakat di Nurul Hayat Cabang Jember*, Jurnal; Economic, Vol.8, No.2, 2017

2.8 Telaah Pustaka

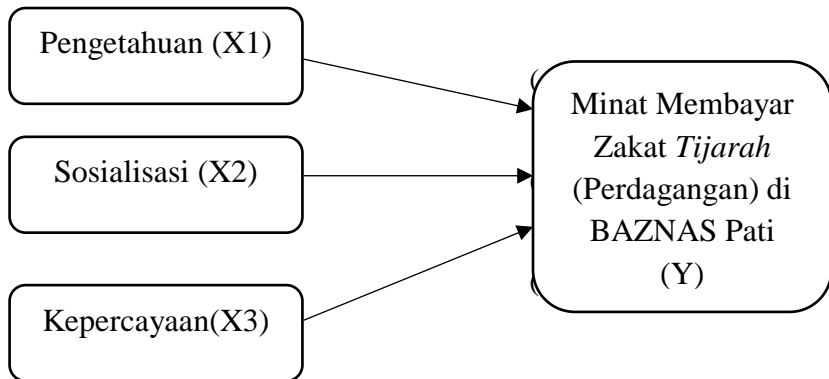
1. Dari Isya Rahmawati Kusuma (2017) dengan judul Pengaruh Religiusitas dan Sosialisasi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lembaga Manajemen Infaq Blitar. Penelitian ini berjenis asosiatif, menggunakan pengambilan Teknik sampel *Rndom Sampling*, dengan jumlah responden 93 orang. Hasil dari uji statistic menunjukkan bahwa Sosialisasi dan Religiusitas berpengaruh stimulant terhadap Minat membayar zakat di Lembaga Manajemen Infaq Blitar sebesar 48 %.
2. Dari Yulinda Isnaini (2018) dengan judul Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Tingkat Keimanan Dan Kepercayaan Terhadap Motivasi Muzakki Profesi (Studi Kasus di Rumah Zakat Cabang Semarang). Dalam penelitian ini diolah menggunakan bantuan IBM SPSS *statistic 21*. Menggunakan teknik acak (*Perobability Sampling*) untuk pengambilan sampel dan teknik analisis regresi berganda. Diperoleh hasil penelitian bahwa variabel pengetahuan zakat dan pendapatan memiliki pengaruh yang dominan terhadap motivasi membayar zakat profesi di Rumah Zakat Cabang Semarang. Secara Simultan Pengetahuan Zakat, Tingkat Pendapatan, Tingkat Keimanan Dan Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan Terhadap Motivasi Muzakki Profesi (Studi Kasus di Rumah Zakat Cabang Semarang).

3. Dari Muhammad Yunus (2016) dengan judul Analisis Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas dan Kontribusi terhadap Minat pedagang Mengeluarkan Zakat di Baitul Mal (studi kasus pada Pedagang Pasar Los Lhokseumawe). Dari hasil penelitian tersebut ada pengaruh faktor kepercayaan dan kontribusi terhadap pedagang mengeluarkan zakat sedangkan religiusitas mempunyai pengaruh kecil.
4. Dari Intan Suri Mahardika Pertiwi (2018) dengan judul Pengaruh Tingkat Pendapatan, Pengetahuan Zakat dan Kepercayaan terhadap Ketaatan Masyarakat Membayar Zakat pada BAZNAS (studi di Masyarakat Kecamatan Kedamaian Kota Bandar Lampung). Hasil penelitian secara simultan variabel tingkat pendapatan, pengetahuan zakat, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap ketaatan membayar zakat pada BAZNAS.

2.9 Kerangka Berfikir

Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antar variable dalam suatu penelitian. Kerangka piker diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Berdasarkan landasan teori dan tujuan pustaka yang ada, maka kerangka pemiiran teoritis dari penelitian ini disajikan dalam gambar sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir



2.10 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_1 = Pengetahuan Zakat berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat Tjjarah di Baznas Kabupaten Pati

H_2 = Sosialisasi berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat Tjjarah di Baznas Kabupaten Pati

H_3 = Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat Tjjarah di Baznas Kabupaten Pati

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah lapangan (*field research*). Penelitian lapangan atau dapat pula disebut sebagai penelitian empiris, yaitu kegiatan penelitian dengan bekerja di lapangan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menekankan dalam bentuk angka yang diolah menggunakan metode statistik yang menghasilkan berupa data. Data kuantitatif diperoleh dari sampel atau populasi. Penelitian kuantitatif memiliki keuntungan yaitu penggunaan angka yang memungkinkan ketepatan atau presisi yang lebih baik dalam melaporkan suatu hasil penelitian.¹ Dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel independent dan satu variabel dependen. Tiga Variabel independent yaitu Pengetahuan Zakat, Sosialisasi, dan Kepercayaan. Sedangkan variabel dependen yaitu Minat membayar Zakat Tiajarrah di Baznas Pati.

¹ Morissan , *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2016 hal 23

3.2 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

3.2.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari narasumber pertama atau responden asli (tidak melalui perantara). Responden adalah orang yang kita jadikan objek penelitian atau sebagai sumber menggali informasi yang kita butuhkan dalam penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang), secara individual (kelompok), hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian-pengujian.² Responden dalam penelitian ini adalah Para Pedagang di Pasar Bulumanis. Data primer ini dihasilkan atas jawaban dari kuesioner yang dibagikan kepada Para Pedagang di Pasar Bulumanis.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Media perantara seperti buku-buku, brosur dan artikel dari *website* yang berkaitan dengan penelitian. Atau data yang berasal dari pihak kedua bukan dari narasumber langsung. Data sekunder tersebut mendukung dan membantu pengkajian secara kritis

² Muchamad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 165.

pembahasan dan penelitian. Dengan demikian peneliti memperoleh data tersebut peneliti memperoleh dari dokumentasi-dokumentasi yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan, buku-buku, artikel, jurnal dan website dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.³

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Menurut Sekaran mengungkapkan pengertian populasi sebagai keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal yang menarik bagi peneliti untuk ditelaah.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah Para Pedagang di Pasar Bulumanis yang berjumlah 391 pedagang. Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas pengaruh pengetahuan zakat, Sosialisasi, Kepercayaan terhadap Minat membayar Zakat Tijarah di Baznas Pati.

³ Ibid, hal. 166.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008, hlm. 80.

⁵ Zulfanef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, hlm, 133.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.⁶

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Probability sampling* yaitu Teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Untuk mengetahui jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus yang dikembangkan Slovin.

Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{391}{1+391(0,1)^2} = \frac{391}{1+3,91} = \frac{391}{4,91} = 79,633$$

Dimana:

⁶ Syofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: Rajawali, 2012, hlm. 145.

$n =$ Ukuran sampel

$N =$ Ukuran populasi

$e =$ Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, sebanyak 10%. Hasil dari perhitungan rumus Slovin diketahui sampel berjumlah 79,633. Maka peneliti membulatkan tiga angka di belakang koma menjadi 80 sampel atau Pedagang yang digunakan sebagai responden penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menurut Suharsimi adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan:

3.4.1 Angket (kuesioner)

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden (orang-orang yang akan menjawab atau orang yang akan diteliti), terutama pada penelitian survey.

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data, dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah Para Pedagang di Pasar Bulumanis.

3.4.2 Wawancara

Wawancara adalah suatu proses interaksi dan komunikasi antara peneliti dengan responden dimana pewawancara diharapkan menyampaikan pertanyaan kepada responden secara lisan, merangsang responden untuk menjawabnya, menggali jawaban lebih jauh bila dikehendaki dan mencatatnya. Peneliti melakukan wawancara terkait dengan seputar sistematika pembayaran zakat dan permasalahan yang berkaitan dengan Minat Membayar Zakat Tijarah para Pedagang di Pasar Bulumanis.

3.5 Dokumentasi

Metode Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya. Dibandingkan dengan Teknik pengumpulan data yang lain, maka teknik ini tidak begitu sulit, dalam artian apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah karena studi dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati. Dokumentasi dapat digunakan sebagai pengumplan data apabila informasi yang dikumpulkan

bersumber dari dokumen, seperti buku, jurnal, surat kabar majalah, dan lain sebagainya.

3.6 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat dibedakan atau mempunyai variasi nilai. Menurut Margono variabel merupakan konsep yang mempunyai konsep variasi nilai (misal variabel model kerja, keuntungan, biaya promosi dan lain sebagainya). Variabel juga dapat diartikan sebagai pengelompokan yang logis dari dua atribut atau lebih. Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua macam variabel yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat adalah variabel yang nilai-nilainya tergantung atau terikat oleh nilai-nilai variabel lain. Sedangkan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat.⁷ Dalam penelitian ini variabel dependennya Minat membayar Zakat Tijarah para Pedagang Di pasar Bulumanis Sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Zakat, Sosialisasi, dan Kepercayaan.

tabel 3.1

Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran Variabel

N o	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Pengetahuan tentang	Pengetahuan zakat adalah pengetahuan	1. Makna zakat 2. Kewajiban	Diukur melalui Angket(kuesi

⁷ Zulganef, *Metode*,,,,hal. 65-66.

	Zakat (X1)	masyarakat tentang zakat, tujuan dan manfaat zakat, dampak yang akan diperoleh dari membayar zakat yang akan menjadikan budaya mudah berbagi masyarakat yang membutuhkan.	<ul style="list-style-type: none"> 3. Dasar hukum zakat 4. Syarat dan Rukun berzakat 5. Perhitungan berzakat 	<ul style="list-style-type: none"> oner) menggunakan Skala Likert
2.	Sosialisasi (X2)	Proses membantu, mempelajari dan menyebarkan kepada masyarakat, berupa informasi-informasi agar masyarakat memahami tentang peran, fungsi, dan tugas-tugas	<ul style="list-style-type: none"> 1. Penyuluhan 2. Ceramah 3. Diskusi 4. Seminar 5. <i>Website</i> BAZNAS 	<ul style="list-style-type: none"> Diukur melalui Angket(kuesioner) menggunakan Skala Likert

		Baznas		
3.	Kepercayaan (X3)	Kepercayaan adalah keyakinan terhadap pekerjaan - pekerjaan yang dilakukan berdasarkan persepsi yang positif, pembelajaran dan pengalaman atas kinerja Lembaga BAZNAS.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbukaan 2. Kompeten 3. Kejujuran 4. Integritas 5. Akuntabilitas 6. Sharing 7. Penghargaan 	Diukur melalui Angket(kuesioner) menggunakan Skala Likert
4.	Minat membayar Zakat Tijarah (Y)	Minat merupakan kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat disertai rasa senang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterkaitan 2. Keinginan 3. Keyakinan 	Diukur melalui Angket(kuesioner) menggunakan Skala Likert

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert yaitu skala yang didesain untuk menguji kekuatan “setuju” atau “tidak setuju” subjek terhadap suatu pernyataan pada skala 5point skala interval yang sama. Dengan demikian tipe data yang digunakan adalah tipe data interval. Data interval yaitu data yang bernilai klasifikasi, order (ada urutannya), dan berjarak (perbedaan dua nilai berarti). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima poin berikut:

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrument penelitian yang digunakan. Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin

diukur.⁸ Dalam artian lain bahwa validitas suatu penelitian berkaitan dengan sejauhman seorang peneliti mengukur apa yang seharusnya diukur alat ukur yang umum dipakai ialah kuesioner dan tes.⁹ Uji validitas bertujuan mengetahui sejauh mana ketepatan dalam kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaliknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r table, dimana $df = n-2$ dengan sig. 5%. Jika r table $<$ r hitung maka valid. Tinggi rendahnya validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis dengan menggunakan program komputer aplikasi IBM SPSS *statistic 21*.

3.7.2 Uji Reabilitas

Secara generic, reabilitas didefinisikan sebagai konsistensi dari sebuah metode dan hasil penelitian. Para ahli

⁸ Muchamad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 209.

⁹ Dyah Budiastuti dan Agustinus Bandur, *Validitas dan Reabilitas Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018, hal. 146.

mendefinisikann reabilitas adalah konsistensi sebuah hasil penelitian dengan menggunakan berbagai metode penelitian dalam kondisi (tempat dan waktu) yang berbeda. Tujuan uji reabilitas ialah untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan peneliti kuantitatif. Instrument yang paling tepat untuk mencari reabilitas menggunakan rumus *Alpha's Cronbach* atau sering disebut *Alpha Coeficient*.¹⁰

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya nprmla atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametrik melainkan dengan non parametrik. Namun ada solusi lain jika data tidak berdistribusi normal, yaitu dengan menambah lebih banyak jumlah sampel. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan Kolmogorof-Smirnov atau uji K-S. Penggunaan uji K-S ini termasuk dalam golongan non parametik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametric atau bukan. Pada uji K-S, data dikatakan normal apabila nilai Sign $> 0,05$ dan dikatakan data tidak normal jika nilai Sign $< 0,05$.

¹⁰ Ibid,, hal 210-211.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti variabel residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variasi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat. Pada dasarnya pengujian heteroskedastisitas sama dengan pengujian normalitas, yaitu menggunakan pengamatan pada gambar atau *scatter plot*. Banyak alat statistic yang digunakan untuk menduga apakah suatu model terbebas dari gejala heteroskedastisitas atau tidak, seperti Uji Park (*Park test*), Uji White dan Uji Glejser. Ada beberapa cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas pada model regresi antara lain:

1. Dengan melihat grafik *scatterplot*, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem.
2. Dengan melakukan uji statistik glejser yaitu dengan mentransformasi residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen model. Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen $>$

0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem atau gejala heteroskedastisitas.¹¹

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas dan untuk mendeteksi apakah suatu model mengalami gejala multikolinieritas, maka kita dapat melihat pada:

1. Ketidakkonsistenan antara koefisien regresi diperoleh dengan teori yang digunakan. Misalnya nilai koefisien regresi yang dihasilkan dari perhitungan menghasilkan nilai negatif, sedangkan teori yang digunakan menyatakan bahwa koefisien regresi bernilai positif.
2. Nilai R-Square semakin membesar, padahal pada pengujian secara parsial tidak ada pengaruh atau nilai signifikan $> 0,05$.
3. Terjadi perubahan yang berarti pada koefisien model regresi. Misal, nilainya menjadi lebih besar atau kecil apabila dilakukan penambahan atau pengurangan sebuah variabel bebas dari model regresi.

¹¹ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 66.

4. *Overestimated* dari nilai standar *error* untuk koefisien regresi. Untuk mengetahui apakah suatu model regresi mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada VIF (*Variance Inflation Factor*). Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan bila menghasilkan $VIF > 10$ berarti telah menjadi multikolinieritas. Selain itu juga dapat dideteksi dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai yang dihasilkan mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas dan begitu sebaliknya.¹²

3.9 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono Analisis Regresi Berganda merupakan salah satu Teknik analisis yang sering digunakan dalam mengolah data multivariable. Analisis ini digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent.¹³ Analisis regresi berganda merupakan analisis statistic yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen Y, secara umum rumus model regresi linier berganda adalah sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + et$

¹² Rambat Lupiyoadi dan Ridho B. Ikhsan, *Praktikum ...*, h.134-142.

¹³ Iman Gunawan, "*Pengantar Statistik Inferensial*", Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016 hal. 215.

Dimana:

Y = Variabel dependen

a = Nilai konstanta atau parameter *intercept*

$X_1 \dots X_n$ = Variabel independen

$B_1 \dots B_n$ = Nilai koefisien regresi atau parameter koefisien regresi variabel independent

Tujuan analisis linier berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat perkiraan nilai Y dan X. Data yang digunakan untuk variabel independen X dapat berupa data primer maupun data sekunder. Variabel independen dan dependen pada penelitian ini yaitu *Pengetahuan Zakat (X_1)*, *Sosialisasi (X_2)*, dan *Kepercayaan (X_3) Terhadap Minat Membayar Zakat Tijarah (Y)*.¹⁴

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel bebas. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara 0 dan 1, nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan

¹⁴ Ibid, h. 157-158.

variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.¹⁵

3.10.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikansi model regresi. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA).¹⁶ Prosedur uji F untuk menguji apakah koefisien regresi berganda dengan sejumlah k variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent Y sebagai berikut:

1. Membuat hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a sebagai berikut:

H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = \dots \beta_k = 0$ (Maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antar semua variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen).

H_a : paling tidak satu dari $\beta_k \neq 0$ dimana $k = 1,2,3, \dots, k$ (Maka terdapat pengaruh yang signifikan antar semua variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen).

¹⁵ Fariz Ramadhan dan I Made Jatra, *Pengaruh Impulse Buying dan Frekuensi Kunjungan terhadap Niat Pembelian pada Situs Tokopedia di Kota Denpasar*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 2, 2018, h. 769.

¹⁶ Agus Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS dan SMARTPLS*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, h. 19.

2. Keputusan menolak atau gagal menolak H_0 sebagai berikut:

Jika F hitung $>$ F kritis, maka kita menolak H_0 berarti secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya jika F hitung $<$ F kritis maka gagal menolak H_0 yang berarti secara bersama-sama semua variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen. Kita bisa menolak hipotesis H_0 uji F ini dengan melihat nilai probabilitasnya. Jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai probabilitasnya maka menolak H_0 sedangkan sebaliknya jika F hitung lebih besar dari nilai probabilitasnya maka gagal menolak H_0 .¹⁷

3.10.3 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji Signifikansi untuk menguji apakah suatu variabel bebas secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dapat digunakan Uji t yang disebut juga dengan uji parsial. Disebut uji parsial karena kita melakukan pengujian secara parsial terhadap masing-masing koefisien regresi.¹⁸ Ada dua hipotesis yang diajukan oleh setiap peneliti yaitu hipotesis H_0 dan hipotesis H_a .

¹⁷ Ibid, h. 21.

¹⁸ Riyanto dan Uka Wikarya, *Statistika Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018, h. 177.

Peneliti menggunakan uji hipotesis dengan dua sisi yaitu bisa positif maupun negatif, jika dua variabel independen dengan estimator β_1 dan β_2 sebagai berikut:

H_0 : β_1 dan $\beta_2 = 0$ (Maka variabel bebas atau variabel independen secara individual tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau variabel dependen).

H_a : β_1 dan $\beta_2 \neq 0$ (Maka variabel bebas atau variabel independen secara individual mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau variabel dependen).

Membandingkan nilai t hitung dengan t kritisnya, keputusan menolak atau gagal menolak H_0 sebagai berikut:

Jika nilai t hitung $>$ nilai t kritis maka H_0 ditolak atau menerima H_a

Jika nilai t hitung $<$ nilai t kritis maka H_0 gagal ditolak dan menerima H_a .¹⁹

¹⁹ Widarjono, *Analisis ...*, h. 23.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Gambaran Umum BAZNAS Kabupaten Pati

1.1.1 Profil BAZNAS Kabupaten Pati

Badan amil zakat merupakan badan resmi dan satu satunya dibentuk pemerintah berdasarkan keputusan presiden RI No 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infak dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Lahirnya undang-undang no 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat semakin mengukuhkan peran baznas sebagai Lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional.

Dalam UU tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai Lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggungjawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. Dengan demikian, Baznas Bersama pemerintah bertanggungjawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berasaskan syariat islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, hukum, integritas, dan akuntabilitas.

Selain menerima zakat, Baznas juga dapat menerima infaq, sedekah, dan social keagamaan lainnya. Pendistribusian dan pendayagunaan infaq, sedeka, dan dana social keagamaan lainnya dilakukan sesuai dengan syariat islam dan dilakukan

sesuai dengan peruntukan yang diikrarkan oleh pemberi dan harus dilakukan pencatatan dalam pembukaan tersendiri.

BAZNAS Kabupaten Pati terbentuk pada Tahun 2015 yang menggantikan BAZDA Kabupaten Pati berdasarkan Surat Keputusan No. 451. 12/2725 Tahun 2015. BAZNAS Kabupaten Pati mempunyai legal formal berdasarkan Peraturan Pengelolaan zakat BAZNAS Kabupaten Pati menganut Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Selain itu, BAZNAS Kabupaten Pati menganut Peraturan Pemerintah No. 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Zakat dan Intruksi Presiden No. 3 Tahun 2014 tentang Optimalisasi Pengumpulan Zakat melalui BAZNAS dan juga didukung oleh SK Bupati Nomor: 451.12/2735/2015 tentang Pembentukan Pimpinan BAZNAS Kabupaten Pati dan hasil rapat kerja BAZNAS Kabupaten Pati tentang Penyusunan Program Kerja Tahun 2016.

1.1.2 Visi, Misi dan Program Kerja

BAZNAS Kabupaten Pati memiliki visi yaitu “Terwujudnya pengelolaan zakat secara professional, jujur, amanah, transparan dan akuntabel sesuai tuntunan Agama Islam dan peraturan Perundang- Undangan yang berlaku” sedangkan Misi dari BAZNAS Kabupaten Pati antara lain:

- a. Membangun kesadaran umat Islam dalam menunaikan Zakat, Infaq dan Shodaqoh.

- b. Memberikan pelayanan kepada masyarakat secara maksimal baik dalam pengumpulan, pendistribusian maupun pendayagunaan.
- c. Membangun Lembaga pengelolaan ZIS yang professional, jujur, amanah transparan dan akuntabel sesuai ketentuan Agama Islam dan Undang- Undang Republik Indonesia.
- d. Berupaya meningkatkan kesejahteraan para mustahik dan mendorong mereka agar beribadah dan berbuat baik kepada sesama.

Sementara dalam program kerja BAZNAS Kabupaten Pati membagi berdasarkan sasaran jangka pendek, menengah, dan Panjang sebagai berikut:

- a. Program Kerja Jangka Pendek
 - 1. Mendata jumlah mustahik dan muzakki Membuat UPZ
 - 2. Kerjasama dengan para kyai dan *mubaigh* dan Ormas
 - 3. Sosialisasi kepada masyarakat
- b. Program Kerja Jangka Menengah
 - 1. Pelatihan bagi Amil Zakat
 - 2. Tersedianya dana operasional BAZNAS
 - 3. Tersedianya tenaga fulltime
 - 4. Mengadakan gerakan sadar zakat
 - 5. Pendistribusian zakat kepada Mustahik
- c. Program Kerja Jangka Panjang
 - 1. Melaksanakan program bantuan usaha kecil

2. Membentuk desa binaan
3. Memberikan beasiswa temporer
4. Memberikan beasiswa permanen
5. Memberikan bantuan kepada Mubaligh binaan
BAZNAS

1.1.3 Struktur Kepengurusan BAZNAS Kabupaten Pati (2015-2020)

- a. Susunan Keanggotaan Pimpinan Badan Amil Zakat Kabupaten Pati Periode 2015-2020:

Tabel 4. 1

Pimpinan BAZNAS Kabupaten Pati (2015-2020)

No	Nama	Jabatan
1.	H. Imam Zarkasi, S.Ag, MP.d	Ketua
2.	Drs. H. Dahwan Hadi, M.S.I	Wakil Ketua
3.	H. Sutaji, SH, MM	Wakil Ketua
4.	Drs. H. Amari, Msi	Wakil Ketua
5.	KH. Abdul Hadi Kurdi	Wakil Ketua

- b. Anggota pelaksana BAZNAS Kabupaten Pati Berdasarkan Surat Keputusan Ketua Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pati Nomor: 001/BAZNAS/V/ 2015 Tentang Pembentukan Anggota Pelaksana Badan Amil Zakat Nasional Kcamatan Pati Masa Kerja 2015-2020:

Tabel 4. 2
Anggota Pelaksana BAZNAS Kabupaten Pati (2015-2020)

Sekretariat:		
1	Muslihan	Kasubag Tata Usaha
	. darmanto	Anggota
2	Moh. Agus Suseno	Kasubag Perencanaan Dan Keuangan
	. Ummi Rohmawati	Anggota/ Bendahara
3	Nur Hamid	Kasubag SDM
	. Dessy Widyastuti	Anggota
4	Joko Prasetyo	Kasubag Informasi dan Teknologi
	. Rahardian Yuniarto	Anggota
5	Abdullah Adib	Staf Pelaksana Administrasi dan SDM
Bidang Pengumpulan:		
1	M. Slamet	Kasi Perencanaan
	. Ruhani	Anggota
2	Imam Subadi	Kasi Pelaksana
	. Moh Irham	Anggota
3	Dewi Kartika Sari	Kasi Pengendalian
	. Taufik Muhammad Nur	Anggota

4	Abdul Hamid	Kasi Pelaporan
.	Muhammad Muhadi	Anggota
Bidang Pendistribusian		
1	Zubaidi	Kasi Perencanaan
.	Saiful Umam	Anggota
2	Edy Sulistiyono	Kasi Pelaksanaan
.	Moh. Imam Al Mukromin	Anggota
3	Nur Sholikhah	Kasi Pengendalian
.	Innama	Anggota
4	Annisatun	Kasi Pelaporan
.	Sri Ratna Mundiyanthi	Anggota
Bidang Pendayagunaan:		
1	Suharti	Kasi Perencanaan
.	Moh. Asnawi	Anggota
2	Suwarno	Kasi Pelaksanaan
.	Mokh. Arif Qomaruddin	Anggota
3	Moh. Alimin	Kasi Pengendalian
.	St. Uswatun Hasanah	Anggota
4	Sya'roni	Kasi Pelaporan
.	Lin Eti Afia Maftuhah	Anggota

1.1.4 Kedudukan Tugas Dan Fungsi Baznas Kabupaten Pati (2015-2020)

Baznas Kabupaten/Kota bertanggung jawab kepada BAZNAS provinsi dan pemerintah Kabupaten/Kota. Baznas Kabupaten/Kota. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana di maksud pada pasal 28 BAZNAS Kabupaten/Kota menyelenggarakan fungsi:

- a. Perencanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat di tingkat Kabupaten/Kota.
- b. Pelaksanaan pengumpulan pendistribusian, dan pendayagunaan zakat di tingkat Kabupaten/Kota.
- c. Pengendalian pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat di tingkat Kabupaten/Kota.
- d. Pelaporan dan pertanggungjawaban pelaksanaan pengelolaan zakat, di tingkat Kabupaten/Kota.
- e. Pemberian rekomendasi dalam proses izin pembukaan perwakilan LAZ berskala Provinsi di Kabupaten/Kota.

Dalam pelaksanaan tugas dan fungsi, BAZNAS Kabupaten/Kota wajib menjalankan:

- a. Melakukan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian, atas pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat di tingkat Kabupaten/Kota.
- b. Melakukan koordinasi dengan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Dan instansi terkait di tingkat

Kabupaten/Kota dalam pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.

- c. Melaporkan dan mempertanggung jawabkan pengelolaan zakat, infaq, dan shodaqoh, serta dana social keagamaan lainnya kepada BAZNAS Provinsi dan Bupati/Walikota setiap enam bulan dan akhir tahun.
- d. Melakukan verifikasi administrasi dan factual atas pengajuan rekomendasi dalam proses izin pembukaan perwakilan LAZ berskala Provinsi di Kabupaten/Kota.

BAZNAS Kabupaten/Kota melaksanakan tugas dan fungsi BAZNAS di Kabupaten/Kota masing-masing sesuai dengan kebijakan BAZNAS, Sekretariat BAZNAS dalam melaksanakan tugasnya melakukan sebagai berikut:

- a. Koordinasi dan komunikasi dengan pimpinan BAZNAS dalam urusan administrasi terhadap perencanaan pelaksanaan dan pengendalian, pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.
- b. Penyiapan penyelenggaraan rapat-rapat BAZNAS.
- c. Penyiapan pembuatan lapoan dan pertanggung jawaban pelaksanaan tugas, fungsi, dan wewenang BAZNAS dalam pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat.

Kasubag perencanaan Dan Keuangan melaksanakan pengelolaan perencanaan, keuangan dan pelaporan.

- a. Persiapan penyusunan rencana strategis pengelolaan zakat tingkat Kabupaten/Kota.
- b. Penyusunan rencana tahunan BAZNAS Kabupaten/Kota.
- c. Pelaksanaan evaluasi tahunan dan lima tahunan rencana pengelolaan zakat Kabupaten/Kota.
- d. Pelaksanaan pengelolaan keuangan BAZNAS Kabupaten/Kota.
- e. Pelaksanaan system akuntansi BAZNAS Kabupaten/Kota.
- f. Penyusunan laporan keuangan dan laporan akuntabilitas kinerja BAZNAS Kabupaten/Kota.
- g. Penyiapan penyusunan laporan pengelolaan zakat tingkat Kabupaten/Kota.

Kasubag Sumber Daya Manusia (SDM) melaksanakan pengelolaan amil/pelaksana BAZNAS Kabupaten/Kota administrasi perkantoran dan umum:

- a. Penyusunan strategi pengelolaan amil/pelaksana BAZNAS Kabupaten/Kota.
- b. Pelaksanaan perencanaan amil BAZNAS.
- c. Pelaksanaan rekrutmen amil/pelaksana BAZNAS Kabupaten/Kota.

- d. Pelaksanaan pengembangan amil/pelaksana BAZNAS Kabupaten/Kota.

Kasubag Informasi Teknologi melaksanakan komunikasi dan umum serta pemberi rekomendasi:

- a. Penyusunan rencana strategi komunikasi dan hubungan masyarakat BAZNAS Kabupaten/Kota.
- b. Pelaksanaan strategi komunikasi dan hubungan masyarakat BAZNAS Kabupaten/Kota.
- c. Pengadaan pencatatan, pemeliharaan, pengendalian dan pelaporan asset BAZNAS Kabupaten/Kota.
- d. Pemberian rekomendasi pembukaan perwakilan LAZ berskala Provinsi di Kabupaten/Kota.

Bidang pengumpulan melaksanakan pengelolaan pengumpulan zakat dengan menyelenggarakan:

- a. Penyusunan strategi pengumpulan zakat.
- b. Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan data muzakki.
- c. Pelaksanaan dan pengendalian pengumpulan zakat.
- d. Pelaksanaan kampanye zakat.
- e. Pelaksanaan pelayanan muzaki.
- f. Pelaksanaan evaluasi pengelolaan pengumpulan zakat.
- g. Penyusunan pelaporan dan pertanggung jawaban pengumpulan zakat.

- h. Pelaksanaan penerimaan dan tindak lanjut complain atas layanan muzaki dan,
- i. Koordinasi pelaksanaan pengumpulan zakat tingkat Kabupaten/Kota.

Bidang pendistribusian melaksanakan pengelolaan pendistribusian dengan menyelenggarakan:

- a. Penyusunan strategi pendistribusian.
- b. Pelaksanakan pengelolaan dan pengembangan data mustahik.
- c. Pelaksanaan pengendaliann pendistribusian zakat.
- d. Menyusun rancangan keputusan tentang mustahik yang menerima zakat dan lainnya.
- e. Melaksanakan penyaluran dana zakat dan lainnya sesuai dengan keputusan yang ditetapkan.
- f. Penyusunan pelaporan dan pertanggung jawaban pendistribusian.
- g. Pelaksanakan evaluasi pengelolaan pendistribusian zakat.
- h. Koordinasi pelaksanaan pendistribusian zakat tingkat Kabupaten/Kota.

Bidang Pendayagunaan melaksanakan pengelolaan pendayagunaan zakat dengan menyelenggarakan fungsi:

- a. Menyusunan strategi pendayagunaan zakat.
- b. Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan data mustahik.

- c. Pelaksanaan dan pengendalian pendayagunaan zakat.
- d. Pelaksanaan evaluasi pengelolaan pendayagunaan zakat.
- e. Penyusunan pelaporan dan pertanggung jawaban pendayagunaan zakat.
- f. Menyalurkan dana produktif pada mustahil.
- g. Mencatat dana produktif yang telah di dayagunakan dan menyerahkan tanda bukti peerimaan kepada bendahara.
- h. Menyiapkan bahan laporan penyaluran dana zakat dan lainnya untuk usaha produktif.

1.2 Analisa Deskriptif

1.2.1 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 3

Karakteristik	Jumlah (orang)	Presentase %
Laki-laki	32	40%
Perempuan	48	60%
Total	80	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 terlihat bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 responden (40%) dan perempuan sebanyak 48 responden (60%). Hasil penelitian ini menunjukkan responden berjenis kelamin perempuan lebih dominan dari pada responden berjenis kelamin laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 4

Usia	Jumlah (orang)	Presentase (%)
20-29 Tahun	7	8,80%
30-39 Tahun	31	38,80%
40-49 Tahun	26	32,50%
>50 Tahun	16	20%
Total	80	100%

Berdasarkan Tabel 4.4 terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia 20-29 tahun berjumlah 7 orang (8,8%), responden yang berusia 30-39 tahun berjumlah 31 orang (38,8%), responden yang berusia 40-49 tahun berjumlah 26 orang (32,5%) dan usia lebih dari 50 tahun berjumlah 16 orang (20%). Hal ini menunjukkan bahwa responden berusia 30-39 lebih dominan karena pada saat penyebaran kuesioner

yang dilakukan, peneliti lebih banyak menjumpai responden yang berusia 30-39 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan jenis Pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 5

Pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
SD	14	17,5%
SMP	18	22,5%
SMA	43	53,8%
S1	5	6%
Total	80	100%

Berdasarkan Tabel 4.5 terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan Pendidikan SD berjumlah 14 orang (17,5%), responden yang berpendidikan SMP berjumlah 18 orang (22,5%), responden yang berpendidikan SMA berjumlah 43 orang (53,8%) dan berpendidikan S1 berjumlah 5 orang (6%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SMA lebih dominan karena pada saat penyebaran kuesioner yang dilakukan, peneliti lebih banyak menjumpai responden yang berpendidikan SMA.

1.3 Jawaban Responden

1. Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan Zakat

Distribusi jawaban responden tentang variabel pengetahuan zakat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6

Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan Zakat

Jawaban	X1.1		X1.2		X1.3		X1.4		X1.5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
STS	0	0	1	1,3	0	0	0	0	0	0
TS	0	0	9	11,3	3	3,8	1	1,3	1	1,3
N	9	11,3	15	18,8	17	21,3	20	25	30	37,5
S	45	56,3	36	45	33	41,3	40	50	39	48,8
SS	26	32,5	19	23,8	27	33,8	19	23,8	10	12,5
Total	80	100	80	100	80	100	80	100	80	100
Mean	4,21		3,79		4,05		3,96		3,72	

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa X1.1 responden menjawab 32,5% sangat setuju, 56,3% responden menjawab setuju, 11,3% responden menjawab netral. Pada tanggapan pernyataan X1.2 responden menjawab 23,8% sangat setuju, 45% responden menjawab setuju, 18,8% responden menjawab netral, 11,3% responden menjawab tidak setuju, dan 1,3% responden menjawab sangat tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X1.3 responden menjawab 33,8% sangat setuju, 41,3% responden menjawab setuju,

21,3% responden menjawab netral, 3,8% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X1.4 responden menjawab 23,8% sangat setuju, 50% responden menjawab setuju, 25% responden menjawab netral, dan 1,3% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X1.5 responden menjawab 12,5% sangat setuju, 48,8% responden menjawab setuju, 37,5% responden menjawab netral, dan 1,3% responden menjawab tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa BAZNAS Kabupaten Pati memerhatikan pengetahuan zakat para muzakki.

2. Distribusi Jawaban Responden Variabel Sosialisasi

Distribusi jawaban responden tentang variabel sosialisasi dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4. 7
Distribusi Jawaban Responden Variabel Sosialisasi

Jawaban	X2.1		X2.2		X2.3		X2.4		X2.5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
STS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TS	1	1,3	4	5	1	1,3	5	6,3	8	10
N	36	45	17	21,3	39	48,8	42	52,5	43	53,8
S	38	47,5	47	58,8	31	38,8	28	35	26	32,5
SS	5	6,3	12	15	9	11,3	5	6,3	3	3,8
Total	80	100	80	100	80	100	80	100	80	100
Mean	3,59		3,84		3,6		3,41		3,3	

Berdasarkan Table 4.7 diatas menunjukkan bahwa untuk tanggapan pernyataan X2.1 responden menjawab 6,3% sangat setuju, 47,5% responden menjawab setuju, 45% responden menjawab netral dan 1,3% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X2.2 responden menjawab 15% responden menjawab sangat setuju, 58,8% responden menjawab setuju, 21,3% responden menjawab nertal, dan 5% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X2.3 responden menjawab 11,3% sangat setuju, 38,8% responden menjawab setuju, 48,8% responden menjawab netral, dan 1,3% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X2.4 responden menjawab 6,3% sangat setuju, 35% responden menjawab setuju, 52,5% responden menjawab netral, dan 6,3% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X2.5 responden menjawab 3,8% sanagat setuju, 32,5% responden menjawab setuju, 53,8% responden menjawab netral, dan 10% responden menjawab tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa responden banyak yang menyatakan netral pada pernyataan mengenai sosialisasi. Hal ini menunjukkan bahwa BAZNAS Kabupaten Pati dalam mensosialisasi zakat belum optimal.

3. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan

Distribusi jawaban responden tentang variabel kepercayaan dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4. 8
Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan

Jawaban	X3.1		X3.2		X3.3		X3.4		X3.5		X3.6		X3.7	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
STS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TS	1	1,3	5	6,3	2	2,5	7	8,8	5	6,3	9	11,3	3	3,8
N	37	46,3	32	40	34	42,5	21	26,3	28	35	30	37,5	29	36,3
S	32	40	34	42,5	32	40	43	53,8	35	43,8	30	37,5	40	50
SS	10	12,5	9	11,3	12	15	9	11,3	12	15	11	13,8	8	10
Total	80	100	80	100	80	100	80	100	80	100	80	100	80	100
Mean	3,64		3,59		3,68		3,68		3,68		3,54		3,66	

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa X3.1 responden menjawab 12,5% sangat setuju, 40% responden menjawab setuju, 46,3% responden menjawab netral, 1,3% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X3.2 responden menjawab 11,3% sangat setuju, 42,5% responden menjawab setuju, 40% responden menjawab netral, 6,3% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X3.3 responden menjawab 15% sangat setuju, 40% responden menjawab setuju, 42,5% responden menjawab netral, dan 2,5 % responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X3.4 responden menjawab 11,3% sangat setuju, 53,8% responden menjawab setuju, 26,3% responden menjawab netral, dan 8,8% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X3.5

responden menjawab 15% sangat setuju, 43,8% responden menjawab setuju, 35% responden menjawab netral, dan 6,3% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X3.6 responden menjawab 13,8% sangat setuju, 37,5% responden menjawab setuju, 37,5% responden menjawab netral, dan 11,3% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan X3.7 responden menjawab 10% sangat setuju, 50% responden menjawab setuju, 36,3% responden menjawab netral, dan 3,8% responden menjawab tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang menyatakan sangat setuju dan tidak setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa muzakii dalam membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Pati melihat kepercayaan terhadap Lembaga tersebut.

4. Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat Membayar Zakat

Distribusi jawaban responden tentang variabel minat membayar zakat dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4. 9

Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat Membayar Zakat

Jawaban	Y1		Y2		Y3	
	N	%	N	%	N	%
STS	0	0	0	0	0	0
TS	7	8,8	4	5	2	2,5
N	33	41,3	33	41,3	36	45

S	32	40	36	45	37	46,3
SS	8	10	7	8,8	5	6,3
Total	80	100	80	100	80	100
Mean	3,51		3,58		3,56	

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa pernyataan Y1 responden menjawab 10% sangat setuju, 40% responden menjawab setuju, 41,3% responden menjawab netral, dan 8,8% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan Y2 responden menjawab 8,8% sangat setuju, 45% responden menjawab setuju, 41,3% responden menjawab netral, dan 5% responden menjawab tidak setuju. Pada tanggapan pernyataan Y3 responden menjawab 6,3% sangat setuju, 46,3% responden menjawab setuju, 45% responden menjawab netral, dan 2,5% responden menjawab tidak setuju. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa banyak responden yang menjawab sangat setuju dan setuju pada minat membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Pati.

1.4 Uji Kelayakan Data

1.4.1 Uji Validitas

Kriteria daftar pertanyaan untuk bisa dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} atau

dengan signifikansi 0,05. Untuk mengetahui r_{hitung} peneliti menggunakan SPSS 24.0 sedangkan untuk mengetahui r_{tabel} peneliti mencari dari tabel (terlampir) dengan mengetahui terlebih dahulu derajat kebebasannya. Adapun rumus derajat kebebasan (*degree of freedom*) dalam penelitian ini adalah jumlah responden dikurangi 2 ($df = n-2$). Diketahui jumlah n adalah 95 sampel, sehingga besarnya df adalah $80 - 2 = 88$ dengan alpha 0,05 (5%). Maka didapat r_{tabel} 0,2199. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 10
Uji Validitas

Variabel	Item pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	R_{tabel}	Keterangan
Pengetahuan Zakat	X1.1	0,734	O, 2199	Valid
	X1.2	0,848	O, 2199	Valid
	X1.3	0,849	O, 2199	Valid
	X1.4	0,823	O, 2199	Valid
	X1.5	0,788	O, 2199	Valid
Sosialisasi	X2.1	0,683	O, 2199	Valid
	X2.2	0,778	O, 2199	Valid
	X2.3	0,743	O, 2199	Valid
	X2.4	0,890	O, 2199	Valid
	X2.5	0,881	O, 2199	Valid
Kepercayaan	X3.1	0,785	O, 2199	Valid
	X3.2	0,788	O, 2199	Valid
	X3.3	0,841	O, 2199	Valid
	X3.4	0,828	O, 2199	Valid
	X3.5	0,869	O, 2199	Valid
	X3.6	0,803	O, 2199	Valid
	X3.7	0,742	O, 2199	Valid
Minat	Y1	0,872	O, 2199	Valid
	Y2	0,822	O, 2199	Valid
	Y3	0,857	O, 2199	Valid

Sumber data primer yang diolah Tahun 2019

Berdasarkan data yang sudah dilakukan pengolahan diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan adalah valid karena setiap item memiliki nilai korelasi r_{hitung} diatas r_{tabel} yaitu sebesar 0,2199.

1.4.2 Uji Reabilitas

Analisis uji reabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang bebas dari kesalahan. Pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS 24.0, dimana dalam mengukur reabilitas disini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha (α)*, yang mana suatu variabel dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha (α)* lebih dari 0,60. Adapun hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 11
Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach alpha Coefficient (α)	Keterangan
<i>Pengetahuan Zakat (X1)</i>	0,864	Reliabel
<i>Sosialisasi (X2)</i>	0,856	Reliabel
<i>Kepercayaan (X3)</i>	0,911	Reliabel
<i>Minat (Y)</i>	0,805	Reliabel

Sumber data primer yang diolah Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.11 diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan diatas reliabel karena setiap item memiliki nilai *Cronbach Alpha Coefficient (α)* lebih dari 0,60. Selanjutnya

item-item dalam setiap variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

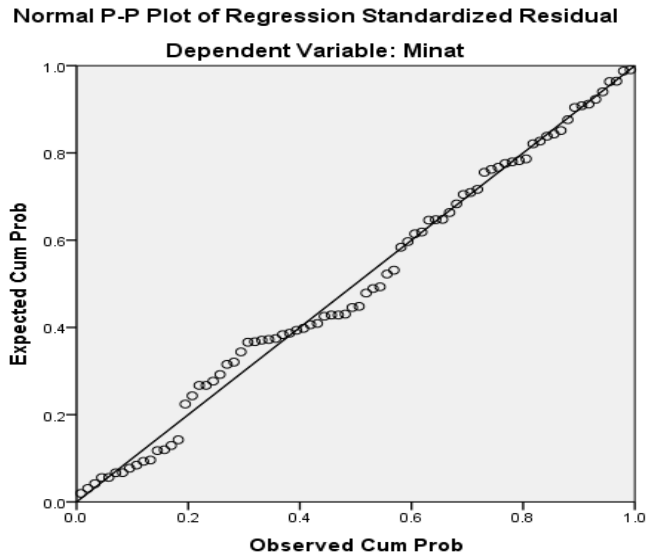
1.5 Uji Asumsi Klasik

1.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam residual data dari model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak. Dalam pengujian normalitas menggunakan uji grafik (P. Plot) yang berupa titik-titik pada garis diagonal seperti pada gambar dibawah ini:

Gambar 4. 1

Uji Normalitas



Sumber data primer yang diolah Tahun 2019

Hasil kurva *normal probability plot* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik terhimpit dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan data yang sudah diolah terdistribusi dengan normal dan atau bisa diasumsikan bahwa uji normalitas dapat diterima.

Sedangkan uji normalitas dengan menggunakan uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12
Uji Normalitas Kolmogrov-Smirov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32977280
	Most Extreme Absolute Differences	.065
	Positive	.065
	Negative	-.064
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber data primer yang diolah Tahun 2019

Dari table 4.12 terlihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar $0,200 > 0,05$. Dengan demikian berdasarkan kriteria pengujian maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran data telah terdistribusi dengan normal.

1.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4. 13
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.678	1.197		.567	.573		
Pengetahuan Zakat	.200	.054	.342	3.685	.000	.788	1.269
Sosialisasi	.214	.069	.321	3.098	.003	.635	1.574
Kepercayaan	.087	.046	.208	1.915	.059	.579	1.728

a. Dependent Variable: Minat

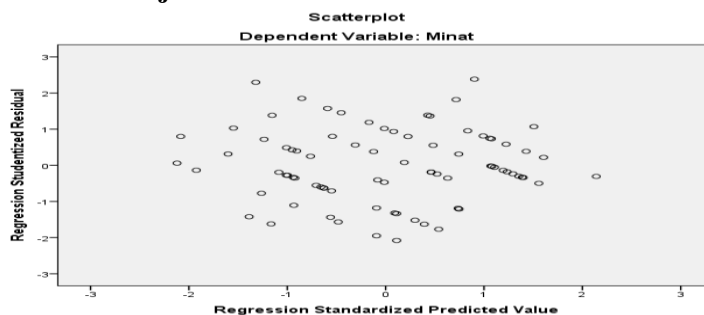
Sumber data primer yang diolah Tahun 2019

Berdasarkan table 4.13 diatas terlihat hasil perhitungan nilai *tolerance* variabel Pengetahuan Zakat adalah 0,788 Sosialisasi adalah 0,635 dan Kepercayaan adalah 0,579 sedangkan nilai VIF untuk pengetahuan sebesar 1,269 sosialisasi adalah 1,574 dan kepercayaan adalah 1,728. Dengan demikian berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai *tolerance* lebih dari 0,1 ($>0,1$) dengan nilai VIF kurang dari 10 (>10), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terlihat adanya gejala multikolinieritas antar bebas dalam model regresi.

1.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4. 2
Uji Heteroskedastisitas ScatterPlot



Sumber data primer yang diolah Tahun 2019

Gambar 4.2 scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu X (vertical) dan sumbu Y (horizontal). Hal ini berarti tidak terjadi adanya heterokedastisitas pada model regresi.

Selain model uji scatterplot, pada uji heteroskedastisitas juga dilakukan model uji glejser agar lebih akurat, hasil uji glejser dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 14

Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.784	.683		2.612	.011
Pengetahuan Zakat (X1)	.048	.031	.192	1.547	.126
Sosialisasi (X2)	-.060	.039	-.209	-1.515	.134
Kepercayaan (X3)	-.024	.026	-.134	-.924	.358

a. Dependent Variable: Res_2

Berdasarkan table 4.14 diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Zakat mempunyai nilai

signifikansi 0,126, variabel Sosialisasi memiliki nilai signifikansi 0,134 dan variable Kepercayaan memiliki nilai signifikansi 0,358. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji metode glejser ini tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi variable Pengetahuan Zakat sebesar $0,126 > 0,05$ variabel Sosialisasi $0,134 > 0,05$ dan variable Kepercayaan sebesar $0,358 > 0,05$.

1.6 Analisis Regresi Berganda

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu pengetahuan zakat, sosialisasi dan religiusitas terhadap variabel dependen yaitu Minat membayar zakat *Tijarah*. Nilai koefisien regresi berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 15
Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.678	1.197		.567	.573
Pengetahuan Zakat X1	.200	.054	.342	3.685	.000
Sosialisasi X2	.214	.069	.321	3.098	.003
Kepercayaan X3	.087	.046	.208	1.915	.059

a. Dependent Variable: Minat membayar Zakat Y

Sumber data primer yang diolah Tahun 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas, maka dapat dirumuskan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + e$$

$$Y = 0,678 + 0,200X_1 + 0,214X_2 + 0,087X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linier diatas mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi *impulse buying*, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstan sebesar 0,678. Artinya jika variabel pengetahuan zakat, sosialisasi, dan kepercayaan tidak dimasukkan ke dalam penelitian, maka tingkat minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati masih tetap bernilai 0,678. Hal ini dikarenakan ada pengaruh lain selain variabel variabel pengetahuan zakat, sosialisasi, dan kepercayaan.
- b. Koefisien regresi pada variabel pengetahuan zakat (X_1) sebesar 0,200 adalah positif. Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel pengetahuan zakat mengalami kenaikan 1%, maka minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati akan mengalami peningkatan sebesar 0,200 dan semakin tinggi pengetahuan zakat maka akan semakin tinggi juga perilaku minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.
- c. Koefisien regresi pada variabel sosialisasi (X_2) sebesar 0,214. Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap

dan variabel religiusitas mengalami kenaikan 1%, maka minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati akan mengalami peningkatan sebesar 0,214.

- d. Koefisien regresi pada variabel kepercayaan (X3) sebesar 0,087. Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel religiusitas mengalami kenaikan 1%, maka minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati akan mengalami peningkatan sebesar 0,087.

1.7 Uji Hipotesis

1.7.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel terikat. Koefisien determinasi berfungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel pengetahuan zakat, sosialisasi dan kepercayaan terhadap variabel dependen yaitu minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Hasil penelitian koefisien determinasi dapat dilihat dengan tabel dibawah ini:

Tabel 4. 16
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.483	.463	1.35576

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan X3, Pengetahuan Zakat X1, Sosialisasi X2

Sumber data primer yang diolah Tahun 2019

Berdasarkan table 4.16 diatas dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi *R Square* adalah sebesar 0,483 atau 48,3 % *R Square* berkisar pada angka 1 – 0. Dengan catatan semakin besar angka *R Square* maka akan semakin kuat hubungan dari ketiga variabel dalam model regresi. Sedangkan sisanya (100% - 48,3 % = 51,7 %) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Standard Error of Estimated (SEE) artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. *Nilai Standard Error of Estimatenya* 1.355. Semakin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

1.7.2 Uji F

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 5 % dan derajat bebas (degree of freedom) $df_1 = k = 3$ dan $df_2 = n - k - 1 = 80 - 3 - 1 = 76$ diperoleh angka 2,72. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 17**Uji F****ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	130.505	3	43.502	23.667	.000 ^b
Residual	139.695	76	1.838		
Total	270.200	79			

a. Dependent Variable: Minat Y

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan X3, Pengetahuan Zakat X1, Sosialisasi X2

Sumber data primer yang diolah Tahun 2019

Berdasarkan hasil dari table 4.17 diatas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah 23,667 lebih besar dari pada 2,72 (F_{tabel}) dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,667 > 2,72$). Maka dapat disimpulkan jika variabel Pengetahuan zakat, Sosialisasi dan Kepercayaan jika diuji secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap perilaku Minat Membayar zakat.

1.7.3 Uji t

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel

independen terhadap variabel dependen. Diketahui bahwa t_{tabel} untuk derajat bebas (degree of freedom) $df = n - k - 1 = 80 - 3 - 1 = 76$ dengan tingkat signifikansi (α) = 5% maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,99. Hasil Uji Parsial (Uji t) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 18

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.678	1.197		.567	.573
pengetahuan zakat x1	.200	.054	.342	3.685	.000
sosialisasi x2	.214	.069	.321	3.098	.003
kepercayaan x3	.087	.046	.208	1.915	.059

a. Dependent Variable: Minat membayar Zakat y

Sumber data primer yang diolah Tahun 2019

Berdasarkan hasil uji parsial pada table 4.18 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Uji t variabel Pengetahuan Zakat

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H0 = tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Pengetahuan Zakat terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

H1 = terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Pengetahuan Zakat terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

Variabel pengetahuan zakat memiliki t_{hitung} sebesar 3,685 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,99. Dengan demikian nilai t_{hitung} 3,685 > t_{tabel} 1,99 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan zakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Jadi H0 di tolak dan H1 diterima artinya bahwa variabel Pengetahuan Zakat secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

2. Uji t variabel Sosialisasi

H0 = tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Sosialisasi terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

H1 = terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Sosialisasi terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

Variabel Sosialisasi memiliki t_{hitung} sebesar 3,098 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,99. Dengan demikian nilai t_{hitung} 3,098 > nilai t_{tabel} 1,99 dan tingkat signifikansi sebesar 0,003 > 0,05. Hal ini menunjukkan variabel Sosialisasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Jadi H0 di tolak dan H1 diterima artinya bahwa variabel Sosialisasi secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

3. Uji t variable Kepercayaan

H0 = tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Kepercayaan terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

H1 = terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Kepercayaan terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

Variabel Kepercayaan memiliki t_{hitung} sebesar 1,915 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,99. Dengan demikian nilai t_{hitung} $1,915 < \text{nilai } t_{tabel}$ 1,99 dan tingkat signifikansi sebesar $0,059 > 0,05$. Hal ini menunjukkan variabel Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Jadi H_0 di terima dan H_1 ditolak artinya bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap Minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

1.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 80 responden dengan menyebarkan kuesioner kepada para pedagang di Pasar Bulumanis untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan zakat, sosialisasi dan kepercayaan, sedangkan variabel dependennya adalah minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Pada uji validitas menunjukkan bahwa hasil kuesioner yang telah tersebar dinyatakan valid karena semua item memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada uji reabilitas koefisien

lebih besar dari 0,60 maka semua pertanyaan dinyatakan reabel.

Nilai R-Square pada uji koefisien determinasi sebesar 0,483, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan zakat (X1), sosialisasi (X2), dan kepercayaan (X3) memiliki nilai 48,3% terhadap variabel minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati (Y). sedangkan $(100\% - 48,3\% = 51,7\%)$ merupakan faktor lain yang berpengaruh. Berdasarkan hasil penelitian pada uji F, diketahui bahwa terdapat pengaruh simultan antara variabel independen (pengetahuan zakat, sosialisasi, dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati) dengan nilai $F_{hitung} 23,667 > F_{tabel} 2,72$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Selanjutnya secara parsial (uji t) penelitian ini menyatakan bahwa variabel pengetahuan zakat dan sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Sedangkan variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

1. Pengaruh pengetahuan zakat terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

Hasil uji hipotesis sesuai dengan nilai t hitung dan t tabel yaitu t_{hitung} sebesar sedangkan t_{tabel} sebesar 1,99. Dengan demikian nilai t_{hitung} 3,685 > t_{tabel} 1,99 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Pengetahuan Zakat merupakan factor penting dalam meningkatkan minat membayar Zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Semakin tinggi pengetahuan zakat maka muzakki akan semakin berminat membayar Zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yulinda Isnaini (2018) dan Intan Suri Mahardika Pertiwi (2018). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

2. Pengaruh sosialisasi terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

Pada hasil uji hipotesis variabel religiusitas memiliki t_{hitung} sebesar 3,098 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,99. Dengan demikian nilai t_{hitung} 3,098 < nilai t_{tabel} 1,99 dan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Hal ini menunjukkan variabel religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isya Rahmawati Kusuma (2017) dan Hijrah Romidatun (2016). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Sosialisasi berpengaruh Positif dan signifikan terhadap minat Zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

Pada hasil uji hipotesis variabel Kepercayaan memiliki t_{hitung} sebesar 1,915 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,99. Dengan demikian nilai t_{hitung} 1,915 < nilai t_{tabel} 1,99 dan tingkat signifikansi sebesar $0,059 > 0,05$. Hal ini menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

Hasil ini berbeda dengan penelitian Muhammad Yunus (2016) dan Intan Suri Mahardika (2018). Hasil

dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh di penelitian ini tidak signifikan terhadap minat Zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.

Tabel 4. 19

Ringkasan Hasil Penelitian

No	Variabel	Hasil
1	Pengetahuan zakat	Pengetahuan zakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat <i>Tijarah</i> di BAZNAS Kabupaten Pati
2	Sosialisasi	Sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat <i>Tijarah</i> di BAZNAS Kabupaten Pati
3	Kepercayaan	Kepercayaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat membayar zakat <i>Tijarah</i> di BAZNAS Kabupaten Pati

BAB V

PENUTUP

1.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian teoritis dan penelitian yang telah dilakukan dalam penulisan skripsi yang berjudul Pengaruh pengetahuan zakat, sosialisasi dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Maka secara garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Artinya semakin tinggi pengetahuan zakat maka akan semakin tinggi pula minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Ditunjukkan dengan nilai B sebesar 0,200 pada tingkat signifikan 0,000.
2. Variabel Sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Artinya semakin tinggi sosialisasi maka akan semakin tinggi pula minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Ditunjukkan dengan nilai B sebesar 0,214 pada tingkat signifikan 0,003.

3. Variabel kepercayaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati. Ditunjukkan dengan nilai B sebesar 0,087 pada tingkat signifikan 0,059.

1.2 KETERBATASAN PENELITIAN

1. Masih kecilnya nilai R-square sehingga masih terdapat faktor-faktor lain yang menjelaskan sebab-sebab seorang berminat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.
2. Variable kepercayaan yang tidak signifikan untuk dijadikan variabel yang dapat mempengaruhi minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.
3. Kurang khusus atau kurang spesifik dalam pemilihan sampel yang dilakukan dalam penelitian.

1.3 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Bagi BAZNAS Kabupaten Pati diharapkan untuk meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat umum

sebab dengan adanya sosialisasi menambah wawasan masyarakat agar pengetahuan tentang pengelolaan zakat di BAZNAS Kabupaten Pati itu sendiri dan juga meningkatkan tingkat kepercayaan agar minat membayar zakat di BAZNAS bertambah.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi minat membayar zakat *Tijarah* di BAZNAS Kabupaten Pati.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel dan memperluas wilayah penelitian sehingga dapat diperoleh hasil penelitian dengan tingkat generalisasi yang tinggi.
4. Hasil penelitian ini sekiranya dapat dijadikan acuan bagi penelitian lain untuk mengembangkan maupun mengoreksi dan melakukan perbaikan seperlunya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad al-Banjari Muhammad. 1998, *Kitab Sabibal Muhtadin*, Suarabaya: Bina Ilmu,
- Azhar Basyir Ahmad. 1997, *Hukum Zakat*, Cet I, Yogyakarta: Majelis Pustaaka Pimpinan Muhammadiyah
- Azwar, Saiffudin. 1997. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Badri, Sutrisno. 2012. *Metode Statistika untuk Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Baihaqi, A.K. 1997, *Fiqh Ibadah*, Bandung: Karisma
- Bakhtiar Amsal. 2005, *Filsafat Ilmu*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Departemen Agama Republik Indonesia, 2009. *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung: Sygma,
- Dyah Budiastuti, Agustinus Bandur. 2018, *Validitas dan Reabilitas Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Fauzi Muchamad. 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, Semarang: Walisongo Press
- Gunawan Iman. 2016, *“Pengantar Statistik Inferensial”*, Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Hafidhuddun Didin. 2002, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, Jakarta: Gema Insani Press

- Hamid Habbe K Abdul. 2011, *Faktor Determinan Motivasi Membayar Zakat*,
- Hengky Latan, Selva Temalagi. 2013, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung: Alfabeta
- Ismail Nawawi, 2013, *Isu-isu Ekonomi Islam*, Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya,
- J. Dwi Narwoko, dkk. 2010, *Sosiologi Teks Pengantar Dan Terapan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Edisi Keempat, Januari
- Ja'far Muhammad.2003, *Tuntutan Ibadah Zakat, Puasa, dan Haji*, Jakarta: Kalam Mulia
- Lupiyoadi, Rambat dan Ridho B. Ikhsan. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Majah Ibnu. 2000, Riyadh: Dar el Salam
- Mappiare Andi. 1997, Psikologi Remaja, Surabaya: Usaha Nasional
- Morissan, 2016. Metode Penelitian Survei. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri
- Muhammad al-Jamal Ibrahim. 1986, *Fiqh al-Mar'ah al-Muslimah*, Terjemahan. AnshorinUmar Sitanggal, "Fiqih Wanita", Semarang: CV. Asy-Syifa

- Muhammad bin Abdullah Ibnu al ‘Arabi. 2003, *Ahkam al Qur’an*, Beirut-Libanon: Dar al Kutub al Ilmiyah
- Muhammad bin Jarir al Thabari 1995, *Jami’ al Bayan ‘anTa’wil Aayi al Qur’an*, jilid 2. Beirut-Libanon: Dar all Fikr
- Murtadha Muthahhari Ayatollah. 2010, ‘*Pengantar Epistimologi Islam*’, Jakarta: Shadra Press
- Pangestu Itaq. 2016, *Analisis dalam faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Muzakki Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang*. Skripsi:
- Rahmawati Kusuma Isya. 2017, *Pengaruh Religiusitas dan Sosialisasi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lembaga Manajemen Infaq Blitar*, Skripsi: IAIN Tulungagung
- Riyanto, Uka Wikarya. 2018, *Statistika Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sabiq Sayyid. 2006, *Fiqhus Sunnah*, Jakarta: Pena Pundi Aksara
- Sadirman. 2003, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Slameto. 2004, *Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Perekonomian di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syarbani Syahrial, Fatkhuri. 2016, Teori Sosiologi Suatu Pengantar, Bogor: Ghalia Indonesia

Syofyan Siregar 2012, Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, Jakarta: Rajawali

Taufiq Amir M. 2005, Dinamika Pemasaran, Jakarta; Raja Grafindo Persada

UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

Wahbah Az-Zuhaily, Zakat: Kajian Berbagai Madzhab, terj. Agus Effendi dan Bahruddin Fanany,

Widarjono Agus, Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS dan SMARTPLS, Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsir Al-Quran, dan Terjemahannya. 1989, Jakarta: DEPAG

Yuliardi, Ricki dan Zuli Nuraeni. Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS. Yogyakarta: Innosain.

Zulganef. 2013, Metode Penelitian Sosial dan Bisnis, Yogyakarta: Graha Ilmu

JURNAL

Azy Athoillah Yazid, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam menunaikan Zakat di Nurul Hayat Cabang Jember*, Jurnal; Economic, Vol.8, No.2, 2017

Fariz Ramadhan dan I Made Jatra, *Pengaruh Impulse Buying dan Frekuensi Kunjungan terhadap Niat Pembelian pada Situs Tokopedia di Kota Denpasar*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 2, 2018

<http://simbi.kemenag.go.id/pustaka/images/materibuku/panduan%20penyuluhan%20zakat-2013.pdf>, diakses pada 16 Oktober 2019

Mukhlis Muhammad Nur, Zufahmi, *Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan, Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe*, Jurnal; Ekonomi Regional Unimal, Vol 1 No 3 Desember 2018.

Reza Pahlevi Dalimunthe, *Amanah dalam Perspektif Hadis*, Jurnal: Diroyah, Vol.1 No.1 September 2016.

Sa'adah, Metode, Bimbingan dan Penyuluhan Islam, Pemberdayaan Perempuan, http://eprints.walisongo.ac.id/3455/3/091111088_Bab2.pdf diakses pada 17 Oktober 2019.

Uud Wahyudi, *Sosialisasi Zakat Untuk Menciptakan Kesadaran Berzakat Umat Islam*, Jurnal: Masyarakat dan Filantropi Islam, Vol 1 No. 1 November 2018.

Wahab Zaenuri dkk., *Membangun Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut Produk Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Pada Bank Syariah*, Semarang: Puslit IAIN Walisongo.

Warno, Zumrotun Nafiah, 2018, *Pengaruh Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak*

Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan (Study Kasus Pada Kecamatan Candisari Kota Semarang 2016), Semarang, Jurnal STIE SEMARANG VOL 10, No.1, Edisi Februari 2018 (ISSN-2085-5656. E-ISSN 2232-826)

LAMPIRAN

lampiran 1 kuesioner

KUESIONER

**PENGARUH PENGETAHUAN ZAKAT, SOSIALISASI DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MEMBAYARAN ZAKAT
TIJARAH DI BAZNAS KABUPATEN PATI
(studi para pedagang pasar di Kabupaten Pati)**

A. Identitas Diri

Mohon dengan hormat kesediaan saudara untuk mengisis data responden di bawah ini:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : di bawah 20 tahun 20- 29 tahun
 30-39 tahun 40-49 tahun
 50 tahun ke atas
4. Pendidikan Terakhir : SD/MI SMA/MA/Sederajat
 SMP/MTS/Sederajat Sarjana

B. Petunjuk Pengisian Angket

Berilah tanda (√) pada kolom yang saudara pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Saya berharap saudara menjawab dengan jujur semua pertanyaan yang ada.

SS : Bila anda Sangat Setuju dengan pertanyaan tersebut.

S : Bila anda Setuju dengan pertanyaan tersebut.

N : Bila anda Netral dengan pertanyaan tersebut.

TS : Bila anda Tidak Setuju dengan pertanyaan tersebut.

STS : Bila anda Sangat Tidak Setuju dengan pertanyaan tersebut.

PENGETAHUAN ZAKAT

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengerti makna zakat <i>Tijarah</i> (Perdagangan) adalah mengeluarkan sebagian harta yang bertujuan membersihkan harta yang kita miliki.					
2.	Saya mengetahui bahwa zakat <i>Tijarah</i> (Perdagangan) diwajibkan bagi setiap muslim yang berdagang.					
3.	Saya membayar zakat <i>Tijarah</i> (perdagangan) karena perintah Allah SWT yang berlandaskan pada Al-quran, Hadis.					
4.	Saya membayar zakat karena saya mengetahui semua Syarat dan Rukun Zakat <i>Tijarah</i> (Perdagangan).					
5.	Saya mengetahui dan faham kadar Nishab Zakat <i>Tijarah</i> (Perdagangan).					

SOSIALISASI

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengetahui cara membayar zakat karena mendapatkan penyuluhan dari Petugas BAZNAS Kabupaten Pati					
2.	Saya mendengarkan ceramah dari kyai/tokoh masyarakat tentang zakat, agar saya mengetahui zakat.					
3.	Saya mendapatkan solusi tentang masalah zakat setelah saya mengikuti diskusi tentang zakat.					
4.	Saya mengikuti seminar zakat supaya saya mendapatkan masukan-masukan dari pemateri tentang permasalahan zakat					
5.	Website Baznas membantu saya dalam					

	mendapatkan informasi tentang zakat nasional					
--	--	--	--	--	--	--

KEPERCAYAAN

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Dana zakat yang terhimpun di BAZNAS Kabupaten Pati dikelola secara terbuka kepada masyarakat luas.					
2.	Amil zakat di BAZNAS Kabupaten Pati mengelola secara professional dan mampu berkomunikasi dengan baik dan sopan dalam melayani para <i>muzakki</i> .					
3.	Dalam memberikan segala informasi/berita BAZNAS Kabupaten Pati bersikap jujur kepada <i>muzakki</i> .					
4.	BAZNAS Kabupaten Pati melaksanakan tugasnya sesuai dengan visi, misi dan perencanaan.					
5.	BAZNAS Kabupaten Pati memberikan laporan keuangan secara jelas setiap penerimaan dan penyaluran dana zakat.					
6.	BAZNAS Kabupaten Pati memberikan layanan konsultasi kepada <i>muzakki</i> maupun masyarakat luas.					
7.	BAZNAS Kabupaten Pati menghormati dan menghargai semua pihak yang membutuhkan informasi dalam memenuhi keinginan <i>muzakki</i> .					

MINAT MEMBAYAR ZAKAT DI BAZNAS KABUPATEN PATI

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa senang membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Pati.					
2.	Saya berkeinginan membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Pati karena dikelola secara terbuka, amanah dan					

	professional.					
3.	Saya tertarik membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Pati karena saya mempunyai keyakinan bahwa membayar zakat melalui BAZNAS merupakan pilihan terbaik.					

lampiran 2 Daftar Identitas Responden Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	pendidikan	Usia	alamat	Penjual
1	Hidayat	laki-laki	SMA	30-39	Margoyoso	Kelontong
2	Sri Wahyuningsih	perempuan	SMA	20-29	Margoyoso	Kelontong
3	Jupri	laki-laki	SMA	>50	Margoyoso	Kelontong
4	Ahmad Khokim	laki-laki	SMA	30-39	Margoyoso	Kelontong
5	Susanti	perempuan	SMA	30-39	Margoyoso	Beras
6	Sri Lestari	perempuan	SMA	20-29	Bulumanis	Kelontong
7	Masriah	perempuan	SMA	30-39	Margoyoso	Makanan
8	Siti Syamsiyah	perempuan	SMA	40-49	Margoyoso	Kelontong
9	Yuliasuti	perempuan	SMA	40-49	Margoyoso	Makanan
10	Syaiful Ulum	laki-laki	SMA	20-29	Margoyoso	Makanan
11	Siswanto	laki-laki	SMA	20-29	Margoyoso	Makanan
12	Zumrotun	perempuan	SMA	30-39	Margoyoso	Sembako
13	Dwi Aryanti	perempuan	SMA	30-39	Margoyoso	Makanan
14	Sukaryati	perempuan	SMA	30-39	Margoyoso	Kelontong
15	Dwi Sofiana	perempuan	SMA	30-39	Cebolek	Sembako
16	Dedi Andriyanto	laki-laki	SMA	20-29	Margoyoso	Sembako
17	Hj. Hartini	perempuan	SMP	>50	Margoyoso	Pakaian
18	Sarminah	perempuan	SMP	>50	Bulumanis	Kelontong
19	H. Tarmiji	laki-laki	SMA	>50	Margoyoso	Sembako
20	Imam Zaenuri	laki-laki	SMA	30-39	sekarjalak	Sembako
21	Sumiyati	perempuan	SD	>50	Waturoyo	Kelontong
22	Angreini	perempuan	S1	30-39	Waturoyo	Konveksi
23	Karsini	perempuan	SD	>50	sekarjalak	Beras
24	Sarminah	perempuan	SD	>50	Margoyoso	Sayuran
25	Hariyanti	perempuan	S1	30-39	sekarjalak	Beras
26	Nisfatin	perempuan	SD	>50	Bulumanis	Bumbu
27	Sukarmisih	perempuan	SD	>50	Bulumanis	Sepatu

28	Siti Rubiah	perempuan	SMP	40-49	Bulumanis	Konveksi
29	Sudarno	laki-laki	SMP	40-49	Bulumanis	Sembako
30	Supardi	laki-laki	SMA	40-49	Margoyoso	Sembako
31	M. Rasyid	laki-laki	SMA	40-49	Kajen	Alat PRT
32	Juwari	laki-laki	SMA	40-49	Kajen	Beras
33	Susilowati	perempuan	SMA	40-49	Kajen	Bumbu
34	Diah Larasati	perempuan	SMA	40-49	Kajen	Pakaian
35	M. Asyar	laki-laki	S1	30-39	Kajen	Konveksi
36	Lastri	perempuan	S1	30-39	Waturoyo	Pakaian
37	Lutfi Hakim	laki-laki	SMA	30-39	Kajen	Sembako
38	Sri Harfuatun	perempuan	SMA	30-39	Waturoyo	Sembako
39	Ainur Rochmawanti	perempuan	SMA	30-39	Waturoyo	kelontong
40	Rubiyani	perempuan	SMA	30-39	Margoyoso	sembako
41	Basirun	laki-laki	SMA	30-39	Cebolek	aksesoris
42	Sugiyarto	laki-laki	SMA	30-39	Cebolek	kelontong
43	Siswanto	laki-laki	SMA	40-49	Bulumanis	kelontong
44	Ali Ichwan	laki-laki	SMA	40-49	Bulumanis	sembako
45	Saad	laki-laki	SMA	40-49	Bulumanis	kelontong
46	Suparti	perempuan	SMA	40-49	sekarjalak	pisang
47	Nur Bayati	perempuan	SMP	>50	sekarjalak	pisang
48	Siti Munawaroh	perempuan	SMP	>50	sekarjalak	tembakau
49	Istiqomah	perempuan	SMA	>50	Cebolek	pisang
50	Sukarni	perempuan	SD	>50	Cebolek	pisang
51	Suntari	perempuan	SMP	>50	Cebolek	Buah
52	Musyarofah	perempuan	SMP	30-39	Margoyoso	Alat PRT
53	Sujono	laki-laki	SD	30-39	margotuhu	gerabah
54	Matkusen	laki-laki	SD	30-39	pangkalan	Alat PRT
55	Indah	perempuan	SMP	30-39	pangkalan	pakaian
56	Muntamah	perempuan	SMP	30-39	margotuhu	aksesoris

57	Zumrotun	perempuan	SMP	40-49	Margoyoso	pakaian
58	Sukarwi	laki-laki	SMP	40-49	Waturoyo	gerabah
59	Jaswadi	laki-laki	SD	>50	Cebolek	pakaian
60	Ali Fuadi	laki-laki	SD	>50	Kajen	pakaian
61	Didik Yudanto	laki-laki	SMP	40-49	Margoyoso	pakaian
62	Romli	laki-laki	SMA	30-39	Cebolek	Per. Rumah Tangga
63	Mat	laki-laki	SMA	30-39	Waturoyo	pakaian
64	Sujarwo	laki-laki	SMP	30-39	Bulumanis	plastik
65	Enik	perempuan	SMP	30-39	Kajen	Pakaian
66	Suyati	perempuan	SMP	40-49	sekarjalak	makanan
67	Umi Zaynah	perempuan	SMP	40-49	Bulumanis	pakaian
68	Endah Rukayatun	perempuan	SMP	40-49	Bulumanis	kelontong
69	Ariyanti	perempuan	SMA	20-29	sekarjalak	kelontong
70	Ali Fuadi	laki-laki	SMA	20-29	pangkalan	pakaian
71	Rahman Saleh	laki-laki	SD	40-49	Bulumanis	pakaian
72	Sumarni	perempuan	SD	40-49	Kajen	Sembako
73	Nur Khasanah	perempuan	SMA	30-39	Cebolek	Pakaian
74	Hanik Fitriani	perempuan	S1	30-39	Cebolek	Sepatu
75	Umi	perempuan	S1	30-39	Waturoyo	Sepatu
76	Sujinah	perempuan	SD	40-49	pangkalan	Pakaian
77	Sukati	perempuan	SMA	40-49	sekarjalak	Sembako
78	Sulistiyowati	perempuan	SMA	40-49	sekarjalak	Kelontong
79	Ikroin	laki-laki	SMA	40-49	Cebolek	Kelontong
80	Suparno	laki-laki	SMA	40-49	Margoyoso	Sembako

lampiran 3 rekap data Penelitian

No	PENGETAHUAN ZAKAT (X1)						SOSIALISASI (X2)					KEPERCAYAAN (X3)							MINAT (Y)					
	X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5	To tal X1	X2 1	X2 2	X2 3	X2 4	X2 5	To tal X2	X3 1	X3 2	X3 3	X3 4	X3 5	X3 6	X3 7	To tal X3	Y 1	Y 2	Y 3	To tal Y
1	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	12
2	4	4	4	3	3	18	3	4	3	3	4	17	3	3	3	3	3	2	3	20	3	4	3	10
3	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22	4	4	5	4	4	4	4	29	4	5	4	13
4	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	4	4	4	27	4	3	4	11
5	5	5	5	5	5	25	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	3	4	22	3	4	4	11
6	4	3	4	4	3	18	3	4	4	3	3	17	3	3	3	3	3	3	4	22	3	3	3	9
7	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	27	4	3	4	11
8	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22	4	5	4	4	4	4	5	30	4	5	4	13
9	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23	5	4	5	5	5	4	4	32	5	4	4	13
10	5	4	5	4	4	22	4	5	4	4	5	22	5	5	5	4	5	4	4	32	5	5	4	14
11	5	3	5	5	3	21	4	3	4	3	3	17	4	4	4	4	3	3	4	26	3	3	3	9
12	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	3	3	4	24	4	4	4	12
13	5	5	5	3	3	21	3	3	4	3	3	16	3	3	3	4	4	4	4	25	4	3	4	11
14	5	4	4	5	4	22	3	4	5	4	4	20	4	4	4	4	4	3	4	27	5	4	4	13
15	5	5	5	5	4	24	3	5	4	3	3	18	4	4	4	4	3	3	4	26	3	4	3	10
16	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	3	19	5	4	5	4	5	5	33	4	4	4	12	
17	5	2	5	4	4	20	2	4	4	4	3	17	2	3	3	3	3	3	3	20	4	4	4	12
18	4	4	4	4	3	19	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	9
19	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16	3	4	4	4	4	4	4	27	3	3	3	9
20	4	5	5	5	5	24	3	4	3	3	2	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	9
21	5	5	5	5	4	24	3	4	4	2	2	15	4	4	4	4	4	5	4	29	4	4	5	13
22	4	4	3	3	3	17	3	4	3	3	3	16	3	4	3	3	3	3	3	22	3	4	3	10
23	4	3	4	4	3	18	3	4	4	3	3	17	3	3	3	3	3	3	4	22	3	3	3	9
24	4	5	5	5	5	24	3	4	3	3	2	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	2	8
25	5	5	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	5	3	4	30	4	4	4	12
26	4	5	5	3	5	22	4	5	3	4	4	20	4	5	4	4	4	4	3	28	5	5	5	15

2	7	4	4	5	4	4	21	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	12
2	8	5	4	5	5	4	23	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	13
2	9	4	3	4	5	3	19	3	2	3	2	2	12	3	3	4	4	3	3	3	23	3	4	3	10
3	0	5	4	5	5	4	23	3	3	4	3	3	16	3	3	5	5	5	4	3	28	3	3	3	9
3	1	4	3	4	3	3	17	3	2	3	2	2	12	3	3	4	4	3	3	3	23	3	4	3	10
3	2	4	4	4	4	3	19	3	3	2	3	2	13	4	4	3	3	4	3	4	25	3	2	3	8
3	3	3	2	3	3	3	14	4	4	4	3	3	18	4	4	3	3	3	2	3	22	3	3	3	9
3	4	4	4	3	4	3	18	4	4	3	3	3	17	3	3	3	3	4	3	4	23	2	3	3	8
3	5	4	3	4	4	3	18	3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	3	3	3	19	2	2	3	7
3	6	4	5	4	5	4	22	3	2	3	2	2	12	3	2	4	4	3	2	3	21	3	3	4	10
3	7	4	4	3	3	3	17	4	4	4	3	3	18	3	3	3	4	3	3	4	23	3	3	3	9
3	8	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	3	3	26	2	3	3	8
3	9	4	5	4	4	4	21	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	12
4	0	4	4	4	4	4	20	5	4	3	3	3	18	4	3	3	4	4	3	3	24	3	4	3	10
4	1	4	4	3	4	3	18	4	3	3	3	3	16	3	3	3	4	4	4	3	24	2	3	4	9
4	2	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	2	3	3	19	3	5	4	12
4	3	5	4	5	5	4	23	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	12
4	4	3	2	3	3	3	14	3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	3	9
4	5	3	2	5	4	4	18	3	4	3	3	3	16	3	3	2	2	3	3	3	19	3	3	3	9
4	6	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	5	4	5	33	4	3	4	11
4	7	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	3	9
4	8	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	5	5	31	4	4	4	12
4	9	4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	5	5	5	33	3	4	4	11
5	0	4	5	4	5	4	22	3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	3	2	4	19	4	4	3	11
5	1	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	4	4	4	27	4	3	4	11
5	2	4	2	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	4	3	22	2	3	3	8
5	3	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	2	2	3	19	4	4	4	12
5	4	4	3	3	3	3	16	4	4	3	3	3	17	3	3	3	4	3	3	3	22	3	3	3	9
5	5	3	1	3	2	2	11	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	2	3	8
5	6	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	3	15	3	2	2	2	3	3	4	19	3	4	3	10

57	3	2	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	2	2	2	17	2	3	3	8
58	4	2	2	3	3	14	3	2	3	2	2	12	3	3	3	3	4	3	3	22	3	3	3	9
59	4	3	3	3	4	17	3	4	3	3	3	16	3	4	3	3	2	2	2	19	4	3	4	11
60	4	3	4	4	3	18	3	4	3	3	3	16	4	3	3	4	4	4	3	25	4	4	4	12
61	4	2	2	3	3	14	4	4	3	3	3	17	4	3	3	3	2	2	3	20	3	2	2	7
62	3	2	3	3	3	14	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	3	4	26	2	3	3	8
63	3	4	4	4	4	19	5	4	4	4	3	20	4	4	3	4	4	4	3	26	3	3	3	9
64	4	3	2	3	3	15	4	3	3	3	3	16	3	2	3	2	3	2	2	17	3	3	3	9
65	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	4	3	26	4	4	4	12
66	5	4	5	4	5	23	4	4	5	4	4	21	4	5	4	5	4	5	4	31	4	4	5	13
67	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	4	5	4	31	4	4	4	12
68	5	4	4	4	4	21	4	5	4	3	3	19	4	4	5	4	4	5	4	30	5	4	5	14
69	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17	5	4	4	4	4	5	4	30	4	4	4	12
70	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	5	13
71	5	5	5	4	3	22	3	4	3	4	3	17	4	5	5	5	5	3	3	30	3	3	3	9
72	5	4	5	4	4	22	3	5	3	4	4	19	4	5	5	4	5	5	5	33	4	5	4	13
73	5	4	5	4	4	22	4	4	3	4	4	19	3	3	4	4	5	5	4	28	3	4	3	10
74	5	4	5	5	4	23	4	5	4	4	4	21	3	4	4	5	4	5	4	29	5	3	4	12
75	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	12
76	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	4	5	33	4	4	4	12
77	5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	4	23	4	4	5	4	5	4	5	31	4	5	4	13
78	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	5	5	5	4	4	4	4	31	5	4	3	12
79	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	4	4	23	4	3	3	10
80	4	5	5	5	4	23	5	5	3	5	5	23	4	4	3	3	3	4	4	25	4	4	4	12

lampiran 4 Uji kelayakan Data

1. Validitas variable pengetahuan zakat (X1)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	PZ
P1	Pearson Correlation	1	.547**	.577**	.508**	.425**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P2	Pearson Correlation	.547**	1	.584**	.587**	.623**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P3	Pearson Correlation	.577**	.584**	1	.678**	.589**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P4	Pearson Correlation	.508**	.587**	.678**	1	.574**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P5	Pearson Correlation	.425**	.623**	.589**	.574**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80
Total	Pearson Correlation	.734**	.848**	.849**	.823**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Validitas variable Sosialisasi (x2)

Correlations

		P6	P7	P8	P9	P10	SOSIALISASI
P6	Pearson Correlation	1	.426**	.365**	.472**	.513**	.683**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P7	Pearson Correlation	.426**	1	.434**	.617**	.586**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P8	Pearson Correlation	.365**	.434**	1	.590**	.554**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P9	Pearson Correlation	.472**	.617**	.590**	1	.847**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P10	Pearson Correlation	.513**	.586**	.554**	.847**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000

KEPERCAY AAN	Pearson	.78	.78	.84	.82	.86	.80	.74	1
	Correlati on	5**	8**	1**	8**	9**	3**	2**	
	Sig. (2- tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Validitas Variabel Minat (Y)

Correlations

		P18	P19	P20	MINAT
P18	Pearson Correlation	1	.536**	.656**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
P19	Pearson Correlation	.536**	1	.565**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80
P20	Pearson Correlation	.656**	.565**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80
MINAT	Pearson Correlation	.872**	.822**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5. Reabilitas variabel pengetahuan zakat (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	5

6. Reabilitas variabel sosialisasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	5

7. Reabilitas variabel kepercayaan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	7

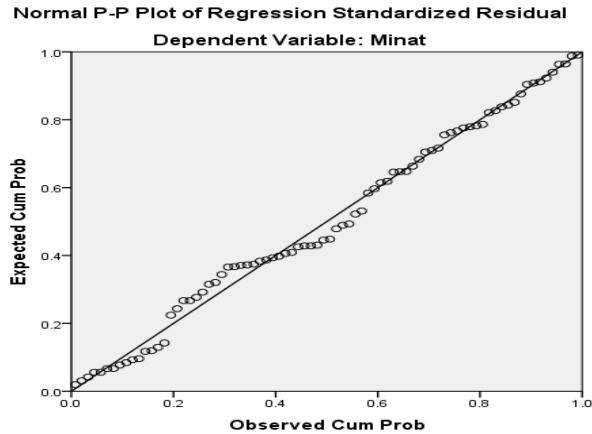
8. Reabilitas variabel minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	3

lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas P.Plot



2. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32977280
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.064
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

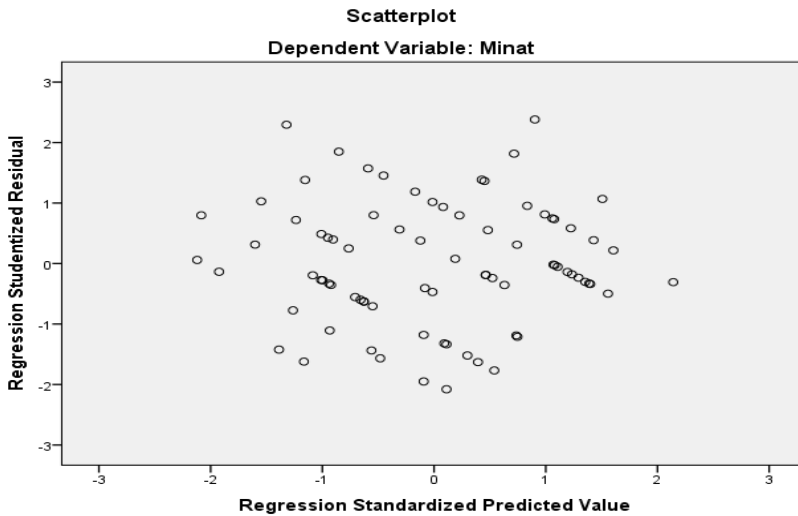
d. This is a lower bound of the true significance.

3. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.678	1.197		.567	.573		
Pengetahuan Zakat	.200	.054	.342	3.685	.000	.788	1.269
Sosialisasi	.214	.069	.321	3.098	.003	.635	1.574
Kepercayaan	.087	.046	.208	1.915	.059	.579	1.728

a. Dependent Variable: Minat

4. Uji Heteroskedastisitas ScatterPlot



5. Uji Hetreskedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.784	.683		2.612	.011
Pengetahuan Zakat (X1)	.048	.031	.192	1.547	.126
Sosialisasi (X2)	-.060	.039	-.209	-1.515	.134
Kepercayaan (X3)	-.024	.026	-.134	-.924	.358

a. Dependent Variable: Res_2

lampiran 6 Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis

1. Uji Analisis Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.678	1.197		.567	.573
Pengetahuan Zakat X1	.200	.054	.342	3.685	.000
Sosialisasi X2	.214	.069	.321	3.098	.003
Kepercayaan X3	.087	.046	.208	1.915	.059

a. Dependent Variable: Minat Y

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.483	.463	1.35576

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan X3, Pengetahuan Zakat X1, Sosialisasi X2

3. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130.505	3	43.502	23.667	.000 ^b
	Residual	139.695	76	1.838		
	Total	270.200	79			

a. Dependent Variable: Minat Y

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan X3, Pengetahuan Zakat X1, Sosialisasi X2

4. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.678	1.197		.567	.573
	Pengetahuan Zakat X1	.200	.054	.342	3.685	.000
	Sosialisasi X2	.214	.069	.321	3.098	.003
	Kepercayaan X3	.087	.046	.208	1.915	.059

a. Dependent Variable: Minat Y

lampiran 7 Penelitian di BAZNAS Kabupaten Pati



lampiran 8 Penyebaran Kuesioner di Pasar Bulumanis

