

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Pengaruh Pendapatan, Kepekaan Sosial dan Promosi Terhadap Minat Civitas Akademika Dalam Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah Melalui Polmed Ziswaf Center

Amanda Adelia Nasution^{1*}, Muhammad Zuhirsyan²

Politeknik Negeri Medan¹, Politeknik Negeri Medan²

Main Author's E-Mail Address / *Correspondent Author: amandanasutiona@students.polmed.ac.id

*Correspondence: amandanasutiona@students.polmed.ac.id | Submission Received : 09-11-2023;

Revised : 08-12-2023; Accepted : 06-03-2024; Published : 19-03-2024

Abstract

This research was conducted to determine the effect of income, social sensitivity and promotion on the interest of the academic community in paying zakat, infaq and alms through Polmed Ziswaf Center. In this study there are independent variables or independent namely income, social sensitivity, promotion and the dependent variable or dependent namely interest in paying zakat, infaq and alms. The sample used in this study was 75 respondents, namely the Medan State Polytechnic academic community, using a questionnaire as primary data then the results of the data were analyzed using multiple regression by conducting a simultaneous test (F), determination test and partial test (t) with a significance level of 5 percent ($\alpha = 0.05$) which were processed with the help of the SPSS 25 tool. The results showed that the income variable had no significant effect on the interest of the academic community in paying zakat, infaq and alms, the social sensitivity variable had a significant and significant effect on the interest of the academic community in paying zakat, infaq and alms, promotion variables have a significant and significant effect on the interest of the academic community in paying zakat, infaq and alms and simultaneously or simultaneously income, social sensitivity and promotions have a significant effect on the interest of the academic community in paying zakat, infaq and alms through Polmed Ziswaf Center.

Keywords: *Income, Social Sensitivity, Promotion, Interest in Paying Zakat, Zakat, Infak, Charity*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, kepekaan sosial dan promosi terhadap minat civitas akademik dalam membayar zakat, infak dan sedekah melalui Polmed Ziswaf Center. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas atau *independent* yaitu pendapatan, kepekaan sosial, promosi dan variabel terikat atau *dependent* yaitu minat membayar zakat, infak dan sedekah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden yaitu civitas akademika Politeknik Negeri Medan, dengan menggunakan kuesioner sebagai data primer kemudian hasil datanya dianalisis menggunakan regresi berganda dengan melakukan uji simultan (F), uji determinasi dan uji parsial (t) dengan tingkat signifikansi sebesar 5 persen ($\alpha=0,05$) yang diolah dengan bantuan alat SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat civitas akademika dalam membayar zakat, infak dan sedekah, variabel kepekaan sosial berpengaruh dan signifikan

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

terhadap minat civitas akademika dalam membayar zakat, infak dan sedekah, variabel promosi berpengaruh dan signifikan terhadap minat civitas akademika dalam membayar zakat, infak dan sedekah dan secara bersama-sama atau simultan pendapatan, kepekaan sosial dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat civitas akademika dalam membayar zakat, infak dan sedekah melalui Polmed Ziswaf Center.

Kata kunci: Pendapatan, Kepekaan Sosial, Promosi, Minat Membayar Zakat, Zakat, Infak, Sedekah

INTRODUCTION

Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) merupakan hal yang sudah dikenal dikalangan umat muslim dan juga sudah diterapkan oleh umat muslim sejak lama. Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) adalah salah satu ibadah yang dilakukan oleh seseorang yang beragama Islam yang dimana tujuannya dapat membersihkan harta yang kita miliki dengan cara membersihkan sebagian harta kita kepada golongan yang berhak menerima zakat sesuai dengan ketentuan-Nya. Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) tidak hanya berhubungan dengan nilai ketuhanan saja, tetapi memiliki posisi yang sangat penting, strategis dan menentukan, baik itu yang dilihat dari sisi ajaran islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat (Hasibuan, 2019).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas masyarakatnya beragama islam. Hal ini menjadikan negara indonesia memiliki potensi yang besar dalam pengumpulan zakat yaitu sebesar Rp 327 Triliun, namun realiasi pengumpulan zakat disetiap tahunnya belum mencapai potensi yang seharusnya.

Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) mencatat, pengumpulan dana zakat, infak, sedekah (ZIS) dan dana sosial keagamaan lainnya (DSKL) mengalami kenaikan di setiap tahunnya, dimana pada tahun 2020 realisasi zakat, infak, sedekah (ZIS) dan DSKL Nasional sebesar Rp 12,43 Triliun. Pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar Rp 14 Triliun, lalu tahun 2022 mengalami peningkatan yang drastis sebesar Rp 22,43 Triliun dan untuk tahun 2023 diproyeksikan sebesar Rp 33,8 Triliun.

Lembaga Zakat merupakan salah satu lembaga keuangan Islam tertua di dunia dengan keistimewaannya peran dalam pengembangan umat dalam memperkuat ekonomi Islam yang mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan aspek sosial ekonomi. Lembaga zakat bertanggung jawab dalam hal ini mengelola pengumpulan dan penyaluran zakat kepada delapan asnaf (fakir, miskin, amil, muallaf, fisabilillah, gharimin, ibnu sabil dan riqab) (Aminuddin et al., 2020)

Indonesia juga memiliki banyak Lembaga Baitul Mal. Lembaga Baitul Mal terdapat didalam Qanun No. 10 tahun 2007 tentang Baitul Mal yaitu suatu badan yang non struktural diberi wewenang sebagai mengelola zakat, wakaf dan harta agama dengan tujuan untuk kemaslahatan umat serta menjadi wali-wali pengawas anak yatim piatu atau hartanya dan pengelolaan terhadap harta warisan yang tidak ada wali berdasarkan Syariat Islam.

Baitul Mal tidak hanya mengelola zakat dalam bentuk konsumtif namun juga dalam bentuk produktif. Tugas dalam pengelolaan zakat tersebut diantaranya adalah meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat kepada Baitul Mal dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan mengirim himbauan penunaian zakat ke setiap dinas-dinas dan instansi/swasta dalam perwujudan ketaatan terhadap hukum Allah SWT (Dewi, 2018). Beberapa Lembaga pengelolaan zakat yang ada di indonesia yaitu LAZ Rumah Zakat Indonesia, LAZ Daarut Tauhid Peduli, LAZ Baitul Maal Hidayatullah, LAZ Dompot Dhuafa Republika, LAZ Inisiatif Zakat Indonesia dan lain-lain.

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Dalam upaya optimalisasi pengelolaan zakat di Indonesia, perguruan tinggi juga berperan untuk meningkatkan pengelolaan zakat di lingkungan kampus. Perguruan tinggi mempunyai tugas mengedukasi masyarakat akan pentingnya membayar zakat. Pengelolaan zakat di perguruan tinggi juga memberikan manfaat kepada akademisi untuk melaksanakan pembelajaran dan praktik secara langsung mengenai pengelolaan zakat dengan pedoman Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 (Yulianto & Rahmawati, 2021).

Salah satu pengelolaan zakat di perguruan tinggi dapat dilihat di Institut Teknologi Bandung dan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Kedua universitas tersebut terdapat lembaga zakat yang mampu menghimpun dana zakat cukup besar, yaitu Rumah Amal Salman Institut Teknologi Bandung dan Pusat Kajian Zakat dan Wakaf EL- ZAWA UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (Haq & Ainul, 2017).

Universitas Airlangga (UNAIR) Surabaya juga mempunyai lembaga pengelola zakat di lingkungan kampus, lembaga tersebut bernama Pusat Pengelolaan Dana Sosial (PUSPAS) UNAIR. Dengan terbentuknya PUSPAS, Universitas Airlangga bertekad untuk memutus mata rantai kemiskinan melalui pendidikan, dengan cara membuka beasiswa untuk mahasiswa Indonesia yang kurang atau belum mampu dan berada di daerah terluar, tertinggal, dan terdepan di wilayah Indonesia (Tika, 2019).

Melihat keberhasilan ketiga kampus tersebut dalam mengelola zakatnya dengan baik. Politeknik Negeri Medan perguruan tinggi negeri di Sumatera Utara yang juga mendirikan lembaga Filantropi ataupun ZISWAF dengan nama resmi Polmed Ziswaf Centre yang didirikan pada tahun 2021. Polmed Ziswaf Centre merupakan lembaga pengumpulan dan pendistribusian Zakat, Infaq dan Shadaqah dan Wakaf (ZISWAF). Politeknik Negeri Medan sendiri memiliki jumlah civitas akademik dosen muslim sebanyak 223 jiwa, admin/pegawai muslim sebanyak 88 jiwa. Dengan kata lain Lembaga Polmed Ziswaf Center memiliki potensi yang sangat besar dalam pengumpulan dan pendistribusian zakat, infak dan sedekah. Dilihat dari potensi zakat, infak dan sedekah polmed ziswaf center yang memiliki potensi sebanyak dosen mencapai 240 juta pertahun dan potensi mahasiswa sebanyak 900 juta pertahun dengan jumlah 3.990 mahasiswa yang berinfaq.

Namun dari hasil observasi yang penulis lakukan pada wawancara singkat dengan pengurus Polmed Ziswaf Center dan observasi langsung kepada Civitas Akademika hasilnya masih sedikit Civitas Akademika yang sudah membayar zakat, infak dan sedekah melalui Polmed Ziswaf Center, hal ini menunjukkan bahwa masih kurangnya kesadaran Civitas Akademik dalam membayar zakat, infak dan sedekah melalui lembaga terdekat yang sudah tersedia yaitu polmed ziswaf center. Untuk memaksimalkan pengumpulan dana zakat, infak dan sedekah perlu adanya dorongan agar meningkatkan minat civitas akademika dalam membayar zakat, infak dan sedekah

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat merupakan sebuah ketertarikan atau kecenderungan hati pada suatu hal. Minat adalah seberapa besar seseorang merasa suka/tertarik pada suatu rangsangan atau dorongan yang kuat untuk melakukan segala sesuatu yang menjadi keinginannya (Uyun & Warsah, 2021). Minat civitas akademika dalam membayar zakat, infak dan sedekah melalui Polmed Ziswaf Center memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi seperti tingkat pendapatan, kepekaan sosial, hingga tingkat promosi yang dilakukan.

Faktor pertama dalam mendorong seseorang membayar zakat, infak dan sedekah yaitu pendapatan. Seseorang harus membayar zakat jika pendapatan yang mereka terima telah mencapai nisab dan telah mencapai masa haul. Sebaliknya, jika pendapatan mereka tidak mencapai nisab atau belum mencapai masa haul, maka mereka tidak memiliki kewajiban untuk membayar zakat. Beberapa individu menunjukkan perilaku bakhil dengan meyakini bahwa

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

harta yang mereka peroleh merupakan hasil dari usaha pribadi mereka, sehingga mereka menganggap tidak perlu memberikan zakat (Fahmi & Nur, 2018).

Selain dari faktor pendapatan adapun faktor lain dalam mendorong seseorang dalam membayar zakat, infak dan sedekah yaitu faktor kepekaan sosial. Kepekaan sosial atau altruisme dapat berpengaruh terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah dikarenakan kepekaan sosial muncul sebagai perasaan untuk menolong orang lain. Menurut (Taylor et al., 2009) perilaku altruisme merupakan tindakan tanpa mengharapkan imbalan apapun guna menolong orang lain. Menurut (Taylor et al., 2009) juga mengartikan perilaku altruisme sebagai perilaku seseorang yang hanya sekedar ingin beramal baik. Sedangkan menurut (Myers, 2012) altruisme merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk mensejahterakan orang lain yang tanpa sadar akan berpengaruh besar bagi kehidupan seseorang.

Dari pengertian tersebut dapat di definisikan bahwa kepekaan sosial atau altruisme adalah sebagai perasaan seseorang untuk menolong orang lain tanpa memikirkan diri sendiri dan perilaku altruisme adalah perilaku menolong seseorang tergantung dari niat orang tersebut.

Dalam niat seseorang juga ada pendorong lain yang menarik dirinya untuk melakukan hal tersebut, seperti halnya promosi. Promosi merupakan salah satu cara untuk mengedukasi masyarakat luas tentang pentingnya berzakat (Ismail, 2020). Promosi dapat juga dilakukan melalui model atau talent yang ada dalam alat promosi amil zakat telah menutup aurat, kesesuaian janji promosinya, promosi yang tidak mengandung unsur fitnah dan celaan, dan serta dengan menawarkan jaminan yang menarik bagi para donatur sehingga mendorong mereka untuk berzakat (Satria & Ridlwan, N.D.). Pada Polmed Ziswaf Center telah melakukan promosi berupa sosialisasi yang dilakukan pada acara-acara keislaman, hal ini juga dapat mendorong minat civitas akademik dalam membayar zakat, infak dan sedekah.

LITERATURE REVIEW

Minat

Minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau sesuatu yang menjadi objek dari minat tersebut disertai perasaan senang. Jadi minat adalah keinginan atau kecenderungan hati yang tinggi pada diri seseorang sehingga mengarah individu terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai rasa senang (Saleh & Wahab, 2004). Adapun indikator – indikator minat adalah perhatian, ketertarikan, keinginan dan keyakinan.

Pendapatan

Pendapatan adalah sumber dari jumlah harta yang diperoleh dari orang-orang tertentu dan bersifat tetap. Pendapatan yang diperoleh bisa berasal dari sumber-sumber yang beragam, termasuk tanah dan pekerjaan atau bahkan keduanya. Pendapatan ini mencakup penghasilan, keuntungan, serta gaji atau upah (Ahmad Tajuddin Arafat, 2021). Adapun indikator-indikator pendapatan adalah pendapatan mutlak milik sendiri, pendapatan lebih dan pendapatan telah mencapai nisab.

Kepekaan Sosial

Kepekaan sosial adalah tindakan tanpa mengharapkan imbalan apapun guna menolong orang lain (Taylor et al., 2009). Kepekaan sosial juga dapat diartikan suatu tindakan yang dilakukan untuk mensejahterakan orang lain yang tanpa sadar akan berpengaruh besar bagi kehidupan seseorang (Myers, 2012). Indikator kepekaan sosial adalah iba ketika melihat fakir/miskin,

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

berzakat sebagai ungkapan rasa syukur, merasa harta bersih setelah berzakat, senang membantu fakir/miskin dan merasa bersalah saat tidak membayar zakat

Promosi

Menurut (Kotler & Armstrong, 2022) promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Menurut (Syardiansah, 2017) menjelaskan promosi sebagai alat komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi pasar tentang tujuan produk perusahaan agar dapat menerima, membeli dan tetap setia pada produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Indikator promosi adalah periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung.

METHOD

Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivis, untuk penelitian populasi atau sampel tertentu, pengumpulan menggunakan alat penelitian, dan analisis data kuantitatif/statistik yang telah ditentukan sebelumnya untuk tujuan pengujian hipotesis yang akan digunakan (Sugiyono, 2017). Populasi pada penelitian ini adalah Civitas Akademika muslim Politeknik Negeri Medan. Sampel adalah bagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki suatu populasi (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini menggunakan sampel *Nonprobability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria dalam penelitian ini yaitu 1) Civitas Akademika Muslim Politeknik Negeri Medan. 2) Belum dan Sudah pernah membayar zakat, infak dan sedekah melalui polmed ziswaf center. Sampel pada penelitian ini menggunakan perhitungan dengan rumus Slovin, melalui perhitungan dengan rumus slovin diperoleh 75 orang sampel sebagai responden.

RESULTS AND DISCUSSION

Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ terjadi pada setiap item pernyataan maka dapat dikatakan item pernyataan tersebut valid. Maka diketahui jumlah sampel (N) = 75 dan besarnya df dapat dihitung dengan rumus $df = n - 2$, maka $df = 75 - 2 = 73$ dengan besar α (0,05) sehingga dapat diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2272 atau kata lain nilai korelasi masing-masing item pernyataan harus lebih besar dari 0,2272. Berikut adalah hasil uji validitas:

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pendapatan (X1)	P01	0,476		Valid
	P02	0,782		Valid
	P03	0,647	0,2272	Valid
	P04	0,558		Valid
	P05	0,773		Valid
Kepekaan Sosial (X2)	KS01	0,271		Valid
	KS02	0,678		Valid
	KS03	0,592		Valid
	KS04	0,603	0,2272	Valid
	KS05	0,747		Valid
	KS06	0,673		Valid
	KS07	0,605		Valid
Promosi (X3)	PR01	0,820		Valid
	PR02	0,828		Valid
	PR03	0,701		Valid
	PR04	0,876		Valid
	PR05	0,772	0,2272	Valid
	PR06	0,842		Valid
	PR07	0,829		Valid
	PR08	0,854		Valid
	PR09	0,858		Valid
	PR10	0,829		Valid
Minat (Y)	M01	0,739		Valid
	M02	0,785		Valid
	M03	0,841	0,2272	Valid
	M04	0,884		Valid
	M05	0,828		Valid
	M06	0,867		Valid

2) Uji Reliabilitas

Apabila suatu instrumen atau item pernyataan telah dipastikan validitasnya, maka tahap selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Dimana pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan tingkat konsistensi internal dengan teknik yang digunakan adalah mengukur koefisien Cronbach's Alpha ditambah reliabel apabila menghasilkan nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Setelah dilakukan uji reliabilitas hasil yang diperoleh adalah:

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

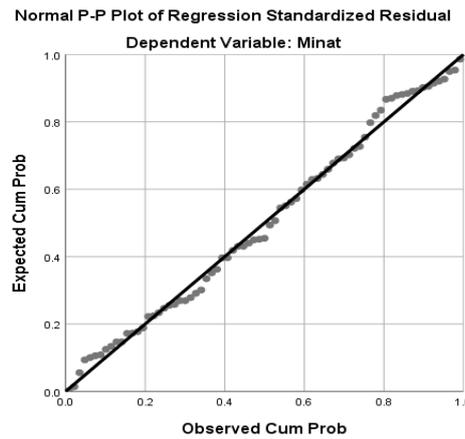
journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Item	Keterangan
Pendapatan	0,643	5	Reliabel
Kepekaan Sosial	0,657	7	Reliabel
Promosi	0,946	10	Reliabel
Minat	0,906	6	Reliabel

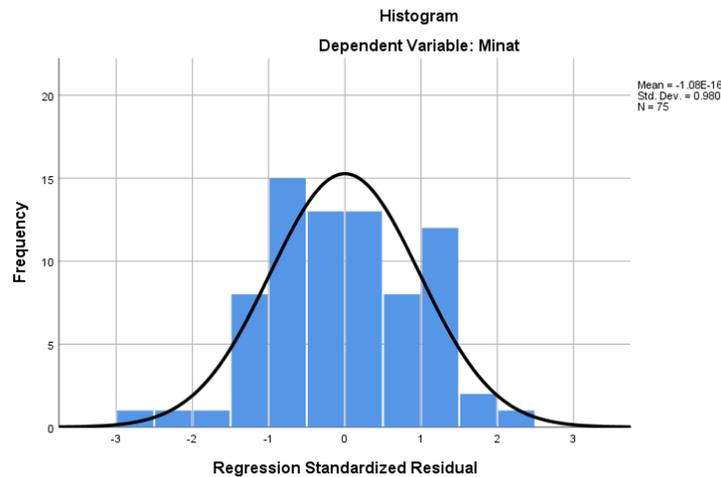
Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas



Gambar 1. Gambar P-Plot

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa pola grafik P-Plot yang normal, terlihat dari titik distribusi data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Hal ini dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Histogram

Pada gambar di atas terlihat bahwa kurva membentuk seperti lonceng, maka nilai residual dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 3. One Sample Kolmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	75

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

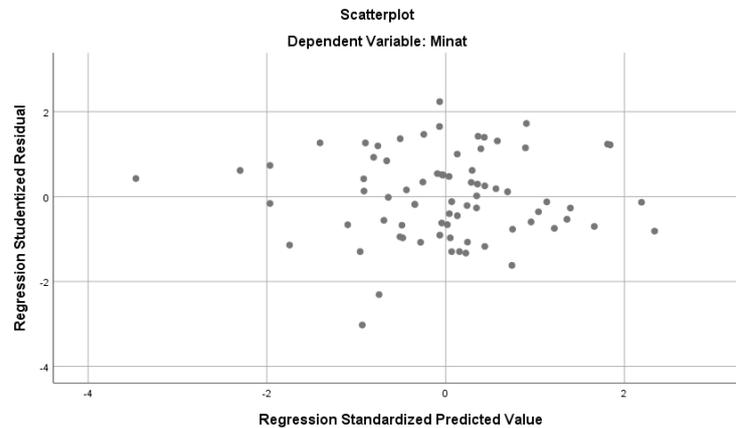
Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.49735333
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.053
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
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.		

Berdasarkan tabel di atas terlihat hasil uji normalitas One-Sample Kolmogrov Test diperoleh nilai sig sebesar $0,200 > 0,05$. Maka data berdistribusi normal.

2) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Scatterplot

Pada gambar di atas terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance ada yang melebihi dari 0,1 dan nilai VIF ada yang kurang dari 10, maka menunjukkan tidak terjadi multikolonieritas. Berikut hasil dari uji multikolonieritas:

Tabel 4. Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pendapatan (P)	0,740	1,351	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Kepekaan Sosial (KS)	0,794	1,259	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Promosi (PR)	0,924	1,082	Tidak Terjadi Multikolonieritas

4) Analisis Regresi Berganda

Tabel 5. Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardized		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

1	(Constant)	.852	4.798	.178	.860
	Pendapatan (P)	.248	.170	.176	1.456
	Kepekaan Sosial (KS)	.367	.147	.293	2.505
	Promosi (PR)	.175	.059	.323	2.983

a. Dependent Variable: Minat (M)

Berdasarkan di atas, maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

$$M = 0,852 + 0,248P + 0,367KS + 0,175PR$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dinyatakan nilai koefisien regresi sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 0,852 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai pendapatan, kepekaan sosial dan promosi maka besarnya minat sebesar 0,852.
- Jika nilai pendapatan mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,248.
- Jika nilai kepekaan sosial mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,367.
- Jika nilai promosi mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai minat akan mengalami kenaikan sebesar 0,175.

Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (t test)

a) Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat, Infak dan Sedekah

Berdasarkan tabel koefisien diatas diketahui bahwa t hitung variabel pendapatan sebesar 1,456. Tabel distribusi t dicari dengan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) $(n - k - 1)$ atau $(75 - 3 - 1) = 71$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,996. Jadi t hitung < t tabel atau $1,456 < 1,996$ dan diketahui sig > 0,05 atau $0,150 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak atau dinyatakan secara parsial pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah.

b) Pengaruh Kepekaan Sosial Terhadap Minat Membayar Zakat, Infak dan Sedekah

Berdasarkan tabel koefisien diatas diketahui bahwa t hitung variabel kepekaan sosial sebesar 2,505. Tabel distribusi t dicari dengan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) $(n - k - 1)$ atau $(75 - 3 - 1) = 71$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,996. Jadi t hitung > t tabel atau $2,505 > 1,996$ dan diketahui sig < 0,05 atau $0,015 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima atau dinyatakan secara parsial kepekaan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah.

c) Pengaruh Kepekaan Sosial Terhadap Minat Membayar Zakat, Infak dan Sedekah

Berdasarkan tabel koefisien diatas diketahui bahwa t hitung variabel promosi sebesar 2,983. Tabel distribusi t dicari dengan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) $(n - k - 1)$ atau $(75 - 3 - 1) = 71$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,996. Jadi t hitung > t tabel atau $2,983 > 1,996$ dan diketahui sig < 0,05 atau $0,004 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima atau dinyatakan secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah.

2) Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

1	Regression	267.990	3	89.330	7.007	.000 ^b
	Residual	905.130	71	12.748		
	Total	1173.120	74			

a. Dependent Variable: Minat (M)

b. Predictors: (Constant), Pendapatan (P), Kepekaan Sosial (KS), Promosi (PR)

Berdasarkan table 4.41 di atas, diperoleh F hitung sebesar 7,007. Tabel distribusi F dicari pada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan df1 (k-1) atau (4-1) = 3 dan df2 (n-k) atau (75 - 4) = 71 maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,73. F hitung > F tabel yaitu 7,007 > 2,73 serta nilai probabilitas (sig) lebih kecil dari nilai alpha (α) yaitu 0,000 < 0,05, maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan, kepekaan sosial dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah.

3) Koefisien Determinasi

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.734 ^a	.539	.524	2.61854	1.673	

a. Predictors: (Constant), Pendapatan (P), Kepekaan Sosial (KS), Promosi (PR)

b. Dependent Variable: Minat (M)

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- Koefisien korelasi (R) sebesar 0,478^a menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dengan variabel dependen karena lebih besar dari 0,5.
- Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,196 menunjukkan bahwa proporsi variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 19,6%, sedangkan sisanya sebesar 80,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini. Jadi terdapat banyak variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat membayar zakat, infak dan sedekah.

Discussion

Pengaruh Pendapatan terhadap Minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui Polmed Ziswaf Center

Pengaruh pendapatan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah, dilihat dari signifikansi diketahui bahwa signifikansi lebih besar dari nilai (α) yaitu 0,150 > 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel atau 1,456 < 1,996 maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak, yang berarti pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah. Hal ini menandakan bahwa tidak setiap orang yang memiliki pendapatan yang lebih akan memiliki minat dalam mengeluarkan atau membayar zakat melalui Polmed Ziswaf Center. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tho'in & Marimin, 2019) bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu.

Pengaruh Kepekaan Sosial terhadap Minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui Polmed Ziswaf Center

Pengaruh kepekaan sosial terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah, dilihat dari signifikansi diketahui bahwa signifikansi lebih kecil dari nilai (α) yaitu 0,015 < 0,05 dan nilai t

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

hitung lebih besar dari t tabel atau $2,505 > 1,996$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, yang berarti kepekaan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah. Hal ini menandakan bahwa civitas akademik Politeknik Negeri Medan memiliki nilai kepekaan sosial yang tinggi, yang artinya civitas akademika memahami bahwa membayar zakat merupakan salah satu hal yang dapat membantu orang lain. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni, 2018) Bahwa variabel kepekaan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat.

Pengaruh Promosi terhadap Minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui Polmed Ziswaf Center

Pengaruh promosi terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah, dilihat dari signifikansi diketahui bahwa signifikansi lebih kecil dari nilai (α) yaitu $0,004 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau $2,983 > 1,996$ maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, yang berarti promosi berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah. Hal ini menandakan bahwa variabel promosi menjadi salah satu faktor pendorong civitas akademika dalam minat membayar zakat melalui Polmed Ziswaf Center. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pakpahan & Fadli, 2021) Bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat.

Pengaruh Pendapatan, Kepekaan Sosial dan Promosi terhadap Minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui Polmed Ziswaf Center

Pengaruh pendapatan, kepekaan sosial dan promosi terhadap minat civitas akademik dalam membayar zakat, infak dan sedekah, dilihat dari signifikansi diketahui bahwa nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha (α) yaitu $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau $7,007 > 2,73$ maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima, yang berarti pendapatan, kepekaan sosial dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menghasilkan nilai sebesar 0,196 yang artinya pada penelitian ini variabel pendapatan, kepekaan sosial dan promosi dapat menjelaskan variabel minat membayar zakat, infak dan sedekah sebesar 19,6% atau dapat dikatakan sebesar 19,6% variabel pendapatan, kepekaan sosial dan promosi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah. Dalam minat membayar zakat, infak dan sedekah, variabel pendapatan tidak berpengaruh bagi civitas akademik dalam membayar zakat, infak dan sedekah, sedangkan variabel kepekaan sosial dan promosi berpengaruh bagi civitas akademika dalam membayar zakat, infak dan sedekah.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Pengaruh pendapatan, kepekaan sosial dan promosi terhadap minat civitas akademik dalam membayar zakat, infak dan sedekah, dilihat dari signifikansi diketahui bahwa nilai signifikan lebih kecil dari nilai alpha (α) yaitu $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau $7,007 > 2,73$ maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima, yang berarti pendapatan, kepekaan sosial dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah. Variabel pendapatan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah. Variabel kepekaan sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah. Variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah. Variabel pendapatan, kepekaan sosial dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat membayar zakat, infak dan sedekah.

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

REFERENCE

- Ahmad Tajuddin Arafat. (2021). *berzakat itu mudah fikh zakat praktis*. CV Lawwana.
- Aminuddin, Z. S., Walid, D. M. M., Warif, S. A., & ... (2020). Enhancement of zakat institutions through zakat management of Gharimin Asnaf: case study in Malaysia and Indonesia. ... *Journal Of Technical* <http://journal.pktm.org/index.php/ijtv/article/view/31>
- Fahmi, Z., & Nur, M. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan, terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*. http://ojs.unimal.ac.id/index.php/ekonomi_regional/article/view/592
- Haq, M., & Ainul, C. (2017). *Legalitas pengelolaan lembaga zakat, infak, dan sedekah berbasis kampus ditinjau dari Undang-undang nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat: Studi* <http://etheses.uin-malang.ac.id>. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/6917>
- Hasibuan, H. (2019). *Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat Infak Dan Sedekah Pada Badan Amil Zakat Nasional Sumatera Utara*. repository.uinsu.ac.id. <http://repository.uinsu.ac.id/5864/1/SKRIPSI.pdf>
- Ismail, R. (2020). *Agama Dan Filantropi: Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Filantropis Zakat (Muzakki) Pada Lembaga Amil Zakat Di Kota Ambon*. Religi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Myers, D. G. (2012). Psikologi sosial. *Jakarta: Salemba Humanika*.
- Pakpahan, D. R., & Fadli, A. (2021). Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Sumut. *Jurnal Ekuivalensi*. <https://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/Ekuivalensi/article/view/498>
- Saleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). Psikologi dalam Perspektif Islam: Suatu Pengantar. *Jakarta: Kencana*.
- Satria, N. P., & Ridlwan, A. A. (N.D.). Pengaruh Kualitas Layanan Islami Dan Promosi Islami Terhadap Keputusan Donatur Membayar Zakat, Infaq, Dan Sedekah Pada *Ejournal.Unesa.Ac.Id*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/29390>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*.
- Syardiansah, S. (2017). Pengaruh Fasilitas, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Sewa Lapangan Futsal oleh Mahasiswa (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Tingkat *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*. <https://ejournalunsam.id/index.php/jseb/article/view/426>
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). Psikologi sosial. *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*.
- Tho'in, M., & Marimin, A. (2019). Pengaruh tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

tingkat religiusitas terhadap minat muzakki membayar zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/678>

Tika, W. (2019). *Handbook Zakat*. Surabaya: Airlangga University

Uyun, M., & Warsah, I. (2021). *Psikologi Pendidikan*. books.google.com.

Wahyuni, B. (2018). *Pengaruh Keimanan dan Altruisme (Kepekaan Sosial) terhadap Partisipasi Berinfak Jamaah Musalla al-Amin Ronowijayan Ponorogo*. etheses.iainponorogo.ac.id. http://etheses.iainponorogo.ac.id/5002/1/upload_binti_wahyuni.pdf

Yulianto, F., & Rahmawati, L. (2021). Pengembangan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) UIN Sunan Ampel Surabaya: Telaah Strategi dan Implementasinya. ... *of Zakat and Waqf Journal* <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/MAZAWA/article/view/413>