

PENGETAHUAN DAN KESADARAN ZAKAT; IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT KARYAWAN USAHA MENENGAH BESAR (UMB) UNTUK MEMBAYAR ZAKAT PADA BAZNAS

Najmudin¹, Ahyakudin², Elif Pardiansyah³, Sujai⁴, Puspita Maelani⁵,
Rasidah Novita Sari⁶

¹²³⁴Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten

⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, Banten

⁶Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sultan Maulana Hasanuddin, Banten

Email: najmudin@untirta.ac.id, ahyakudin@untirta.ac.id, elfardianzyah@untirta.ac.id,
sujai@untirta.ac.id, puspita.maelani91@gmail.com, rasidah.novita@uinbanten.ac.id

Abstract: This study aims to determine (1). The effect of zakat knowledge on interest in paying zakat at BAZNAS. (2). Effect of zakat awareness on interest in paying zakat at BAZNAS. And (3). Effect of knowledge and awareness of zakat on interest in paying zakat at BAZNAS. The object of this research is employees of Large Medium Enterprises (UMB) in Banten Province. The research method used is a quantitative-descriptive method. The data collection method uses a questionnaire. The data is processed using SPSS software version 23. The data analysis uses multiple linear regression methods. The results of this study indicate that (1) Zakat knowledge has a positive and effect on the intention to pay zakat at BAZNAS. (2) Awareness of zakat has a positive and significant effect on interest in paying zakat at BAZNAS. And (3). Knowledge and awareness of zakat simultaneously have a positive and significant effect on interest in paying zakat on BAZNAS. Interest in paying zakat at BAZNAS Banten Province is influenced by knowledge and awareness of zakat employees by 48.3 percent, while the remaining 51.7 percent is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Interest, Knowledge of Zakat, Paying Zakat, Zakat Awareness.

1. PENDAHULUAN

Penduduk Indonesia pada Juni 2022 berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,36 juta jiwa (Kusnandar, 2021). Jika dibandingkan dengan hasil sensus penduduk yang dilakukan Biro Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan sebesar 1,91 persen. Menurut laporan The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC), populasi muslim di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,56 juta jiwa. Jumlah penduduk muslim tersebut setara dengan 86,7% populasi di dalam negeri (Rizaty, 2022).

Setiap muslim yang sudah memiliki penghasilan dan harta berkewajiban untuk membayar zakat, guna diberikan kepada orang yang membutuhkan dan yang berhak untuk menerima zakat. Orang-orang yang berhak menerima zakat berdasarkan Qur'an At-Taubah: 60 yaitu fakir, miskin, amil, mu'allaf, riqab (budak), gharimin (orang yang berhutang), fisabilillah, dan Ibnu Sabil.

Potensi zakat dalam skala nasional mencapai Rp 5,8 triliun. Potensi zakat penghasilan tertinggi ditempati oleh zakat penghasilan pada pegawai BUMN sebesar Rp 2,574 triliun, disusul zakat karyawan perusahaan nasional yang mencapai Rp 2,301 triliun, selanjutnya adalah potensi zakat penghasilan ASN kementerian dengan nilai Rp 726 miliar, kemudian untuk potensi zakat ASN Lembaga Pemerintah Non Kementerian sebesar Rp 104 miliar, potensi zakat ASN Lembaga Negara Rp 71 miliar. Selanjutnya potensi zakat TNI dan Polri tercatat sebesar Rp 46 miliar dan potensi zakat pegawai BI dan OJK tercatat senilai Rp 16 miliar (Puskas BAZNAS, 2023). Data lebih lengkap tersedia pada tabel berikut:

Tabel 1. Potensi Zakat Penghasilan RI

No	Objek Zakat Penghasilan	Potensi Zakat (Rp)
1	Zakat ASN Lembaga Negara	71.998.000.880,59
2	Zakat ASN Kementrian	726.415.719.305,14
3	Zakat ASN Lembaga Pemerintah Non Kementerian	104.478.876.526,21
4	Zakat TNI dan POLRI	46.646.005.001,22
5	Zakat Pegawai BI dan OJK	16.311.516.678,91
6	Zakat Pegawai BUMN	2.574.397.820.262,55
7	Zakat Karyawan Perusahaan	2.301.575.801.942,09
	Total	5.839.822.740.596,70

Sumber: Outlook Zakat Indonesia 2023

Potensi zakat skala provinsi di Indonesia mencapai Rp 4,37 triliun. Potensi zakat skala provinsi berada di regional Jawa yaitu Provinsi Jawa Timur sebesar Rp 547,4 miliar, disusul Jawa Barat dan Jawa Tengah dengan potensi masing-masing

sebesar Rp 535,4 miliar dan Rp 505,4 miliar. Sedangkan potensi zakat di Banten sebesar Rp 105,0 (Puskas BAZNAS, 2023).

Data pada tabel 1 potensi zakat penghasilan RI di atas menunjukkan bahwa, potensi zakat terbesar kedua jatuh pada zakat karyawan perusahaan dengan jumlah Rp 2,301 triliun, sementara yang menempati urutan pertama adalah potensi zakat pegawai BUMN dengan jumlah Rp 2,574 triliun.

Laporan pengelolaan zakat nasional pengumpulan zakat, infak, dan sedekah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) RI dan Lembaga Zakat Nasional (LAZNAS) RI mencatat bahwa, pada triwulan ketiga tahun 2022 realisasi penghimpunan ZIS mencapai Rp 21 triliun (Kemenag, 2023) meningkat 30 % dari realisasi tahun sebelumnya yang hanya mencapai Rp 14,1 triliun (Baznas, 2022). Meskipun terjadi peningkatan jumlah realisasi penghimpunan ZIS, tetapi jumlah realisasi penghimpunan masih jauh dibandingkan dengan potensi ZIS pada tahun tersebut yang berjumlah Rp. 5.839 Triliun. kondisi ini juga terjadi di Provinsi Banten, realisasi penghimpunan ZIS tahun 2022 berjumlah Rp 24,06 miliar, meningkat 3 % dari tahun sebelumnya pencapaian perolehan sebesar Rp 23,36 miliar (Manuel, 2022). Masih terdapat gap yang sangat jauh antara potensi ZIS dan realisasinya di Provinsi Banten.

Berdasarkan ukuran, perusahaan terdiri atas tiga kategori, pertama perusahaan mikro dengan jumlah karyawan kurang dari 10 orang, kedua perusahaan kecil dengan jumlah karyawan antara 10 hingga 49 orang, dan perusahaan menengah dengan jumlah karyawan antara 50 sampai 249 orang, ketiga, perusahaan besar dengan jumlah karyawan lebih dari 250 orang. Perusahaan menengah dan besar di Provinsi Banten berdasarkan data terakhir BPS Provinsi Banten dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Jumlah Perusahaan Provinsi Banten

Kabupaten/Kota	Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten		
	2017	2018	2019
Kab Pandeglang	10.00	9.00	10.00
Kab Lebak	27.00	26.00	29.00
Kab Tangerang	1137.00	1131.00	1353.00

Najmudin, Ahyakudin, Pardiansyah, Sujai, Maelani, Sari

Kab Serang	245.00	236.00	309.00
Kota Tangerang	776.00	731.00	941.00
Kota Cilegon	95.00	86.00	103.00
Kota Serang	40.00	31.00	37.00
Kota Tangerang Selatan	185.00	180.00	145.00
Provinsi Banten	2515.00	2430.00	2927.00

Sumber: BPS Provinsi Banten Tahun 2020

Data pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa seluruh perusahaan di Banten pada tahun 2017 berjumlah 2515,00 mengalami penurunan 3 % pada tahun 2018 menjadi 2430,00, dan mengalami peningkatan Kembali sebanyak 20 % pada tahun 2019 menjadi 2927.00. Jumlah tenaga kerja yang terserap di sektor industri pengolahan besar dan sedang pada tahun 2020 sebanyak 709.851 orang atau rata-rata sebanyak 214 orang per perusahaan (BPS, 2020). Jumlah tenaga kerja yang banyak pada perusahaan tersebut mengkonfirmasi besarnya muzaki dan potensi zakat profesi pada Usaha Menengah Besar di Provinsi Banten

Dua di antara faktor yang dapat mempengaruhi minat membayar zakat adalah pengetahuan dan kesadaran zakat. (Nur & Zulfahmi, 2018), (Pertiwi, 2020), (Rasela, 2022), (Mulyana et al., 2019), (Mahardika, 2019), (Pertiwi, 2020), (Dewi Rafiah Pakpahan et al., 2021), (Rachma & Mardiana, 2022), (Martono et al., 2019), (Membayar & Mulyany, 2023), (Rosalinda et al., 2021), (Hamzah & Kurniawan, 2020), (Nugroho & Nurkhin, 2019), (Haki, 2020), (Najmudin et al., 2022) dan (Sari et al., 2021) dalam penelitian mereka menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat. Begitu juga (Imani, 2021), (Nurchayo & Hudrasyah, 2017), (Nasution, 2017), (Mutmainah, 2018), (Kartika, 2020), (Mahyudin et al., 2020), (Dewi Rafiah Pakpahan et al., 2021), hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat.

Kebaruan penelitian ini terletak pada objeknya, tidak ada satupun penelitian di atas yang meneliti karyawan Usaha Menengah Besar (UMB), terutama spesifik di Provinsi Banten. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1). Pengaruh pengetahuan zakat terhadap minat membayar zakat pada BAZNAS. (2 Pengaruh kesadaran zakat terhadap minat membayar zakat pada BAZNAS. Dan (3). Pengaruh

Pengaruh pengetahuan dan kesadaran zakat terhadap minat membayar zakat pada BAZNAS.

Pengetahuan Zakat

Menurut Yasin dkk (2018) dalam (Romdhoni & Sari, 2018) (Najmudin et al., 2022) pengetahuan diartikan sebagai ilmu atau pemahaman seseorang yang diperoleh setelah melakukan penelitian atau pembedahan. Haki, (2020) pengetahuan zakat merupakan kemampuan memahami informasi tentang zakat secara global, baik berkenaan dengan hukumnya, nilai yang harus dizakati, perencanaan pengumpulan zakat, pendayagunaan dana zakat, dan peningkatan pemahaman tentang wajibnya membayar zakat sebagai ibadah sosial untuk kesejahteraan umat. Pengetahuan merupakan faktor yang mampu mempengaruhi minat seseorang (yang berbeda sesuai tingkatannya) untuk membayar zakat (Mujaddid & Nugroho, 2019). Indikator Pengetahuan menurut (Romdhoni & Sari, 2018), yaitu (1) Pengetahuan atas zakat; (2) Pengetahuan jenis zakat; (3) Pengetahuan tentang sistem yang digunakan dalam zakat; (4) Pengetahuan akan manfaat zakat

Kesadaran Zakat

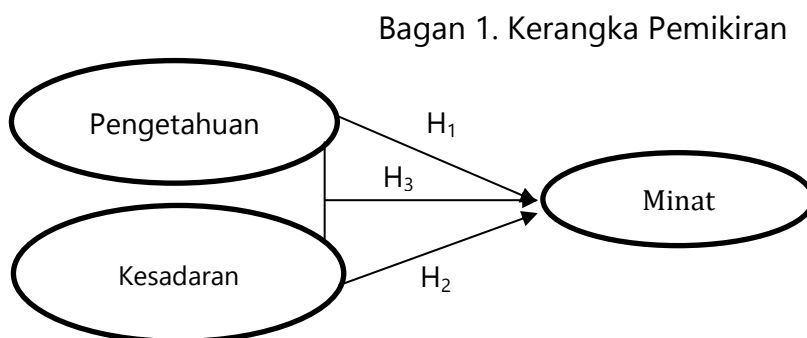
Kesadaran adalah gerakan pengendalian diri yang berkaitan dengan kehidupan seseorang, aturan, kepatuhan dan kemandirian dalam melakukan aktivitas dalam kehidupan (Mahyudin et al., 2020) (N. Najmudin et al., 2021). sedangkan Kesadaran zakat merupakan tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui masalah yang terkait dengan zakat. Kesadaran berzakat juga memiliki makna suatu keadaan dimana seseorang membayar zakat yang merupakan kewajibannya secara sukarela dan tanpa paksaan dari pihak lain (Imani, 2021). Sedangkan menurut Nurcahyo dan Hudrasyah (2017) dalam Widyanto dan Irfanur (2019) Kesadaran zakat adalah tingkat pemahaman bagi umat Islam untuk menyadari sepenuhnya tentang konsep zakat dan membentuk keputusan mereka untuk membayar zakat (Widyanto & Irfanur, 2019) & (Dewi Rafiah Pakpahan et al., 2021). Indikator untuk mengukur kesadaran zakat menurut Soekantor (2002) dalam (Imani, 2021) adalah (1) Pengetahuan muzaki tentang kewajiban membayar zakat, (2) pemahaman muzaki terkait kewajiban zakat, (3) sikap muzaki mengandung kecenderungan untuk membuat penilaian tertentu tentang kewajiban membayar zakat, dan (4) frekuensi membayar zakat.

Minat Membayar Zakat

Minat menurut Mappiare (2000) dalam (Nur & Zulfahmi, 2018) (S. Najmudin, 2021) adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Minat adalah kecenderungan untuk menyampaikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi disertai dengan perasaan cinta (Najmudin & Shihabudin, 2022). Sedangkan menurut Djaali (2012) dalam (Hamzah & Kurniawan, 2020) (N. Najmudin & Syihabudin, 2022) minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Sementara menurut Sholeh (2013) dalam (Setiawan, 2017) minat adalah dorongan internal dan eksternal yang berhubungan dengan sikap untuk memutuskan memenuhi kewajiban zakat. Menurut Crow dan Crow (1989) dalam (Asnaini, 2017) minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Menurut Lucas dan Britt dalam (Ayuningtyas & Sari, 2020) Aspek minat adalah (1) Ketertarikan (interest) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang, (2) Keinginan (desire) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. (3). Keyakinan (convition) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri sendiri terhadap kualitas, kuantitas, daya guna, keuntungan dari pembayaran zakat. Indikator yang digunakan untuk mengukur minat minat adalah (1) dorongan dari dalam diri individu, (2) motif sosial dan (3) faktor emosional (Setiawan, 2017) &, sedangkan minat terdiri atas 4 indikator, yaitu (1) Minat Transaksional, (2) Minat Refrensial, (3) Minat Preferensial, dan (4) Minat Eksploratif (Imani, 2021) & (Irfan et al., 2020).

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori di atas, maka kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Peneliti (2022)

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Pengetahuan zakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat pegawai Usaha Menengah Besar (UMB) untuk membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten.

H2: Kesadaran zakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat pegawai Usaha Menengah Besar (UMB) membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten.

H3: Pengetahuan dan kesadaran zakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat pegawai Usaha Menengah Besar (UMB) membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut (Arikunto, 2010) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematis. Populasi menurut (Arikunto, 2010) adalah keseluruhan subyek penelitian (Bachtiar, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Usaha Menengah Besar (UMB) yang berada di Provinsi Banten. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat (Ferdinand, 2002), yang menyatakan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5-10. Maka jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebesar 120 responden, yang diperoleh dari jumlah seluruh indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 12, kemudian dikalikan 10 ($12 \times 10 = 120$).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut (Bungin, 2015) data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri untuk dimanfaatkan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner. Kuesioner menurut (Bungin, 2015) adalah metode angket atau berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan yang diinput dalam googleform, kemudian dikirim pada responden untuk diisi. Kuesioner disebarakan kepada 120 karyawan Usaha Menengah Besar (UMB) Provinsi Banten

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, alat analisis yang digunakan adalah program SPSS versi 23, uji yang dilakukan pertama adalah uji validitas yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Selanjutnya uji reliabilitas dimana suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Setelah instrument valid dan reliabel, kemudian dilakukan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), kemudian setelah itu dilakukan analisis regresi linier berganda, karena terdapat dua variabel independen dalam penelitian ini. Uji

hipotesis yang terdiri dari uji t untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Selanjutnya uji F untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Dan uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui sumbangan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen (Ulya & Karneli, 2018) (Syihabudin & Najmudin, 2022)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini terdiri dari skor minimum, skor maksimum dan nilai rata-rata dari masing-masing variabel. Statistik deskriptif bertujuan memberikan gambaran terhadap data-data pada variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut hasil analisis statistik deskriptif dari masing-masing variabel:

Tabel 1 Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Kategori
Pengetahuan Zakat	120	8.00	20	16.44	Tinggi
Kesadaran Zakat	120	7.00	20	15.60	Tinggi
Minat Membayar Zakat	120	10.00	20	14.49	Tinggi

Sumber: Data SPSS Diolah, 2023

Hasil uji statistic deskriptif pada tabel 1 di atas menunjukkan bahwa skor minimum untuk masing-masing variabel pengetahuan zakat, kesadaran zakat dan minat membayar zakat sebesar 8.0, 7.0, dan 10.0, sedangkan skor maksimum masing-masing variabel berjumlah 20, 20, dan 20, dan skor rata-rata masing-masing variabel yaitu 16,44, 15,60, dan 14.49. dari skor rata-rata jawaban responden, maka bisa disimpulkan skor jawaban tersebut termasuk kategori tinggi, karena berada di atas angka 10. Artinya bahwa para responden mempersepsikan masing-masing variabel untuk mempengaruhi minat berwakaf uang adalah tinggi.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji validitas seluruh item pertanyaan angket dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Nilai R_{Hitung}	Nilai R_{Tabel}	Kesimpulan
Variabel Pengetahuan Zakat			
X _{1.1}	0.802	0.195	Valid
X _{1.2}	0.879	0.195	Valid
X _{1.3}	0.832	0.195	Valid
X _{1.4}	0.848	0.195	Valid
Variabel Kesadaran Zakat			
X _{2.1}	0.839	0.195	Valid
X _{2.2}	0.862	0.195	Valid
X _{2.3}	0.837	0.195	Valid
X _{2.4}	0.852	0.195	Valid
Variabel Minat Membayar Zakat			
Y.1	0.714	0.195	Valid
Y.2	0.674	0.195	Valid
Y.3	0.793	0.195	Valid
Y.4	0.676	0.195	Valid

Sumber. Data SPSS Diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas diketahui, nilai r_{hitung} seluruh item pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} (0.195), sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dalam kuesioner yang diisi oleh para responden seluruhnya valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji reliabilitas Cronbach's Alpha seluruh item pertanyaan angket dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha value	R Value Table	Kesimpulan
Pengetahuan Zakat (X1)	0.860	0.195	Reliabel
Kesadaran Zakat (X2)	0.869	0.195	Reliabel
Minat Membayar Zakat (Y)	0.660	0.195	Reliabel

Sumber: Data SPSS Diolah 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai cronbach's alpha variabel pengetahuan zakat (X1) lebih besar dari r_{table} ($0.860 > 0.195$), nilai cronbach's alpha variabel kesadaran zakat (X2) lebih besar dari r_{table} ($0.869 > 0.195$) dan nilai cronbach's alpha variabel minat membayar zakat (Y) lebih besar dari r_{table} ($0.660 > 0.195$). Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel dan handal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji normalitas Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Unstandardized Predicted

		Value
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	14.4916667
	Std. Deviation	1.77268623
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.060
Test Statistic		.068
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 SPSS Diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi dari pengujian Kolmogorov Smirnov lebih besar dari nilai alpha ($0.200 > 0.05$), sehingga dapat dikatakan residual data model berdistribusi normal atau asumsi normalitas telah terpenuhi

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF

1	(Constant)	2.731	1.214		2.250	.026		
	Pengetahuan Zakat	.484	.073	.536	6.652	.000	.669	1.495
	Kesadaran Zakat	.256	.086	.239	2.969	.004	.669	1.495

a. Dependent Variable: Minat Membayar Zakat

Sumber. Data SPSS Diolah, 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel pengetahuan zakat dan variabel kesadaran zakat masing-masing memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0.10 ($0.669 > 0.10$) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 ($1.495 < 10$), maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.960	.724		2.706	.008
	Pengetahuan Zakat	.010	.043	.026	.234	.815
	Kesadaran Zakat	-.041	.051	-.091	-.806	.422

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Data SPSS Diolah, 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel pengetahuan zakat lebih besar daripada nilai alpha ($0.815 > 0.05$) dan nilai signifikansi variabel kesadaran zakat lebih besar daripada nilai alpha ($0.422 > 0.05$), maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.492	.483	1.81646

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Zakat, Pengetahuan Zakat

Sumber. Data SPSS Diolah, 2023

Tabel hasil uji di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi variabel pengetahuan zakat dan kesadaran zakat terhadap minat membayar zakat sebesar 0.483. nilai tersebut mengindikasikan bahwa minat membayar zakat dipengaruhi oleh pengetahuan dan kesadaran zakat sebesar 48,3 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji F Statistik

Uji F Hitung dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji F Hitung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji F Hitung

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	373.948	2	186.974	56.667	.000 ^b
	Residual	386.044	117	3.300		
	Total	759.992	119			

a. Dependent Variable: Minat Membayar Zakat

b. Predictors: (Constant), Kesadaran Zakat, Pengetahuan Zakat

Sumber. Data SPSS Diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji F statistik di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} variabel pengetahuan dan kesadaran zakat sebesar 56.667 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000. sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3.07 dan nilai alpha sebesar 0.05. bila dibandingkan, nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($56.667 > 3.07$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.000 < 0.05$). dengan demikian maka pengetahuan dan kesadaran zakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten.

Uji T Statistik

Uji t hitung masing-masing variabel religiusitas dan sertifikasi halal terhadap minat beli dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji t hitung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Hasil Uji t Hitung

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
			Beta			
1	(Constant)	2.731	1.214		2.250	.026
	Pengetahuan Zakat	.484	.073	.536	6.652	.000
	Kesadaran Zakat	.256	.086	.239	2.969	.004

a. Dependent Variable: Minat Membayar Zakat

Sumber. Data SPSS Diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji t statistik pada tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung variabel pengetahuan zakat sebesar 6.652 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000. sedangkan t tabel variabel pengetahuan zakat adalah 1.661 dan nilai alpha 0,05. bila dibandingkan, nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{table} ($6.652 > 1.661$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai alpha ($0.000 < 0.05$). dengan demikian,

maka pengetahuan zakat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat. Dan diketahui bahwa nilai t hitung variabel kesadaran sebesar 2.969 dan nilai alpha sebesar 0.004. sedangkan nilai tabelnya 1.661 dan nilai alpha 0,05. Bila dibandingkan, nilai t hitung lebih besar daripada t table ($2.969 > 1.661$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai alpha ($0.004 < 0.05$). dengan demikian, maka kesadaran zakat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian di atas, diketahui bahwa nilai t hitung variabel pengetahuan zakat sebesar 6.652 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000. sedangkan t tabel variabel pengetahuan zakat adalah 1.661 dan nilai alpha 0,05. bila dibandingkan, nilai t hitung lebih besar daripada t table ($6.652 > 1.661$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai alpha ($0.000 < 0.05$). dengan demikian, maka pengetahuan zakat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat. Maka semakin baik pengetahuan pegawai Usaha Mikro Besar (UMB) tentang zakat, maka semakin besar pula minat mereka untuk membayar zakat profesi pada BAZNAS Provinsi Banten. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Nur & Zulfahmi, 2018), (Pertiwi, 2020), (Rasela, 2022), (Mulyana et al., 2019), (Mahardika, 2019), (Pertiwi, 2020), (Dewi Rafiah Pakpahan et al., 2021), (Rachma & Mardiana, 2022), (Martono et al., 2019), (Membayar & Mulyany, 2023), (Rosalinda et al., 2021), (Hamzah & Kurniawan, 2020), (Nugroho & Nurkhin, 2019), (Haki, 2020) dan (Sari et al., 2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat.

Berdasarkan hasil penelitian di atas juga diketahui, nilai t hitung variabel kesadaran sebesar 2.969 dan nilai alpha sebesar 0.004. sedangkan nilai tabelnya 1.661 dan nilai alpha 0,05. Bila dibandingkan, nilai t hitung lebih besar daripada t table ($2.969 > 1.661$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai alpha ($0.004 < 0.05$). dengan demikian, maka kesadaran zakat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten, maka semakin baik kesadaran karyawan Usaha Menengah Besar (UMB), maka semakin besar pula minat mereka untuk membayar zakat profesi pada BAZNAS Provinsi Banten. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Begitu juga (Imani, 2021), (Nurchahyo & Hudrasyah, 2017), (Nasution, 2017), (Mutmainah, 2018), (Kartika, 2020), (Mahyudin et al., 2020), (Dewi Rafiah Pakpahan et al., 2021), hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat.

Sedangkan hasil uji F statistik berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui, bahwa nilai F hitung variabel pengetahuan dan kesadaran zakat sebesar 56.667 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000. sedangkan nilai F tabel sebesar 3.07 dan nilai

alpha sebesar 0.05. bila dibandingkan, nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($56.667 > 3.07$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.000 < 0.05$). dengan demikian maka pengetahuan dan kesadaran zakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten. Oleh karena itu, semakin baik pengetahuan dan kesadaran zakat yang dimiliki pegawai Usaha Mikro Besar di Provinsi Banten, semakin besar pula minat mereka untuk membayar zakat profesi pada BAZNAS Provinsi Banten. Nilai koefisien korelasi variabel pengetahuan dan kesadaran zakat terhadap minat membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten sebesar 0.483. nilai tersebut mengindikasikan bahwa minat membayar zakat dipengaruhi oleh pengetahuan dan kesadaran zakat sebesar 48,3 persen, sedangkan 51,7 persen sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka (1). Pengetahuan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pegawai Usaha Menengah Besar (UMB) untuk membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten, (2) Kesadaran zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pegawai Usaha Menengah Besar (UMB) untuk membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten, Dan (3). Pengetahuan dan kesadaran zakat berpengaruh secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pegawai Usaha Menengah Besar (UMB) untuk membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten. Minat membayar zakat pada BAZNAS Provinsi Banten dipengaruhi oleh pengetahuan dan kesadaran zakat sebesar 48,3 persen, sedangkan 51,7 persen sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Referensi

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revi). Rineka Cipta.
- Asnaini. (2017). Minat muzakki membayar zakat melalui lembaga (studi kasus di provinsi bengkulu). *Nuansa*, X(1), 66–74.
- Ayuningtyas, R. D., & Sari, R. L. (2020). Analisis Minat Muzakki Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Semarang. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 45–54. <https://doi.org/10.31942/akses.v15i1.3360>
- Bachtiar, D. I. (2018). Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Gula Kelapa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 52–60.
- Baznas. (2022). BAZNAS Tetapkan Delapan Program Prioritas Nasional Tahun 2023. [Baznas.Go.Id](https://www.baznas.go.id).

- https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Tetapkan_Delapan_Program_Prioritas_Nasional_Tahun_2023/1182
- BPS. (2020). Statistik Industri Besar dan Sedang di Provinsi Banten.
- Bungin, S. (2015). Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Volume 2). Kencana.
- Dewi Rafiah Pakpahan, Ahmad Fadli, Martin, Maya Andiriani, & Sabaruddin Chaniago. (2021). Efforts To Increase Interest In Paying Zakat With Knowledge And Self-Awareness. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 1956–1960. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i6.396>
- Ferdinand. (2002). Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen (Edisi Revi). Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Haki, U. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Fitrah. *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1), 81. <https://doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8182>
- Hamzah, Z., & Kurniawan, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(1), 30–40. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(1\).5114](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(1).5114)
- Imani, D. M. C. (2021). the Influence of Family Economic Conditions, Zakat Awareness, and Reference Groups on the Interest in Paying Zakat Mal. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 2021(1), 38–53. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/profita/article/view/17721%0Ahttps://journal.student.uny.ac.id/index.php/profita/article/viewFile/17721/17085>
- Irfan, R. jannah, Ashal, F. F., & Aulia, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah. *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1), 34. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8578>
- Kartika, I. K. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.558>
- Kemenag. (2023). Gelar Rakornas Zakat 2023, Kemenag Ungkap Pengumpulan ZIS Capai 21 Triliun. [Dki.Kemenag.Go.Id. https://dki.kemenag.go.id/berita/gelar-rakornas-zakat-2023-kemenag-ungkap-pengumpulan-zis-capai-21-triliun](https://dki.kemenag.go.id/berita/gelar-rakornas-zakat-2023-kemenag-ungkap-pengumpulan-zis-capai-21-triliun)
- Kusnandar, V. B. (2021). Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam. [Databoks.Katadata.Co.Id. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam](https://databoks.katadata.co.id)
- Mahardika, T. P. (2019). The Effect Of Knowledge and Religiosity On Purchase Intention WWITHS Consumer's Attitude as The Mediation Variable (A Study On Wardah Cosmetics Consumer In Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(2), 83–93.

- Mahyudin, Irfan, & Widia Astuty. (2020). Optimization to Raise Awareness of Paying Zakat through Accountability and Quality of Service As Moderation Variables. *International Journal of Science, Technology & Management*, 1(4), 306–310. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v1i4.94>
- Manuel, V. (2022). Milad Ke-20 Tahun, Baznas Banten Berkiprah Membangun Penanggulangan Kemiskinan di Banten. *Gerbangbanten.Co.Id*. <https://gerbangbanten.co.id/milad-ke-20-tahun-baznas-banten-berkiprah-membangun-penanggulangan-kemiskinan-di-banten/>
- Martono, S., Nurkhin, A., Lutfhiyah, F., Fachrurrozie, Rofiq, A., & Sumiadji. (2019). The relationship between knowledge, trust, intention to pay zakah, and zakah-paying behavior. *International Journal of Financial Research*, 10(2), 75–81. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n2p75>
- Membayar, M., & Mulyany, R. (2023). Pengetahuan, Religiusitas, Budaya dan Kepercayaan dan Minat Muzakki Membayar Zakat. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(April), 1698–1706.
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Mulyana, A., Mintarti, S., & Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Pemahaman Dan Religiusitas Serta Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Oleh Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) KALTIM Kota Balikpapan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, 3(4), 10.
- Mutmainah, L. (2018). The Role of Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.284>
- Najmudin, Atiah, I. N., Sujai, & Aziz, A. (2022). Minat Milenial Kota Serang Dalam Berwakaf Uang Melalui Platform Digital di Masa New Normal. *SYI'AR IQTISHADI Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 7(2), 183–198.
- Najmudin, N., & Syihabudin, S. (2022). Religiosity and Halal Certification: Its Effect on Interest in Buying Traditional Food. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 79. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v6i2.2994>
- Najmudin, N., Syihabudin, S., & Fatoni, A. (2021). the Effect of Halal Awareness and Food Ingredients on Consumer Interests of Culinary Seafood Beach Tourism. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 23–38. <https://doi.org/10.32678/ijeiv12i1.273>
- Najmudin, S. (2021). Religiosity and Halal Certification : Its Effect on Interest in Buying Traditional Food. *Li Falah Journal of Islamic Economics and Business Studies*, 6(2), 79–96.
- Najmudin, & Shihabudin. (2022). Subjective Norms and Behavioral Control: The Effectiveness on Interest in Sharia Insurance. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*,

- 8(01), 39–46.
- Nasution, E. Y. (2017). Pengaruh Pendidikan, Pendapatan dan Kesadaran Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS): Studi Kasus Kota Medan. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(2), 147–158. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v17i2.1797>
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh religiusitas, pendapatan, pengetahuan zakat terhadap minat membayar zakat profesi melalui Baznas dengan faktor usia sebagai variabel moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 955–966. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>
- Nur, M. M., & Zulfahmi. (2018). Pengaruh Pengetahuan , Pendapatan , dan Kepercayaan , Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat. *Ekonomi Regional Unimal*, 01(3), 19–29.
- Nurchayyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Purchase Intention. *Journal of Business and Management*, 6(1), 21–31.
- Pertiwi, I. S. M. (2020). Pengaruh tingkat pendapatan, literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada baznas provinsi lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 1–9.
- Puskas BAZNAS. (2023). Outlook Zakat Indonesia 2023 Badan Amil Zakat Nasional. Pusat Kajian Strategis-Badan Amil Zakat Nasional.
- Rachma, A., & Mardiana. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Akses Media Informasi Terhadap Minat Berwakaf Sukuk Wakaf Adenia. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1), 22–27. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.1663>
- Rasela, F. (2022). Pengaruh Literasi Wakaf terhadap Minat Mahasiswa Berwakaf pada Forum Wakaf Mahasiswa Indonesia. *Jurnal Riset Perbankan Syariah (JRPS)*, 7(2), 69–76.
- Rizaty, M. A. (2022). Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Rosalinda, M., Abdullah, A., & Fadli, F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Umkm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 67–80. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.1.67-80>
- Sari, I. I., Kanzu, A., & Kosim, N. (2021). Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Kabupaten (Survey Masyarakat Kp . Cogreg Desa Keboncau). 2016, 1–6.

- Setiawan, F. (2017). MEMBAYAR ZAKAT PROFESI (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 13–21.
- Syihabudin, S., & Najmudin, N. (2022). Intensi Berinvestasi Pada Pasar Modal Syariah; Studi Empiris Pada Masyarakat Milenial Provinsi Banten. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(2), 528–534. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2483>
- Ulya, A. N., & Karneli, O. (2018). Pengaruh Diversifikasi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Rabbani Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*, 5(Edisi II Juli – Desember), 1–14.
- Widyanto, H. A., & Irfanur, M. K. (2019). Faith-Based Marketing: Antecedents of Purchase Intention for Halal-Certified Personal Care Products. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 421. <https://doi.org/10.24912/jmie.v3i2.7338>