

**PENGARUH LITERASI ZAKAT, PENDAPATAN USAHA,
DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KESADARAN
MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN DI LAZ DOMPET
DHUAFABANTEN
(Studi pada Pelaku Usaha Provinsi Banten)**

KONSENTRASI BISNIS SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi (S-1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



OLEH

MUHAMMAD LUTHFAN KARIM

5554200032

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Luthfan Karim

NIM : 5554200032

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini dengan judul: "Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan Usaha, dan Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten (Studi Pada Pelaku Usaha Provinsi Banten)" Benar-benar hasil karya saya sendiri. Bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Serang, 18 Mei 2024



Muhammad Luthfan Karim

5554200032

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH LITERASI ZAKAT, PENDAPATAN USAHA,
DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KESADARAN
MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN DI LAZ DOMPET
DHUAFABANTEN**

(Studi Pada Pelaku Usaha Provinsi Banten)

SKRIPSI

KONSENTRASI BISNIS SYARIAH

Skripsi ini telah disetujui untuk diuji pada Sidang Skripsi di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang-Banten

MUHAMMAD LUTHFAN KARIM

5554200032

Serang, 15 Mei 2024

Menyetujui

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Dr. Syihabudin, M.Si
NIP. 196701102002121001



Mohamad Ainun Najib, Lc., M.Si
NIP. 201601262100

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Najmudin, Lc, M.E.
NIP. 198603212019031005

LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi dengan judul:

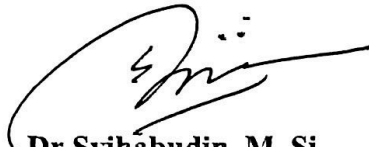
PENGARUH LITERASI ZAKAT, PENDAPATAN USAHA, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KESADARAN MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN DI LAZ DOMPET DHUAFA BANTEN (Studi Pada Pelaku Usaha Provinsi Banten)

Telah diuji dalam Sidang Skripsi yang diselenggarakan oleh Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan dinyatakan:

LULUS

Pada hari Rabu, 03 Juli 2024, Oleh Dewan Penguji.

Pembimbing I



Dr. Syihabudin, M. Si
NIP. 196701102002121001

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Prof. Dr. Tubagus Ismail, S.E., M.M., Ak.,
CA., CMA., CPA.**
NIP. 197312302001121001

Pembimbing II



Mohamad Ainun Najib, Lc., M. Si
NIP. 201601262100

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah




Najmudin, Lc., M.E.
NIP. 198603212019031005

DEWAN PENGUJI

1. **Mohamad Ainun Najib, Lc., M. Si**

NIP. 201601262100


(Ketua Penguji)

() (31/7/2024)

2. **Ahyakudin, S.E., M.M.**

NIP. 197110122006041007

(Anggota Penguji I)

() (23/7/2024)

3. **Najmudin, Lc., M.E.**

NIP. 198603212019031005

(Anggota Penguji II)

() (17/7/2024)

Nama	: Muhammad Luthfan Karim
Nomor Induk Mahasiswa (NIM)	: 5554200032
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Jenjang Pendidikan	: Strata-1 (S1)

ABSTRAK

Muhammad Luthfan Karim, 2024 dengan judul “**Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan Usaha, dan Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten (Studi pada Pelaku Usaha Provinsi Banten)**” dibawah bimbingan pembimbing skripsi “**Dr. Syihabudin, M.Si dan Mohamad Ainun Najib, Lc., M.Si**”

Fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah literasi zakat berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Banten, pengaruh pendapatan usaha terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan pada LAZ Dompot Dhuafa Banten, pengaruh lingkungan sosial terhadap kesadaran membayar zakat di LAZ Dompot Dhuafa Banten dan mengetahui apakah literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha di Banten.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 70 orang dari pelaku usaha provinsi Banten yang beragama Islam didapat dari rumus ferdinand. Adapun alat analisis dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 23 pada seluruh uji termasuk uji hipotesis. Hasil uji parsial penelitian ini menunjukkan bahwa literasi zakat berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha di Banten dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($4,397 > 1,668$) , pendapatan usaha berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha di Banten dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,307 > 1,668$) , dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha di Banten dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($4,407 > 1,668$) . Lalu hasil uji simultan menunjukkan literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha di Banten dengan hasil f hitung lebih besar dari f tabel ($32,978 > 2,740$). Literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Banten secara bersama-sama sebesar 68,7%.

Kata kunci: Literasi Zakat, Pendapatan Usaha, Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan

ABSTRACT

Muhammad Luthfan Karim, 2024 with the title "The Influence of Zakat Literacy, Business Income, and Social Environment on Awareness of Paying Trade Zakat at LAZ Dompot Dhuafa Banten (Study on the Businessman of Banten Province)" under the guidance of the thesis supervisor "Dr. Syihabudin, M.Si and Mohamad Ainun Najib, Lc., M.Si"

The focus of this research is to find out whether zakat literacy has an effect on awareness of paying trade zakat at LAZ Dompot Dhuafa Banten among the businessman in Banten, the influence of business income on awareness of paying trade zakat at LAZ Dompot Dhuafa Banten, the influence of the social environment on awareness of paying trade zakat at LAZ Dompot Dhuafa Banten and find out whether zakat literacy, business income and the environment influence the awareness of paying trade zakat at LAZ Dompot Dhuafa Banten among the businessman in Banten.

The sample in this research consisted of 70 people from business actors in Banten province who were Muslim. A sample of 70 people was obtained from the Ferdinand formula. The analytical tool in this research uses the SPSS version 23 program for all tests including hypothesis testing. The partial test results of this research show that zakat literacy influences the awareness of paying trade zakat in LAZ Dompot Dhuafa Banten among the businessman in Banten with t calculated being greater than t table ($4.397 > 1.668$), business income has a significant effect on awareness of paying trade zakat in LAZ Dompot Dhuafa Banten in the Banten businessman with a t count greater than the t table ($2.307 > 1.668$), and the social environment influences awareness of paying trade zakat in LAZ Dompot Dhuafa Banten on the businessman in Banten with a t count greater than the t table ($4.407 > 1.668$). Then the results of the simultaneous test show that zakat literacy, business income and social environment have a significant influence on awareness of paying trade zakat in the LAZ Dompot Dhuafa Banten among the businessman in Banten with the calculated f result being greater than the f table ($32.978 > 2.740$). Zakat literacy, business income, and social environment influence the awareness of paying trade zakat at LAZ Dompot Dhuafa Banten among the businessman in Banten together by 68.7%

Keywords: Zakat Literacy, Business Income, Awareness of Paying Trade Zakat

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'Alamin, puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT yang masih memberikan nikmat iman serta nikmat Islam sehingga saya bisa menyelesaikan proposal penelitian dalam memenuhi syarat dalam mencapai gelar S-1 Pada Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dengan penelitian saya yang berjudul **“PENGARUH LITERASI ZAKAT , PENDAPATAN USAHA, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KESADARAN MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN DI LAZ DOMPET DHUAFA BANTEN (Studi Pada Pelaku Usaha Provinsi Banten)”**

Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti mendapat dukungan dari berbagai pihak, baik berupa doa, arahan, motivasi, bantuan serta bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Emprimadona Susanti dan Mohammad Romizal yang selalu memberi dukungan terhadap saya dalam menyelesaikan skripsi.
2. Prof. Dr. Ir. H. Fatah Sulaiman, ST., MT selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
3. Prof. Dr. Tubagus Ismail, S.E., MM., CMA., CPA selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
4. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Bapak Najmudin, Lc., M.E dan Ibu Isti Nuzulul Atiah, Lc., Ma. Ek

5. Bapak Dr. Syihabudin, M.Si dan Bapak Mohamad Ainun Najib, Lc., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan motivasi agar segera menyelesaikan penelitian ini.
6. Bapak Muhammad Abduh, S. Sy.,MH selaku dosen pembimbing yang sejak awal semester selalu memberikan arahan mengenai judul dan penyusunan skripsi walaupun di lain mata kuliah.
7. Bapak Mokhlas Pidono selaku kepala cabang Dompot Dhuafa Banten dan Mas Aan Wahyu Purnomo selaku PIC/Koordinator Dompot Dhuafa Banten yang sudah bersedia Dompot Dhuafa Banten dijadikan tempat penelitian dan sudah membantu dalam *approve* pengajuan penelitian dan memberikan data yang dibutuhkan untuk penelitian.
8. Teman satu perjuangan di Konsentrasi Bisnis Syariah yang dinamakan "JOKER KELUH KESAH" bernama Abdullah Hadi, Muhammad Khaeru Fathurrohman, Syuhada, Saepul Amri, Nurul Zaeni, Muhamad Sihabudin, dan Muhammad Shihab Nurrudin yang selalu membantu, memberikan motivasi, dan bersedia menjadi tempat keluh kesah selama proses pengerjaan skripsi
9. Sultan Arrya Farabie sebagai teman satu jurusan yang paling dekat dan sudah kenal sejak SMA dan kembali satu kampus, jurusan, dan satu kost.
10. Rayhan Agsana Fatekhah dan Fathul Azis Almaulidi sebagai teman satu bimbingan bersama Bapak Mohamad Ainun Najib, LC., M.Si
11. Teman-teman satu organisasi di KSEI IES UNTIRTA dan satu UKM Olahraga (UKM Basket Untirta).

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi yang saya susun masih jauh dari kata sempurna dan mungkin masih terdapat kesalahan penggunaan kata. Maka dari itu, kritik dan saran sangat saya harapkan untuk memajukan kualitas penulisan saya kedepannya agar selalu menjadi lebih baik. Tentu saya sangat berharap hasil penelitian yang sudah saya buat dapat bermanfaat untuk orang lain dan juga tentunya bermanfaat untuk saya pribadi terutama bagi mahasiswa di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Terima kasih

Wabillaahi Taufik Wal Hidayah,

Wassalamualaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Serang, 15 Mei 2024

Penulis



Muhammad Luthfan Karim

5554200032

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Lawanmu yang sesungguhnya adalah dirimu sendiri”

“Kunci keberhasilan yang sebenarnya adalah konsistensi” (B.J. Habibie)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orangtua saya dan semua teman di sekitar saya yang selalu support dan ada buat saya disaat senang maupun sulit dengan harapan gelar yang saya raih bisa membawa saya menuju ke masa depan yang cerah agar bisa berguna untuk banyak orang.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BABI PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Zakat.....	20

2.1.2	Zakat Perdagangan	32
2.1.3	Teori Literasi Zakat	39
2.1.4	Teori Pendapatan Usaha.....	43
2.1.5	Teori Lingkungan Sosial	47
2.1.6	Teori Kesadaran	53
2.1.7	Organisasi Pengelola Zakat.....	57
2.2	Kerangka Pemikiran	61
2.3	Hipotesis	62
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	64
2.5	Studi Terdahulu.....	66
BAB III METODE PENELITIAN.....		72
3.1	Jenis Penelitian.....	72
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	73
3.3	Populasi dan Sampel.....	75
3.4	Sumber Data.....	77
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	78
3.6	Teknik Analisis.....	80

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	88
4.1 Hasil Penelitian.....	88
4.1.1 Gambaran Umum Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Banten...	88
4.1.2 Analisis Deskriptif Responden.....	92
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	97
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	102
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	105
4.1.6 Uji Analisis Linear Berganda.....	108
4.1.7 Uji Hipotesis	111
4.1.8 Uji Determinasi (Adjusted R Square)	113
4.2 Pembahasan Hasil Statistik	114
4.2.1 Pengaruh Literasi Zakat terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada Masyarakat Banten	114
4.2.2 Pengaruh Pendapatan Usaha terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada Masyarakat Banten	116
4.2.3 Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada Masyarakat Banten	117
4.2.4 Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan Usaha, dan Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di Dompot Dhuafa Banten Pada Masyarakat Banten.....	119

BABV KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN.....	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Potensi Zakat Indonesia 2020	2
Tabel 1.2 Potensi Zakat Banten 2022	3
Tabel 1.3 Pra-Survei Problematika Lingkungan Sosial	11
Tabel 1.4 Gap Research variabel Literasi Zakat terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan	12
Tabel 1.5 Gap Research Variabel Pendapatan terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan	13
Tabel 1.6 Jumlah Muzakki DD Banten 21-23	14
Tabel 1.7 Penerimaan Zakat LAZ Dompot Dhuafa Banten Periode 2021-2023 ..	14
Tabel 1.8 Pra-Survei Pengetahuan Masyarakat Provinsi Banten terhadap Dompot Dhuafa Banten	15
Tabel 2.1 Jumlah OPZ Indonesia tahun 2023	58
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	67
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	73
Tabel 3.2 Kategori Skala Likert	79
Tabel 4.1 Domisili Responden.....	93
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	94
Tabel 4.3 Usia Responden.....	95
Tabel 4.4 Kesudahan Membayar Zakat Perdagangan di DD Banten.....	96
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Literasi Zakat	97
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Pendapatan Usaha	98

Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Lingkungan Sosial	99
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran.....	100
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	102
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	104
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov	105
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	106
Tabel 4.13 Hasil Uji Glesjer (Heteroskedastisitas)	107
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	109
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial)	111
Tabel 4.16 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	113
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kecenderungan Membayar Zakat tanpa melalui Lembaga.....	5
Gambar 1.2 Indeks Literasi Zakat Nasional dan Provinsi Banten	6
Gambar 1.3 Pra Survei Pemahaman Masyarakat Banten mengenai Zakat Perdagangan dan Cara Perhitungannya	8
Gambar 1.4 Pra Survei Pengetahuan Masyarakat akan Konteks, Regulasi, dan Penyaluran Dana Zakat	9
Gambar 1.5 Pra Survei Asumsi Masyarakat Banten Pengaruh Besarnya Pendapatan memengaruhi Sadarnya Zakat Perdagangan	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	61
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dompot Dhuafa Banten.....	90
Gambar 4.2 Hasil Uji Scatterplot (Heteroskedastisitas)	108

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan data dari The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC), tercatat bahwa Indonesia adalah negara dengan jumlah umat Islam terbesar secara global, dengan total penduduk muslim mencapai 240,62 juta orang pada tahun 2023. Angka ini merupakan 86,7% dari keseluruhan penduduk nasional yang berjumlah 277,53 juta orang pada tahun yang sama (Annur, 2023).

Zakat merupakan sebuah ibadah wajib yang memiliki dampak ekonomi dalam distribusi kekayaan di masyarakat, meningkatkan pembangunan ekonomi maupun keseimbangan daya beli yang dapat membasmi kemiskinan (Canggih *et al.*, 2018). Menurut Puskas BAZNAS (2019) dalam buku *Zakatnomics* (2019) bahwasannya salah satu penyangga perekonomian di Indonesia adalah sektor perdagangan. Sektor ini dapat berpengaruh banyak dalam memajukan perekonomian di Indonesia dalam konteks PDB (Produk Domestik Bruto). Secara makro, sektor perdagangan itu termasuk ke dalam aktivitas ekonomi yang dilakukan secara agregat dalam “globalisasi perekonomian”. Globalisasi perekonomian adalah suatu mekanisme aktivitas dalam ekonomi dan dagang dimana di seluruh dunia semua negara menjadi satu ketangguhan pasar yang semakin terkonsolidasi dengan tanpa gangguan batas teritorial negara dan daya saing antar negara. Oleh karena itu zakat harus dikelola dengan baik mungkin.

Potensi zakat di Indonesia selalu mengalami kenaikan. dilihat dari Puskas BAZNAS (2021) Potensi zakat mencapai angka 233,8 triliun atau senilai 1,72% dari PDB tahun 2018 yang senilai Rp13.588,8 triliun, sedangkan pada tahun 2020 potensi zakat di Indonesia secara keseluruhan mencapai angka Rp327,6 triliun sedangkan zakat perdagangan sendiri mencapai angka 139,7 triliun atau sekitar 42% dari total keseluruhan potensi zakat di Indonesia (Rahmat *et al.*, 2023). potensi zakat tahun 2020 terdata dengan tabel yang ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Potensi Zakat Indonesia 2020

No	Objek Zakat	Potensi Zakat
1	Pertanian	19,79 T
2	Peternakan	9,51 T
3	Uang	58,76 T
4	Penghasilan	139,07 T
5	Perusahaan	144, 5 T
Total Potensi Zakat		327,6 T

Sumber: Syihabudin & Najmudin, 2022

Dalam pengukuran BAZNAS RI, Kemampuan dalam mengumpulkan dana zakat di Indonesia sangat potensial, dengan estimasi mencapai angka Rp5,8 triliun. Sumbangan terbesar berasal dari zakat penghasilan pegawai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berjumlah Rp2,57 triliun. Ini diikuti oleh kontribusi dari karyawan perusahaan nasional sebesar Rp2,301 miliar, serta zakat dari Aparatur Sipil Negara (ASN) di kementrian dengan total Rp726 miliar. Zakat dari

ASN di Lembaga Pemerintah Non Kementrian tercatat sebesar Rp102 miliar, dari ASN di Lembaga Negara sekitar Rp71 miliar, dan dari anggota TNI dan Polri sejumlah Rp46 miliar. Sementara itu, zakat dari pegawai BI dan OJK memiliki potensi sebesar Rp16 miliar (Puskas BAZNAS, 2023).

Potensi nilai pengelolaan zakat di Provinsi Banten menurut Puskas BAZNAS (2023) adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Potensi Zakat Banten 2022

Jenis Zakat	Potensi Zakat
Zakat Pertanian	387,78 M
Zakat Peternakan	307,74 M
Zakat Uang	4.032,76 M
Zakat Perusahaan	5,39 M
Zakat Penghasilan	6.298,05 M
Total	11.031,72 T

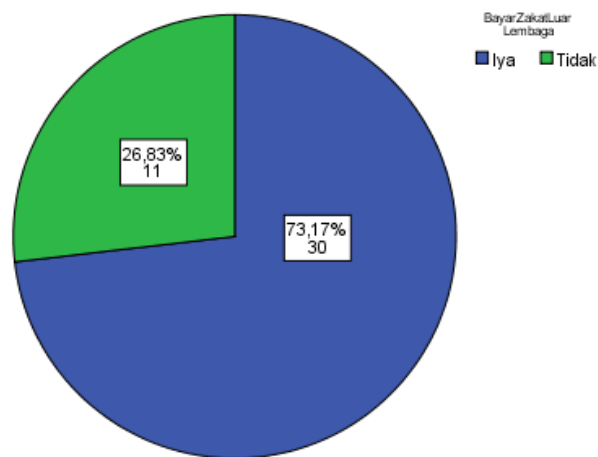
Sumber: Puskas BAZNAS ,2023

Direktur Kajian Pengelolaan ZIS-DSKL BAZNAS, LPPM STEI Al-Ishah menerbitkan bahwa pemetaan potensi zakat pada tahun 2022 mencapai 11 triliun di Provinsi Banten. Jika dibandingkan, nilainya jauh dengan nilai pengelolaan zakat pada tahun 2021 hanya 156 Miliar oleh beberapa Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) termasuk Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Banten dan juga Lembaga Amil Zakat (Tangselpos, 2022).

Realisasi zakat pada periode 2019 hanya menembus angka 10,2 triliun yang tercatat dalam lembaga resmi, sebenarnya berjumlah 71,4 triliun namun 61,2 triliun disalurkan melalui lembaga non resmi (Rizky, 2021). Secara lebih spesifik, dalam Data Puskas BAZNAS (2022), Realisasi pengumpulan zakat 2020 berjumlah 12,43 triliun dan pada tahun 2021 pengumpulan dana zakat naik menjadi 14,2 triliun. kendala sistem yang merupakan sebuah sebab rendahnya pengumpulan zakat adalah regulasi dan juga dukungan pemerintah yang kurang memadai. Kemudian, aspek internal terdiri dari tata kelola pengelolaan zakat yang kurang baik dan juga sumber daya manusia (SDM) di lingkungan OPZ tidak memadai. Adapun pada faktor eksternal, literasi zakat masyarakat yang rendah serta masih banyaknya zakat yang disalurkan ke lembaga di luar lembaga zakat menjadi faktor rendahnya optimalisasi realisasi pengumpulan zakat di Indonesia. Selain permasalahan adanya gap antara potensi dan realisasi, juga jumlah pendapatan per kapita yang terus meningkat di Indonesia yang semestinya akumulasi zakat lebih tinggi dibanding apa yang sudah terealisasi (Azzahra & Majid, 2020).

Masih banyak masyarakat di Banten dalam menyalurkan zakat secara pribadi langsung tanpa melalui amil zakat (Tangselpos, 2022). Hal ini terbukti oleh hasil pra-survei pada pelaku usaha Provinsi Banten dibawah ini:

Gambar 1. 1 Kecenderungan Membayar Zakat tanpa melalui Lembaga



Sumber: Hasil Pra-Survei Olahan SPSS 23, 2024

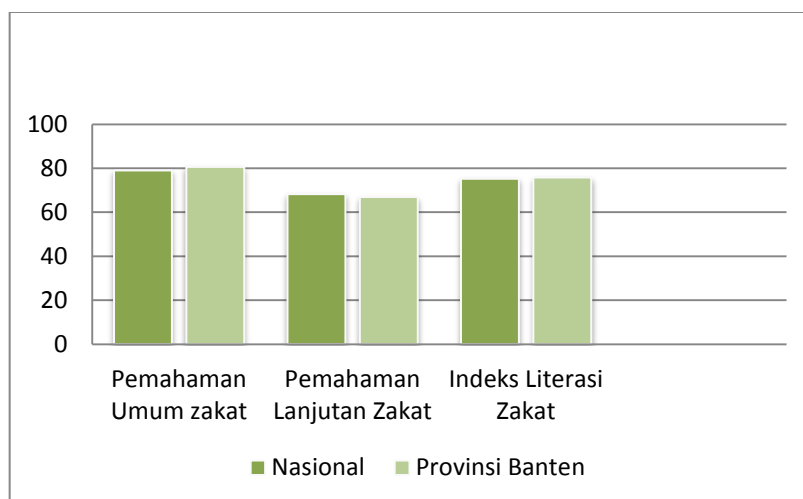
Dari hasil pra-survei penulis, menunjukkan bahwasannya 73,2% masih cenderung memilih membayar zakat langsung ke mustahik (penerima manfaat) tanpa melalui Lembaga Amil Zakat. Terjadinya ketidakpahaman dalam masyarakat tentang mekanisme dalam pengelolaan zakat juga bisa menjadi penyebab kurangnya kesadaran dalam membayar zakat.

Awareness merupakan elemen krusial, sebab dengan adanya kepehaman, seseorang akan menganggap zakat mal sebagai bagian dari tanggung jawab dan merupakan rukun Islam yang ada di urutan ketiga. minimnya kepehaman tentang kewajiban membayar zakat seringkali terjadi karena warga di suatu desa atau daerah umumnya lebih familiar dengan zakat fitrah sebagai zakat yang wajib,

sementara zakat mal kurang dikenal. Namun, faktor pengetahuan yang dimiliki seseorang menjadi salah satu dari lima aspek utama yang mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang.

Faktor yang mempengaruhi kesadaran yaitu literasi. Tingkat literasi zakat pada masyarakat menjadi sebuah isu yang krusial dalam pengelolaan zakat sebab tingkat literasi zakat akan menentukan sikap dan perilaku (sebagai salah satu indikator dalam kesadaran). Pada tahun 2022, BAZNAS telah mempublikasikan hasil pengukuran literasi zakat di 33 Provinsi di Indonesia. Nilai ILZ yang dicantumkan diukur berdasarkan skala, yaitu skala nasional dan skala provinsi (Indeks Literasi Zakat, 2022). Berikut nilai Indeks Literasi Zakat Nasional dan Provinsi banten :

Gambar 1. 2 Indeks Literasi Zakat Nasional dan Provinsi Banten



Sumber: Indeks Literasi Zakat , 2022

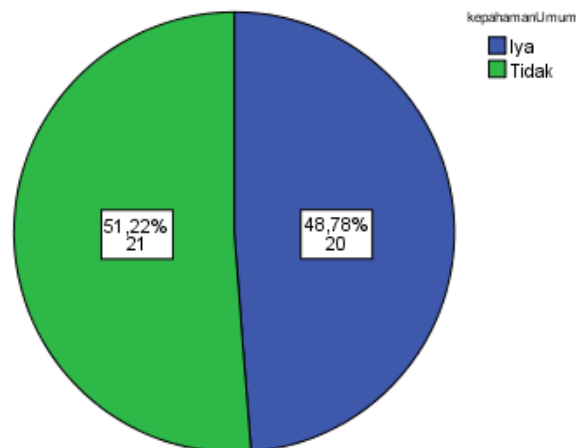
Nilai indeks literasi zakat nasional dari segi pemahaman umum zakat sebesar 79,01 yang masuk dalam kategori menengah atau moderat. Nilai pemahaman umum zakat meningkat 6,8 poin dibanding tahun 2020 (72.21).

Adapun hasil pengukuran tingkat pengetahuan lanjutan mengenai zakat, Indonesia memiliki nilai literasi zakat sebesar 68.28 yang masuk dalam kategori menengah. Nilai ini juga meningkat 11.6 poin dari nilai 56.68 pada tahun 2020. Secara keseluruhan, nilai ILZ Nasional mendapatkan skor sebesar 75.26 (menengah atau moderat) lebih tinggi 8.48 poin dari tahun 2020.

Berdasarkan perbandingan antara Indeks Literasi Zakat Provinsi Banten 2020 ke 2022, nilai indeks literasi zakat Provinsi Banten dari segi pemahaman umum Zakat sebesar 80,62 yang masuk dalam kategori tinggi. Nilai pemahaman umum meningkat 11,55 poin dibanding tahun 2020 (69,07). pengetahuan lanjutan mengenai zakat sebesar 66,92 yang masuk dalam kategori menengah. Nilai pengetahuan lanjutan meningkat 12,13 poin dibanding tahun 2020 (54,79) dan nilai ILZ provinsi didapat sebesar 75,82 masuk dalam kategori Menengah dan lebih tinggi 11,75 poin dari tahun 2020 (64,07).

Indeks Literasi Zakat di Banten terlihat meningkat setiap tahunnya dan tidak berada di angka yang rendah. Namun dari hasil pra-survei yang dilakukan oleh peneliti, terdapat permasalahan yang nyata terjadi yaitu kurang pengetahuan masyarakat mengenai pengertian zakat perdagangan dan cara perhitungannya. Berikut data yang mendukung dari permasalahan tersebut:

Gambar 1. 3 Pra- Survei Pemahaman Sebagian Masyarakat Banten mengenai Zakat Perdagangan dan Cara Perhitungannya



Sumber: Hasil Pra-Survei Olahan SPSS, 2024

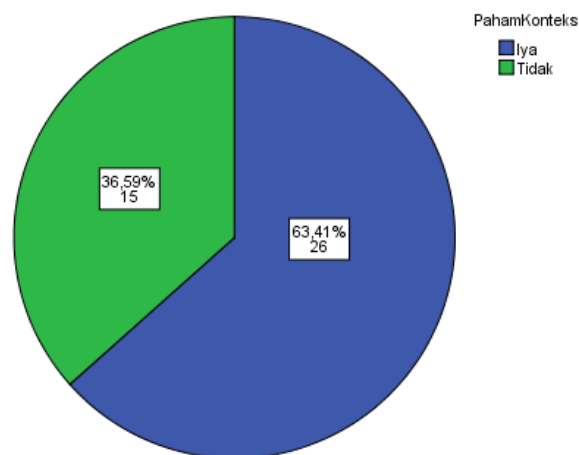
Dari hasil pra survei tersebut, dari 41 responden muzakki, lebih dominan yang tidak mengetahui zakat perdagangan dan cara perhitungannya yaitu sebesar 51,2% dan yang mengetahui jumlahnya lebih kecil yaitu 48,8%.

Pengaruh literasi zakat terhadap kesadaran dalam membayar zakat dapat dipahami sebab ketika seorang pemberi zakat memiliki pengetahuan yang memadai tentang ketentuan-ketentuan dalam membayar zakat yang salah satunya adalah ditekankan melalui OPZ, maka wajar jika kemudian dia termotivasi untuk menunaikan zakatnya ke lembaga resmi dibanding dengan memberikan langsung zakatnya kepada penerima zakat. Dengan itu upaya pemberdayaan masyarakat miskin dapat lebih dimaksimalkan. Banyak masyarakat yang belum memahami bagaimana zakat itu dipergunakan cara pengumpulan, pengelolaan dan penyaluran dana zakat kepada yang berhak menerima. Hal tersebut membuat masyarakat banyak yang merasa tidak yakin dan kurangnya *trust* terhadap lembaga zakat

resmi faktor kebiasaan dan kebudayaan juga menyebabkan kurangnya kesadaran masyarakat dalam membayar zakat. Dalam beberapa kasus, zakat dianggap sebagai kewajiban yang kurang diutamakan dibandingkan dengan kebutuhan pribadi atau keluarga (Risnawati *et al.*, 2023)

Namun berdasarkan hasil pra-survei, mayoritas masih mengetahui bagaimana konteks zakat, regulasi, dan penyalurannya. Berikut data persentasenya:

Gambar 1. 4 Pra Survei Pengetahuan Sebagian Masyarakat akan Konteks, Regulasi, dan Penyaluran Dana Zakat

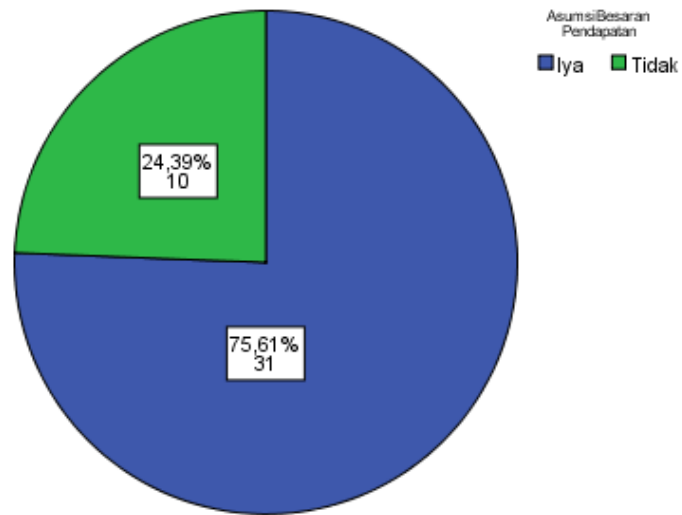


Sumber: Hasil Pra-Survei Olahan SPSS, 2024

Hasil di atas menyatakan bahwasannya masih banyak masyarakat yang mengetahui dan memahami konteks zakat secara general, regulasi, dan cara pendistribusian atau penyalurannya.

Banyaknya pendapatan usaha yang diterima masyarakat juga menjadi faktor terhadap kesadaran dalam membayar zakat. Hal ini dibuktikan berdasarkan pra-survei dibawah ini:

Gambar 1. 5 Pra-Survei Asumsi Pelaku Usaha Banten Pengaruh Hanya Besarnya Pendapatan yang memengaruhi Sadarnya Zakat Perdagangan



Sumber: Hasil Pra Survei Olahan SPSS, 2024

Hasil diatas menunjukkan bahwasannya sebagian besar pelaku usaha di Banten membayar zakat perdagangan tergantung besaran pendapatan yang mereka peroleh. Harus dipahami yang harus diperhatikan adalah nisab dan haul bukan hanya saja mengenai besaran pendapatan yang didapat. Namun dalam beberapa kasus ada yang tidak membayar zakat meskipun sudah mencapai nishab karena pendapatan yang didapat masih kurang memenuhi kebutuhan hidupnya (Kartika, 2020).

Kemudian faktor yang terakhir adalah faktor lingkungan sosial. Keseringan problematika yang ada di lingkungan masyarakat adalah sebagian besar masyarakat mempunyai kecenderungan untuk membagikan secara langsung kepada penerima manfaat seperti kepada tetangga miskin, anak yatim, dan mushola terdekat dibandingkan membayar ke lembaga pengurus zakat resmi.

Lingkungan sosial dapat berperan penting dalam hal ini, mereka yang sudah membayar zakat melalui lembaga zakat resmi harus mengajak dan mengedukasi masyarakat lain untuk melakukan hal yang sama yaitu membayar zakat melalui lembaga zakat resmi (Amelia & Jamilah, 2022).

Masih banyaknya lingkungan sekitar masyarakat Banten yang tidak membayar zakat perdagangan dikhawatirkan bisa mempengaruhi kesadaran untuk menunaikan kewajibannya pada warga yang memiliki usaha di sekitar dan memberi dampak negatif. Hal ini dibuktikan oleh data tabel berikut:

Tabel 1.3 Pra-Survei Problematika Lingkungan Sosial

Pertanyaan			
Apakah lingkungan sekitar anda membayar zakat perdagangan		Apakah dengan melihat program-program zakat melalui internet dan sosial media membuat semakin melek untuk membayar zakat	
Ya	Tidak	Ya	Tidak
32%	68%	93%	7%

Sumber: Hasil Pra-Survei, 2024

Hasil diatas menunjukkan bahwasannya lingkungan pelaku usaha di Banten masih banyak yang masyarakatnya belum sadar untuk membayar zakat dan internet yang termasuk lingkungan sosial tidak langsung bisa menjadi media dalam membuat melek pelaku usaha provinsi Banten dalam membayar zakat perdagangan.

Terdapat Gap hasil penelitian terdahulu yang berbeda dari pengaruh literasi terhadap kesadaran.

**Tabel 1.4 Gap Research variabel Literasi Zakat terhadap Kesadaran
Membayar Zakat Perdagangan**

Penelitian	Hasil Penelitian
Finistyasa & Indrarini (2023), Hikmah et al (2024), dan Khumaini et al (2023) , Arifin et al., (2022)	Adanya pengaruh positif antara literasi zakat dengan kesadaran membayar zakat (berpengaruh terhadap salah satu indikator kesadaran)
Anggraini & Indrarini (2022)	Literasi secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel minat membayar zakat melalui zakat digital

Sumber: Jurnal Terdahulu diolah Penulis, 2024

Sebagian besar, penelitian sebelumnya membahas mengenai minat membayar zakat, menjadikan kesadaran sebagai variabel intervening atau mediating, variabel terikat hanya sebagai salah satu indikator, dan zakat secara umum. Pada penelitian ini berfokus terhadap zakat perdagangan. Ada pula sedikit gap pada variabel pendapatan terhadap kesadaran. Berikut gap penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya:

**Tabel 1.5 Gap Research Variabel Pendapatan terhadap Kesadaran
Membayar Zakat Perdagangan**

Penelitian	Hasil Penelitian
Muliati (2019), Rahmawati (2022), dan Khumaini et al (2023)	Variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran membayar zakat
Hindardjo & Wajid (2017)	adanya hubungan langsung dan positif namun tidak terlalu kuat pada peningkatan kesadaran membayar zakat

Sumber: Jurnal Terdahulu Diolah Penulis, 2024

Pada penelitian sebelumnya fokus terhadap pendapatan dalam profesi dan konteks zakat secara umum sedangkan dalam penelitian ini fokus dalam pendapatan yang didapatkan dari hasil usaha.

Menurut penelitian Fuad & Anggelista (2022) dan Novia *et al* (2018), lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran membayar zakat. Penelitian terdahulu dalam variabel lingkungan sosial masih sedikit yang membahas bahkan belum ada yang mengaitkan dengan zakat perdagangan, maka ini merupakan kebaruan dari penelitian ini. Hasil penelitian terdahulu mayoritas mendapatkan hasil positif antara lingkungan sosial dengan kesadaran membayar zakat.

Masih ada yang belum mengaitkan antara lingkungan sosial dengan kesadaran membayar zakat perdagangan. Dalam tahun sebelumnya belum ada jurnal yang membahas zakat perdagangan di Dompot Dhuafa sebagai objek dan

meneliti masyarakat provinsi Banten. Kebaruan juga dalam hal variabel judul secara menyeluruh, belum ada judul yang sama persis terhadap judul penelitian ini secara menyeluruh..

Dompot Dhuafa Banten merupakan cabang dari Dompot Dhuafa Pusat. Target penerimaan zakat di Dompot Dhuafa Banten. Muzakki di Dompot Dhuafa Banten jumlahnya menurun dari setelah tahun 2021 sampai tahun 2023. Hal ini dibuktikan dengan data sebagai berikut:

Tabel 1.6 Jumlah Muzakki DD Banten 21-23

Tahun	Jumlah Muzakki
2021	1.479
2022	1.290
2023	1.140

Sumber: Laporan Keuangan Dompot Dhuafa Banten, 2024

Penerimaan dana zakat secara umum dan zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten periode 2021-2023 mengalami naik turun jumlah penerimaannya. Berikut data penerimaan zakat di Dompot Dhuafa Banten:

Tabel 1.7 Penerimaan Zakat LAZ Dompot Dhuafa Banten Periode 2021-2023

Tahun	Zakat	Zakat Perdagangan
2021	Rp1.619.696.883	Rp53.927.354
2022	Rp1.382.187.847	Rp56.500.000
2023	Rp1.458.171.072	Rp34.500.000

Sumber: Laporan Keuangan Dompot Dhuafa Banten ,2024

Peneliti memilih penelitian di Dompot Dhuafa Banten karena banyak masyarakat Banten yang mengetahui Dompot Dhuafa Banten. Dompot Dhuafa memang cukup dikenal oleh masyarakat namun peneliti mencoba untuk mengulik Dompot Dhuafa di Banten dan mengaitkan dengan kesadaran pelaku usaha Provinsi Banten membayar zakat perdagangan. Dompot Dhuafa Banten dikenal oleh masyarakat Banten, hal ini dibuktikan dengan data hasil pra-survei dibawah ini:

Tabel 1.8 Pra-Survei Pengetahuan Masyarakat Provinsi Banten terhadap Dompot Dhuafa Banten

Pertanyaan			
Apakah anda mengetahui dompot dhuafa Banten		Apakah anda mengetahui program Dompot Dhuafa Banten	
Ya	Tidak	Ya	Tidak
78%	22%	24%	76%

Sumber: Hasil Pra Survei, 2024

Hasil pra-survei diatas menunjukkan bahwa memang Dompot Dhuafa Banten dikenal oleh banyak masyarakat di Banten akan tetapi mereka belum mengetahui secara jelas bagaimana program-program yang dijalankan oleh Dompot Dhuafa Banten yang tentu merupakan aktivitas penyaluran dana zakat.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti Lembaga Filantropi Dompot Dhuafa Banten yang memiliki permasalahan terkait kesadaran membayar zakat perdagangan yang dibuktikan terjadinya penurunan penerimaan dana zakat perdagangan dari tahun 2022 ke 2023.

Untuk itu penelitian yang akan diambil adalah dengan judul **“Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan Usaha, dan Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat Perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten (Studi pada Pelaku Usaha Provinsi Banten)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adanya gap antara potensi dan realisasi zakat yang disebabkan oleh rendahnya kesadaran masyarakat Banten dalam membayar zakat. Masih banyak pelaku usaha yang membayar zakat tanpa melalui Lembaga Amil zakat merupakan permasalahan kesadaran masyarakat dari sisi tindakan. Banyaknya Pelaku usaha yang tidak mengetahui zakat perdagangan, cara perhitungannya, serta program dari penyaluran zakat itu sendiri merupakan permasalahan kesadaran membayar zakat dari sisi pengetahuan sekaligus permasalahan rendahnya literasi masyarakat terhadap zakat dari sisi pemahaman zakat secara umum juga pemahaman secara lanjutan.

Banyak pelaku usaha yang sadar membayar zakat karena besarnya pendapatan yang diperoleh namun mereka belum mengetahui spesifikasi perhitungannya. Permasalahan selanjutnya yaitu lingkungan masyarakat banyak yang tidak membayar zakat tentu ini menjadi masalah lingkungan sosial secara langsung. Masyarakat banyak yang mengetahui Dompot Dhuafa Banten namun tidak mengetahui program-program yang dijalankan.

Semua permasalahan yang diuraikan diatas merupakan hasil dari data yang dapat dipertanggungjawabkan dan merupakan hasil pra-survei. Maka dari

permasalahan tersebut, peneliti mencoba memfokuskan penelitian ini dengan membuat kerangka fokus penelitian, antara lain:

- A. Apakah literasi zakat berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten?
- B. Apakah pendapatan usaha berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten?
- C. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten?
- D. Apakah literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan beberapa permasalahan yang telah menjadi fokus dalam penelitian ini:

- A. Untuk menguji apakah literasi zakat berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten
- B. Untuk menguji apakah pendapatan usaha berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten
- C. Untuk menguji apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten

D. Untuk menguji apakah literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini memberikan kontribusi bagi kemajuan kualitas dan kuantitas pengelolaan zakat di Provinsi Banten serta menjadi pemer kaya pengetahuan atau *khazanah* keilmuan terutama mengenai ZISWAF dari segi pengumpulan dan penyalurannya agar menarik pelaku usaha untuk membayar zakat perdagangan.

B. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti; hasil dalam penelitian ini bisa menambah wawasan dan ilmu baru dan sebagai landasan dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan agar dapat diterapkan di dunia kerja yang sesungguhnya.

- b. Bagi Dompot Dhuafa Banten; hasil dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan jadi pengembangan untuk meningkatkan program dan edukasi masyarakat yang merupakan pelaku usaha sekitarnya.
- c. Bagi Pelaku Usaha; Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber atau rujukan yang bisa membuka paradigma dan menambah ilmu dan rasa ingin mengetahui serta belajar secara konsep dan penerapan mengenai teori literasi zakat, pendapatan usaha, lingkungan sosial, dan pengetahuan kesadaran dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) atau Lembaga Philantrophy Dompot Dhuafa khususnya Dompot Dhuafa Banten.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Zakat

A. Pengertian Zakat

Dalam kajian linguistik, istilah “zakat” memiliki makna yang beragam, antara lain keberkahan, pertumbuhan, kesucian, dan kebaikan. Keberkahan yang terkandung dalam zakat menandakan bahwa zakat dapat meningkatkan nilai harta yang kita miliki dan, dengan izin Allah, akan meringankan beban umat Muslim di akhirat. Zakat juga diartikan sebagai pertumbuhan, sebab dengan menyalurkan hak kepada mereka yang kurang mampu, tercipta perputaran modal dalam masyarakat yang memicu pertumbuhan ekonomi. Fenomena ini dalam bidang ekonomi sering disebut sebagai efek penggandaan zakat. Selain itu, zakat bertujuan untuk menyucikan harta kita dari harta orang lain yang mungkin secara tidak sengaja tercampur dalam kepemilikan kita (Arif, 2015).

Zakat diadopsi dari bahasa arab yaitu *zaka*, jika dibahasa indonesiakan artinya suci, baik, berkah, tumbuh, dan berkembang. sedangkan menurut terminologi syariat (istilah), zakat adalah sebutan yang diarahkan kepada harta tertentu yang sudah memenuhi syarat tertentu yang Allah wajibkan untuk dikeluarkan dan didistribusikan kepada yang berhak menerimanya dengan syarat-syarat tertentu

(Santoso, 2016). Hubungan pengertian zakat secara bahasa dengan makna secara terminologi terbilang nyata dan seriat. Bahwasannya harta yang ditunaikan dalam zakat menjadi berkah, tumbuh, dan berkembang dan semakin suci (Anis, 2020).

Dari istilah lain zakat merupakan wujud *ibadallah* dengan memberikan beberapa harta yang wajib ditunaikan menurut ketentuan Islam dan dibagikan atau didistribusikan kepada golongan tertentu sesuai dengan syariat Islam (Harisah, 2020).

Zakat adalah ibadah yang mengandung dua dimensi yaitu dimensi vertikal (Hubungan dengan Allah) dan dimensi horizontal (Hubungan dengan sesama manusia). Ibadah zakat apabila ditunaikan dengan baik akan meningkatkan kualitas keimanan, membersihkan dan menyucikan jiwa, dan mengembangkan serta memberkahkan harta yang dimiliki. Jika dikelola dengan baik dan amanah, zakat akan mampu meningkatkan kesejahteraan umat, mampu meningkatkan etos dan etika kerja umat serta pemerataan ekonomi (Nurhasanah, 2018).

Pengertian zakat tertera dalam Undang Undang Zakat (UUZ) No. 23 Tahun 2011 yaitu kewajiban seorang yang memeluk agama Islam atau badan usaha untuk memberikan sebagian harta kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam.

Cara penyelesaian segala problematika yang dialami umat bisa melalui zakat, khususnya dalam memberantas kemiskinan sebab zakat dinilai sebagai salah satu sumber dana krusial yang tersedia dalam

sistem perekonomian dan keuangan Islam sekaligus zakat merupakan pendapatan utama bagi negara-negara Islam selain pajak seperti pajak tanah, pajak hasil pertanian, dan lain-lain (Suprayitno *et al.*, 2017). Tujuan zakat bukan semata-mata untuk keperluan konsumtif, tetapi juga produktif. Zakat ini mengubah keadaan orang-orang miskin menjadi lebih baik dan bermartabat sesuai kedudukannya sebagai manusia, makhluk tertinggi yang memiliki gambaran Ilahi, dipilih oleh Allah SWT sebagai khalifah di muka bumi. Oleh karena itu, penggunaan dana zakat bagi mustahik pasti memiliki tujuan jangka panjang.

B. Pandangan Pakar dan Ulama Mengenai Zakat

Santoso (2016) dalam bukunya menjelaskan bahwasannya pengertian zakat mempunyai banyak pemahaman menurut pakar dan ulama mazhab, diantaranya:

1. Yusuf al-Qardhawi: Zakat adalah sejumlah kekayaan diwajibkan Allah untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya.
2. Abdurrahman al-Jaziri: Zakat adalah pengalihan suatu hak milik tertentu kepada orang yang berhak menerimanya dengan syarat-syarat tertentu.
3. Muhammad al-Jarjani (Buku *Al-Ta'rifat*): Zakat sebagai suatu kewajiban yang dibebankan Allah kepada umat Islam untuk membagikan sebagian hartanya.

4. Didin Hafiduddin: zakat secara termologi mengeluarkan sebahagian harta dengan persyaratan tertentu untuk diberikan kepada kelompok tertentu (mustahik) dengan syarat-syarat tertentu pula.
5. Wahbah Suhaili (*Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuhu* dalam buku anatomi Fiqih Zakat): Zakat merupakan salah satu dari empat Imam Mazhab, yaitu:
 - a. Madzhab Maliki mengartikan zakat yaitu mengeluarkan beberapa harta tertentu yang sudah mencapai nishab kepada yang berhak menerima ketika kepemilikan itu penuh dan sudah mencapai haul setahun selain barang tambang dan pertanian.
 - b. Madzhab Hambali mendefinisikan zakat sebagai hak (dalam jumlah tertentu) yang ditunaikan dari harta tertentu kepada kelompok tertentu dalam jangka waktu tertentu.
 - c. Madzhab Syafi'i mengartikan zakat adalah sebutan untuk besaran yang ditunaikan dari harta atau benda dengan cara tertentu.
 - d. Madzhab Hanafi mendefinisikan zakat adalah menjadikan kadar tertentu dari harta tertentu pula sebagai hak milik yang semata-mata karena Allah SWT.
6. Dalam Kifayatul Ahyar dipaparkan zakat adalah sejumlah harta tertentu yang kadarnya mencapai syarat tertentu yang diwajibkan oleh Allah SWT untuk ditunaikan dan disalurkan kepada golongan

yang berhak menerima manfaat tersebut dengan persyaratan tertentu pula.

7. Jalaluddin Sanusi, zakat ada dalam rukun Islam yang ketiga, dalam pelaksanaannya harus ada tiga komponen yaitu Muzakki (pembayar zakat), Mustahiq (penerima zakat atau penerima manfaat), dan Amil (Perantara yang memungut zakat dari muzaki/donatur dan menyerahkan kepada Mustahik/penerima manfaat) dan memiliki 8 adab-adab agar sempurna :
 - a. Meluruskan niat.
 - b. Menyegerakan pengeluaran.
 - c. Memberikan zakat melalui Amil.
 - d. Memahami maksud Allah mewajibkan zakat.
 - e. Mengeluarkan zakat dengan cara yang tiada riya.
 - f. Memberikan yang sebaik-baiknya buat zakat.

C. Manfaat Zakat

Manfaat Zakat menurut Harahap (2020) dalam pengembangan ekonomi masyarakat adalah:

1. Berkembang, yaitu mengembangkan harta benda.
2. Menumbuhkan sifat kasih sayang antar sesama manusia.
3. Menghilangkan rasa negatif seperti dengki antara kaum borjuis dan proletar.

Dalamn konteks lain zakat bisa sebagai pengurang pajak di beberapa pemerintahan daerah. Di Indonesia, khususnya di wilayah

Pemerintahan Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, telah diimplementasikan kebijakan yang memperbolehkan zakat untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar. Berdasarkan Pasal 192 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh, zakat yang disetorkan dapat dijadikan sebagai pengurang pajak penghasilan yang wajib dibayarkan oleh wajib pajak. Aturan ini kemudian diperinci lebih lanjut dalam Qanun (Nomor 10 Tahun 2007) mengenai Baitul Mal. Selain itu, di Aceh, zakat juga dianggap sebagai komponen krusial dalam menyumbang kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) baik di tingkat provinsi maupun kabupaten/kota (Andriani & Fathya, 2013).

D. Dasar Hukum Zakat

Dasar Hukum dalam zakat terdiri dari Al-Qur'an, Hadist, dan Ijma'. Berikut Penjelasan ketiga aspek tersebut diantaranya adalah:

1. AL-Qur'an

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ ۚ إِنَّ

صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَّهُمْ ۚ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendo'alah untuk mereka. Sesungguhnya do'a kamu itu (menjadi)

ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui". (At-Taubah (9): 103).

Dari ayat tersebut menjelaskan mengenai hikmah membayar zakat dan diperbolehkannya mengambil zakat dari orang yang sudah mampu atau memenuhi ketentuan baik nisab dan haul.

Dipaparkan juga dalam Surat Al-Bayyinah (98) ayat 5 yang berbunyi:

وَمَا أَمْرُوآ إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ ۗ هٗ خُنَفَاءَ

وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ ۗ

Terjemahan: "Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepada-Nya dalam (menjalankan) agama yang lurus, dan supaya mereka mendirikan shalat dan menunaikan zakat; dan yang demikian itulah agama yang lurus." (QS Al-Bayyinah: 5). Dalam ayat tersebut, Allah menyebutkan kata zakat setelah shalat untuk menjadi ketentuan memiliki agama yang lurus. Maka zakat merupakan komponen penting dalam lurusnya suatu agama.

2. Hadist

Hadist yang diriwayatkan oleh Ibnu Abbas Ra.:“Sesungguhnya Rasulullah Saw. Bersabda kepada Mu’az bin Jabal ketika beliau mengutus ke Yaman untuk mengajak penduduknya memeluk agama Islam, dan menyampaikan hukum-hukum Islam: Jika mereka mentaatimu, maka beritahukan kepada mereka bahwasanya Allah Swt. Mewajibkan zakat kepada mereka. Zakat itu diambil dari orang-orang kaya di antara mereka untuk diberikan kepada orang-orang yang fakir di antara mereka” (HR.Al-Bukhari dan Muslim).

3. Kesepakatan Para Ulama (Ijmak)

Ibnu Rusyd rahimahullah mengatakan “Kewajiban zakat telah diketahui berdasarkan dalil dari al-Qur’an, *as-Sunnah* dan ijmak. Tidak ada perbedaan pendapat dalam hal tersebut.” Ibnu Qudamah rahimahullah mengatakan, “Kaum muslimin di seluruh negeri bersepakat bahwa zakat itu wajib.” An-Nawawi rahimahullah juga mengatakan “Mengeluarkan zakat adalah wajib dan merupakan rukun Islam berdasarkan kesepakatan kaum muslimin”. Dalil-dalil al-Quran, *as-Sunnah* dan *ijma’* umat dengan jelas menyatakan hal tersebut.

E. Syarat Wajib Zakat

Para ulama sepakat, persyaratan kewajiban zakat yaitu Islam, merdeka, balig, waras, Kepemilikan yang sempurna, Pencapaian Nisab serta haulnya. Agar lebih mudah dipahami, berikut pemaparan siapa saja yang diwajibkan mengeluarkan zakat:

1. Beragama Islam. Berdasarkan sabda Abu Bakar As-Shiddiq Ra bahwasannya Inilah kewajiban zakat yang diwajibkan kepada umat Islam oleh Nabi SAW, dalam perspektif umat Islam telah sepakat bahwa zakat ini adalah ibadah dalam rangka pembersihan harta bagi kaum muslimin, maka dari itulah diwajibkan menunaikan zakat atas hartanya karena dianggap kotor.
2. Bukan Budak (Merdeka) . Untuk budak zakat tidak diwajibkan bahkan budak Mudaba, Muarahu dan Mukatab. Alasannya adalah bahwa Muqatab memiliki kepemilikan yang lebih lemah dan Mudhabar dan Mu'arahus lainnya tidak memiliki kepemilikan.
3. Baligh. Menurut mazhab Hanafi, syariat menetapkan bahwa zakat wajib bagi mereka yang sudah fase baligh atau telah mencapai usia pubertas. Meskipun anak-anak memiliki harta yang memenuhi syarat zakat seperti nisab dan haul, mereka tidak diwajibkan membayar zakat. Akan tetapi, kebanyakan ulama dari mazhab lain mewajibkan zakat bagi anak-anak yang belum baligh jika mereka memiliki harta yang memenuhi syarat.

4. Waras. Mayoritas ulama berpendapat bahwa kewajiban zakat tidak ditujukan kepada orang yang tidak sehat. Namun menurut pandangan Hanafi, hanya mereka yang berakal dan sehat yang harus menunaikan zakat Kepemilikan yang Sempurna. Ini berarti bahwa harta itu sepenuhnya dimiliki dan dikuasai olehnya dan dapat dikenakan pajak olehnya tanpa melanggar hak siapapun. Kewajiban ini tidak dibebankan atas harta yang bukan dimiliki seluruhnya. Harta yang berasal dari utang, pinjaman, atau simpanan.
5. Nisab. Nisab merupakan batas minimum harta yang harus dimiliki seseorang agar wajib membayar zakat, sesuai dengan ketentuan syariah. Setiap jenis harta memiliki nisab yang berbeda. Jika seseorang memiliki harta dibawah nisab, maka ia tidak diwajibkan untuk membayar zakat karena jumlah hartanya dianggap belum cukup untuk membantu orang lain.
6. Haul. Syarat dari haul, yaitu perputaran harta selama satu tahun, ditetapkan agar kewajiban zakat tidak memberatkan orang kaya sebelum haul. Di sisi lain, penundaan pembayaran zakat yang terlalu lama dapat merugikan hak orang miskin. Oleh karena itu, kebijaksanaan syariat menetapkan periode tertentu untuk pembayaran zakat yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan dan melindungi hak pemberi zakat serta penerima zakat.

F. Reinterpretasi Distribusi Zakat

Secara jelas Allah mengatur secara jelas kepada siapa zakat itu didistribusikan. Allah sendirilah yang telah menetapkan delapan golongan yang berhak mendapatkan zakat. Sebagaimana firman-Nya dalam surat at-Taubah ayat 60 yang berbunyi:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي

الرِّقَابِ وَالْعَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ ۗ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ

حَكِيمٌ

Terjemahan: “Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana”

Ayat ini secara jelas menyatakan terdapat 8 golongan yang berhak menerima zakat, berikut dipaparkan 8 asnaf beserta penjelasannya menurut Arif (2015), diantaranya:

1. *Fuqara'* (Orang-orang fakir) : Orang yang sangat serba kekurangan, tidak mempunyai sumber penghasilan bahkan kebutuhan sehari-haripun tidak terpenuhi.
2. *Masakin* (Orang-orang miskin): Individu yang memiliki pekerjaan namun pendapatannya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari
3. *Amilin* (Pengelola zakat) : Individu atau entitas yang mengelola dana zakat. Mereka memiliki hak untuk mendapatkan bagian dari zakat untuk biaya operasional dan kebutuhan pribadi, dengan batasan maksimal 12,5% dari total zakat yang dikelola, dengan harapan ini akan mendorong mereka untuk meningkatkan kinerja dalam melayani masyarakat.
4. *Muallaf* : Individu yang baru memeluk Islam dan masih dalam tahap memperkuat imannya. Seringkali, mereka mengalami isolasi sosial dan ekonomi.
5. *Riqab* (budak) : Individu yang diperlakukan secara tidak manusiawi dan dianggap sebagai objek. Meskipun perbudakan telah dihapus, masih ada kasus di mana pekerja migran Indonesia, khususnya perempuan, mengalami perlakuan buruk yang serupa dengan perbudakan.

6. *Gharimin* (Orang yang dililit hutang) : Orang yang terbebani hutang untuk tujuan yang tidak melanggar hukum agama dan tidak mampu melunasinya. Bagi mereka yang berhutang demi persatuan umat Islam, hutang mereka dapat dibayar menggunakan dana zakat, meskipun mereka mampu membayarnya.
7. *Fii Sabilillah* (orang yang berperang di jalan Allah): mereka yang berjuang demi mempertahankan Islam dan umat Muslim. Saat ini, istilah ini juga merujuk pada mereka yang berusaha menyebarkan ajaran Islam, seperti ulama, kyai, pengurus masjid, dan lainnya.
8. *Ibnu Sabil*: Orang yang dalam perjalanan, bukan untuk tujuan yang dilarang agama, dan mengalami kesulitan selama perjalanan tersebut. Mereka yang dalam misi dakwah juga berhak menerima zakat. Istilah ini juga telah diperluas untuk mencakup pemberian beasiswa kepada pelajar dan mahasiswa.

2.1.2 Zakat Perdagangan

A. Perdagangan

Menurut teori yang dikemukakan oleh Hasyim (2023) Perdagangan adalah fasilitator konsumen dalam proses pembelian dan penjualan, memperlancar kedua proses tersebut untuk kemajuan bisnis. Secara umum, perdagangan atau bisnis melibatkan aktivitas pembelian produk dari satu lokasi atau pada waktu tertentu dan penjualan kembali di lokasi yang berbeda atau di masa yang akan datang, dengan tujuan utama adalah mendapatkan laba. Bentuk usaha dagang dapat

diwujudkan melalui perusahaan individu, yang merupakan entitas bisnis yang dijalankan oleh seorang *entrepreneur* secara mandiri.

B. Harta Perdagangan

Harta dagang adalah benda tak bersifat uang yang dipakai untuk menjalankan aktivitas jual-beli guna memperoleh laba. Harta yang dipergunakan untuk kegiatan dagang harus dikeluarkan zakatnya sesuai ketentuan yang disepakati tanpa ada perbedaan pendapat di antara orang-orang yang memiliki kesepakatan tersebut. Harta perdagangan ini wajib dizakatkan ketika sudah di fase nisab (nilai nishab emas, atau telah mencapai nishab perak) dan telah di fase haul (setahun).

Harta niaga merupakan harta yang dimiliki melalui perjanjian barter dengan maksud memperoleh laba, dan harta tersebut harus merupakan hasil usaha sendiri. Jika harta yang dimiliki itu merupakan warisan, maka para ahli fiqh secara sepakat tidak menyebutnya sebagai harta niaga. Semua harta yang ditujukan untuk diperdagangkan dalam berbagai bentuknya. Baik itu barang seperti perkakas, pakaian, makanan, ternak, kendaraan bermotor, perhiasan, dan sebagainya. Atau jasa, seperti konsultasi, jasa konstruksi, layanan hukum, notaris, agen perjalanan, agen periklanan, transportasi, akuntansi publik, dan lain sebagainya. Diperdagangkan baik oleh individu maupun oleh badan usaha seperti CV, firma, koperasi, yayasan, PT, dan sejenisnya. Hampir semua ulama sepakat bahwa perdagangan tersebut wajib dikenai zakat jika telah memenuhi syarat-syarat kewajiban zakat. Dapat dikatakan

harta niaga jika memiliki dua motivasi, yaitu motivasi untuk berbisnis dan motivasi memperoleh profit (Yuni & Nasution, 2024).

C. Pengertian Zakat Perdagangan

Fiqh Islam sangat mengutamakan terkait zakat *Tijarah* agar para umat muslim yang memiliki usaha atau dagang secara pasti zakat yang dikenakan atas harta yang dimilikinya. Aturannya siapa saja yang mempunyai aset komersial yang sudah satu tahun jangka waktu usahanya dan nilai pada akhir tahun tersebut mencapai nisab, wajib membayar zakat 2,5% dihitung dari modal dan profit atau margin (Hamka, 2013 dalam Said *et al.*, 2023).

Zakat perdagangan adalah zakat yang dikenakan kepada harta hasil dagang yang ditujukan untuk diperjualbelikan agar memperoleh profit (Puskas BAZNAS, 2019). Zakat perdagangan tidak hanya dikhususkan untuk pedagang di jalanan saja akan tetapi setiap seseorang yang memiliki usaha perorangan. Hal ini dibuktikan dengan penelitian Rosalinda *et al* (2021) yang meneliti UMKM dan bisnis online untuk pembayaran zakat perdagangan.

Syarat zakat perdagangan adalah beragama Islam, kepemilikan harta sempurna, sudah nisab dan mencapai masa haul. Nisabnya yaitu (seharga 85 gram emas dan 595 gram perak) diperhitungkan dengan keadaan pada akhir tahun pada saat zakat harus dikeluarkan (Lestari *et al.*, 2019).

D. Dasar Hukum

1. Al-Quran

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا آانْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا

آَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ

بِآَخِذِيهِ إِلَّا آَن تَغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّهُ آَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.” (Al-Baqarah (2): 267).

Makna ayat tersebut berdasarkan Tafsir Wajiz “Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik, dan diperoleh dengan cara yang halal, sebab Allah itu baik dan hanya menerima yang baik-baik. Dan sedekahkanlah sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi berupa hasil pertanian, tambang, dan lainnya, untukmu. Pilihlah yang baik-baik dari apa yang kamu nafkahkan itu, walaupun tidak harus semuanya baik, tetapi janganlah kamu memilih secara

sengaja yang buruk untuk kamu keluarkan guna disedekahkan kepada orang lain, padahal kamu sendiri kalau diberi yang buruk-buruk seperti itu tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata karena rasa enggan terhadapnya. Cobalah berempati. Posisikan dirimu seperti orang yang diberi. Jika kamu tidak mau menerima yang buruk-buruk, mengapa kamu berikan yang seperti itu kepada orang lain. Dan ketahuilah dan yakinlah bahwa Allah Mahakaya, tidak membutuhkan sedekah kamu, baik pemberian untuk-Nya maupun untuk makhluk-makhluk-Nya, sebab Dia bisa memberi secara langsung. Sedekah itu justru untuk kemaslahatan orang yang memberi. Dia juga Maha Terpuji, antara lain karena Dia memberi ganjaran terhadap hamba-hamba-Nya yang bersedekah” (NU Online, n.d.).

2. Hadist

Dalil mengenai zakat perdagangan diperkuat dengan adanya hadits Rasulullah SAW. Hadits Samurah bin Jundab berkata: “Rasulullah SAW. memerintahkan kami agar mengeluarkan sedekah (zakat) dari segala yang kami maksudkan untuk dijual”. (HR. Abu Dawud dan Baihaqi). Hadits lain, yaitu dari Abu Zar ra, bahwa Rasulullah SAW bersabda, “Dalam unta ada sedekahnya, sapi ada sedekahnya, dan kambing juga ada sedekahnya, serta dalam bazz juga ada sedekahnya”. (HR. Ad Daraquthni dan Baihaqi).

Menurut Wahbah Zuhaili yang dimaksud dengan kata “*bazz*” dalam hadits tersebut adalah pakaian dan senjata yang dijualbelikan. Melihat pengertian tersebut, maka setiap perputaran modal atau uang dengan tujuan untuk mencari keuntungan, seperti mendirikan pabrik, mendirikan rumah untuk dijualbelikan atau untuk dikontrakkan, rental mobil/motor, usaha toko, dan lainnya termasuk ke dalam perniagaan/perdagangan (Puskas BAZNAS, 2019).

E. Cara Perhitungan Zakat Perdagangan

Adapun cara menghitung zakat perdagangan, yakni pedagang hendaknya menghitung barang-barang dagangannya pada akhir setiap tahun. Perhitungan ini disesuaikan dengan harga barang-barang tersebut. Jumlah zakat yang wajib dikeluarkan darinya sama dengan zakat emas dan perak (Faidati, 2018).

Barang dagang atau yang dikenakan zakat dihitung dari asset lancar usaha dikurangi hutang yang berjangka pendek (hutang yang hanya memiliki jatuh tempo satu tahun). Jika selisih antara asset lancar dan hutang tersebut sudah cukup mencapai nisab, maka zakat wajib dibayar.

Wajibnya zakat perdagangan atas harta yang diniatkan untuk diperdagangkan atau diperjual belikan. Dan telah mencapai nisab dan haul atau batas waktunya yakni satu tahun. Menurut Nopiardo (2023)

untuk menghitung zakat perdagangan menggunakan dua cara sebagai berikut:

1. Modal + keuntungan + simpanan/tabungan + piutang - hutang x 2,5% = zakat yang dikeluarkan (dalam hal perdagangan mendapatkan keuntungan)
2. Laba bersih x 2,5% = zakat yang dikeluarkan (dalam hal perdagangan merugi namun masih mencapai batas nishab yang ditentukan)

Tidak hanya berhenti di nisab tetapi salah satu syarat wajib zakat perdagangan adalah mencapai haul yakni satu tahun, maka jika harta tersebut telah mencapai haul diwajibkan atas pemilik harta untuk mengeluarkan zakat dari harta dagangannya tersebut. Penetapan haul tersebut tentunya bukan tanpa dasar atau landasan. Hal tersebut didasarkan pada hadist Rasulullah SAW diantaranya ialah hadist yang diriwayatkan oleh imam at-tirmidzi, Artinya: Tidak ada zakat pada harta hingga mencapai satu tahun (yakni ia dimiliki secara sempurna selama waktu itu). (HR. At-Tirmidzi, kitab az-zakah no.631) (Rahmat *et al.*, 2023).

2.1.3 Teori Literasi Zakat

A. Literasi dalam Islam

Konteks literasi memiliki usia yang sama dengan munculnya Agama Islam. Turunnya wahyu pertama yakni Surat Al-‘Alaq ayat 1-5 yang berisikan tentang perintah untuk membaca dari kata *iqra*. Jika kita mengkaji lebih jauh mengenai instruksi *iqra*’ (membaca) dan qalam (menulis) yang terdapat dalam wahyu pertama, serta berdasarkan kronik sejarah, kita dapat menyimpulkan dengan jelas tentang signifikansi literasi, terutama bagi umat Islam, dan juga bagi seluruh umat manusia secara keseluruhan. Dengan kata lain, aktivitas literasi, yang mencakup membaca dan menulis merupakan aspek yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia jika mereka berambisi untuk membangun sebuah peradaban (Mansur, 2021).

B. Pengertian Literasi Zakat

Dari segi etimologi, kata literasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *literatus* yang merujuk pada “memiliki kemampuan huruf” atau penguasaan huruf atau terdidik. Namun dalam penggunaan umumnya literasi hanya diartikan sebagai kemampuan *basic* dalam membaca dan menulis. Dalam bahasa Latin, *literatus* digunakan untuk menyebut orang yang memiliki keterampilan membaca dan menulis (Mansur, 2021).

Literasi berarti kemampuan membaca ,menulis, atau keterampilan dalam suatu aktivitas tertentu serta kemampuan individu dalam konteks mengelola informasi dan pengetahuan untuk memperoleh kecakapan hidup (Santi, 2023). Dalam pengertian luas, literasi meliputi kemampuan berbahasa (menyimak, berbicara, membaca, dan menulis) dan berpikir yang menjadi elemen di dalamnya (Bu'ulolo, 2021).

Literasi menurut UNESCO merupakan sebuah kapabilitas seseorang dalam menggunakan kemampuan membaca untuk memahami arti sebuah kata dan kemampuan untuk mengakses informasi yang bertujuan mendapatkan pengetahuan. Seorang individu dianggap cakap literasi ketika dia menguasai pengetahuan esensial yang dapat diaplikasikan dalam berbagai kegiatan yang memerlukan kemampuan literasi yang efisien di dalam komunitas. Pengetahuan yang diperoleh melalui proses membaca, menulis, dan berhitung diharapkan dapat memberikan manfaat tidak hanya untuk pengembangan pribadi tetapi juga untuk kemajuan sosial secara keseluruhan (Bu'ulolo, 2021).

Definisi lain literasi adalah kecakapan individu memproses dan memahami informasi ketika melakukan aktivitas membaca dan menulis. Seiring dengan perkembangannya, definisi literasi mengalami perubahan sesuai dengan tuntutan zaman. Jika pada masa lampau, literasi hanya mengacu pada kemampuan dasar membaca

dan menulis. Namun, kini istilah literasi sudah meluas dalam pengertiannya. Kini, literasi merambah ke dalam praktik kultural yang terkait dengan isu-isu sosial dan politik (Ananda & Anwar, 2023).

Literasi zakat adalah pengetahuan dan pemahaman individu yang luas terhadap apapun yang mengenai zakat (Indeks Literasi Zakat, 2022). Dari teori sebelumnya dipaparkan bahwa literasi zakat adalah kemampuan seseorang untuk membaca, memahami, menghitung, serta mengakses informasi tentang zakat yang pada akhirnya kesadaran zakat akan tinggi (Indeks Literasi Zakat, 2019 dalam Santi, 2023).

C. Indikator Literasi Zakat

Indikator Literasi zakat telah dikemukakan oleh banyak penelitian sebelumnya. Indikator literasi zakat dikemukakan oleh Najmudin et al (2023), Febrianti & Yasin (2023), dan (Indeks Literasi Zakat, 2022). Menurut Najmudin et al (2023) indikator literasi zakat dibagi menjadi empat indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan terhadap zakat
2. Pengetahuan terhadap jenis zakat
3. Pengetahuan terhadap sistem yang digunakan dalam zakat
4. Pengetahuan terhadap manfaat zakat

Sedangkan menurut Febrianti & Yasin (2023), indikator literasi zakat dibagi menjadi empat indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

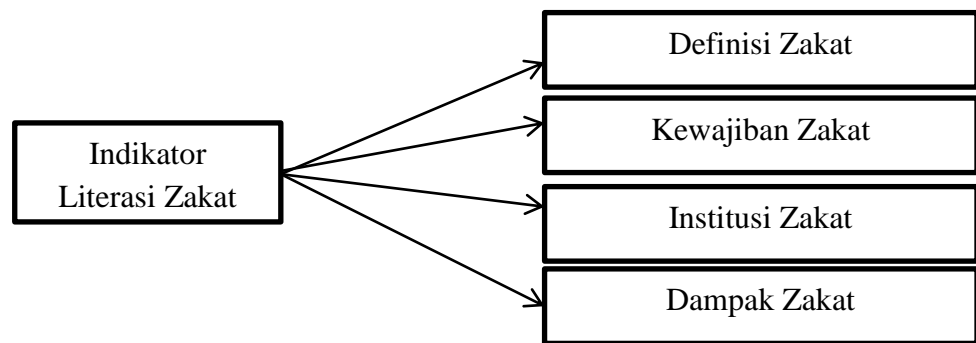
1. Mengetahui kewajiban zakat
2. Mengetahui perhitungan zakat
3. Mengetahui dampak zakat
4. Mengetahui segala program penyaluran zakat

Menurut Barokah (2023) bahwasannya variabel dengan indikator literasi zakat dibagi menjadi empat indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui definisi zakat
2. Mengetahui kewajiban membayar zakat
3. Mengetahui tentang institusi zakat
4. Mengetahui tentang dampak zakat

Maka dari itu, peneliti menyimpulkan indikator yang relevan terhadap penelitian ini adalah:

1. Mengetahui definisi zakat
2. Mengetahui kewajiban membayar zakat
3. Mengetahui tentang institusi zakat
4. Mengetahui tentang dampak zakat



Sumber: Barokah (2023)

2.1.4 Teori Pendapatan Usaha

A. Teori Pendapatan

Menurut Ridwan (2021), Pendapatan adalah jumlah penerimaan atau pemasukan yang diterima timbal balik jasa dari faktor individu dan faktor produksi yang mereka berikan untuk kontribusi dalam pembentukan produk nasional. Yusuf Qardawi berpendapat bahwa pendapatan merupakan tambahan kekayaan yang diketahui sumbernya dan sifatnya konstan. Pendapatan pada dasarnya merupakan timbal balik yang diterima pemilik faktor produksi atas hasil kerjanya dalam proses produksi. Setiap faktor produksi pasti menerima suatu imbalan jasa berupa gaji atau upah dan profesional yang memiliki spesialisasi jasa (keahlian) tertentu akan memperoleh timbal balik dalam bentuk profit.

Dalam konteks lain, pendapatan merupakan kompensasi yang diterima ketika seseorang sudah melaksanakan hasil pekerjaannya untuk mencari rezeki (Priyambodo *et al.*, 2023) . Dengan kata lain pendapatan merupakan suatu imbalan atas jasa atau upah imbalan yang diberikan sebagai tenaga kerja atas keikutsertaan dan keterlibatannya dalam produksi penciptaan barang maupun jasa. Dengan demikian, melalui pendapatan inilah seseorang memenuhi kebutuhannya setiap saat melalui kegiatan pembelanjaan atau jual beli.

Pendapatan dalam konteks agama Islam juga harus didistribusikan melalui zakat itu sendiri. Karena merupakan penyaluran pendapatan tersebut dalam Islam memiliki fokus yaitu proses dan output dari pendistribusian pendapatan. Menurut Ridwan (2021) Secara konkrit, pendapatan berasal dari:

1. Usaha mandiri: seperti para pedagang, petani, pelaku usaha yang memiliki usaha perorangan, baik sebagai wirausaha ataupun wiraswasta.
2. Kerja untuk orang lain: Seperti pegawai atau karyawan yang bekerja untuk suatu usaha ataupun perusahaan.
3. Hasil pemilihan: Seperti tanah yang disewakan yang dimana tanah tersebut merupakan sumber pendapatan contohnya ruko atau penggunaan lahan lain yang tentu akan maksimalnya nilai tanah tersebut jika disewakan.

Agama Islam secara syariat menekankan dengan tegas zakat atas kekayaan dan pendapatan. Harta kekayaan atau pendapatan yang dimiliki oleh seorang pemberi zakat berperan besar terhadap keinginan untuk menunaikan zakat. Begitu pula jika mendapatkan tambahan pendapatan yang pastinya akan terjadi peningkatan jumlah zakat yang akan ditunaikan pula. Oleh karena itu, pendapatan seseorang akan berdampak positif dengan meningkatnya niat individu untuk mengeluarkan sebagian hartanya sebab konteks pendapatan disini adalah tentang harta tersebut sudah mencapai syarat yang ditentukan atau belum disamping memang berpengaruh terhadap besar jumlah zakat yang akan dikeluarkan oleh si pemberi zakat (Kartika, 2020).

B. Teori Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha merupakan nilai total dari hasil produksi dikurangi dengan beban-beban pembayaran dalam suatu usaha dalam kategori usaha perorangan ataupun punya keluarga seperti menjual produk, *online shop*, pedagang, buruh, dan lain-lain (Ramadhan *et al.*, 2021).

Dalam suatu pendapatan usaha ada tambahan dari modal usaha dalam Islam disebut dengan *Al-Ribhu* (keuntungan) . Menurut Imam Syafi'i, *Al-Ribhu* ini adalah kelebihan atas modal. *Al-Ribhu* (keuntungan) adalah aktivitas ekonomi berupa pertukaran dimana

uang diubah menjadi barang , kemudian dijual dengan harga yang lebih besar dibanding saat harga ketika pembelian (Yusnaldi, 2022).

C. Indikator Pendapatan Usaha

Indikator dari variabel pendapatan usaha telah banyak dikemukakan oleh beberapa peneliti sebelumnya, yaitu oleh Tamimi (2020), Pertiwi (2020), Rahmawati (2022). Menurut Tamimi (2020), masing-masing memiliki indikator dari teori yang berbeda meskipun beberapa diantara peneliti sebelumnya memiliki indikator yang sama.

Menurut Tamimi (2020), indikator dari variabel pendapatan secara umum dibagi menjadi empat indikator, diantaranya sebagai berikut

1. Pendapatan perbulan
2. Profesi
3. Biaya Pendidikan
4. Tanggungan terhadap beban keluarga.

Menurut Pertiwi (2020), indikator dari pendapatan usaha dibagi menjadi tiga indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

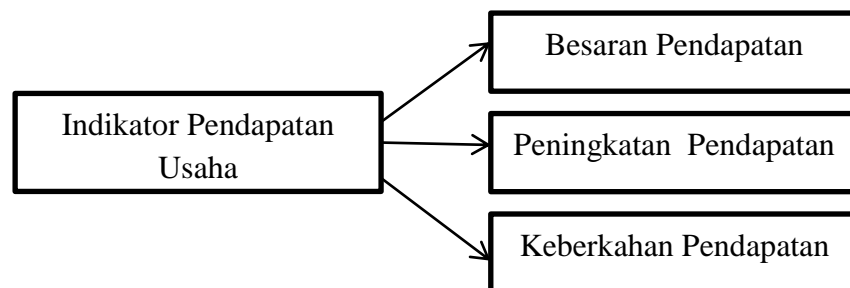
1. Besaran pendapatan
2. Peningkatan Pendapatan
3. Keberkahan dalam Pendapatan

Sedangkan Menurut Rahmawati (2022) membagi indikator variabel pendapatan menjadi dua indikator , yaitu:

1. Gaji/Upah
2. Tambahan Pendapatan.

Maka dari itu, berdasarkan tiga teori indikator dari penelitian sebelumnya, penulisan indikator dari pendapatan usaha yang sesuai untuk penelitian ini adalah:

1. Besaran Pendapatan
2. Peningkatan Pendapatan
3. Keberkahan dalam Pendapatan.



Sumber: Pertiwi (2020)

2.1.5 Teori Lingkungan Sosial

A. Manusia sebagai makhluk Sosial

Menurut kodratnya manusia juga merupakan makhluk sosial. Adapun yang dimaksud istilah “sosial” berasal dari akar kata bahasa Latin “*socius*”, yang artinya berkawan atau masyarakat. Sosial memiliki arti umum, yaitu kemasyarakatan dan dalam arti sempit mendahulukan kepentingan bersama atau masyarakat. Adapun dalam hal ini yang dimaksud manusia sebagai makhluk sosial adalah

mahluk yang hidup bermasyarakat, dan pada dasarnya setiap hidup individu tidak dapat lepas dari manusia lain.

Manusia merupakan mahluk sosial. Wahyu pertama Rasulullah menjadi saksi bahwa manusia merupakan mahluk sosial yang terdapat pada ayat kedua. *Khalaqal insan min 'alaq* tidak sebatas artinya yaitu "menciptakan manusia dari segumpal darah" atau "sesuatu yang berdempet di dinding rahim" saja tetapi juga sebagai "diciptakan dinding dalam keadaan selalu bergantung pada pihak lain atau tidak dapat hidup sendiri." Ayat lain dalam konteks ini adalah surah Al-Hujurat ayat 13. Dari ayat tersebut ditegaskan bahwasannya Allah menciptakan manusia dari lelaki dan perempuan, bersuku-suku dan berbangsa-bangsa agar semua saling melengkapi dan berinteraksi.

Menurut Al-Quran, manusia secara fitrah adalah mahluk sosial dan hidup bermasyarakat merupakan satu keniscayaan bagi mereka (M. Quraish Shihab, 2007 :243 dalam Mahmud *et al.*, 2015). Manusia tidak pernah luput dari pengaruh lingkungan seperti masyarakat setempat, keluarga, pendidikan, dan di lingkungan yang lebih besar manusia tidak luput dari pengaruh orang yang mereka lihat diluar. Dari konteks itulah manusia disebut sebagai mahluk sosial, yaitu mahluk yang dalam hidupnya tidak bisa lepas dari pengaruh orang lain.

B. Manusia sebagai Makhluk Lingkungan

Sedangkan secara ekologis, manusia pada hakikatnya merupakan makhluk lingkungan atau *homo ekologis*, artinya dalam melaksanakan fungsi dan posisinya sebagai salah satu sub dari ekosistem, manusia adalah makhluk yang memiliki kecenderungan untuk selalu mencoba dan mengerti akan lingkungannya. Kecenderungan seperti ini akan menjadi salah satu ciri utama manusia sebagai makhluk berakal sehat (Mahmud *et al.*, 2015).

C. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merupakan tempat berlangsungnya aktivitas sehari-hari. Lingkungan sosial menjadi faktor penentu terhadap perubahan-perubahan perilaku yang terjadi pada setiap individu atau kelompok. Lingkungan keluarga, teman sebaya, serta lingkungan tempat tinggal akan membentuk perilaku dalam diri setiap individu (Jumadil, 2023).

Lingkungan sosial adalah lingkungan kehidupan manusia untuk berkembang yang mempengaruhi pola pikir dan sikap seseorang, tanpa adanya dukungan dari lingkungan sekitar seseorang tidak bisa berkembang dengan baik. Lingkungan sosial yang baik akan membentuk pribadi yang baik, karena perilaku dan kepribadian seseorang cerminan dari lingkungan sosial yang ia tempati. Keluarga menjadi lingkungan sosial yang pertama kali dikenal seorang individu

sebelum terjun pada lingkungan sosial lainnya yang lebih besar dan Lingkungan sosial yang kurang baik akan mempengaruhi pola pikir dan sikap seseorang menjadi tidak baik pula (Pakaya *et al.*, 2021).

Lingkungan sosial adalah keseluruhan makhluk sosial lain yang dapat mempengaruhi kita. Pengaruh secara langsung seperti dalam lingkaran pertemanan sehari-hari, keluarga,, atau pertemanan dunia sepekerjaan. Sedangkan pengaruh yang tidak langsung dapat melalui media seperti radio, Lingkungan sosial mempunyai dampak yang krusial terhadap pertumbuhan segala aspek pada manusia (Fuad & Anggelista, 2022).

D. Indikator Lingkungan Sosial

Indikator dari variabel lingkungan sosial telah banyak dikemukakan oleh penelitian sebelumnya. Indikator dari lingkungan sosial sudah dikemukakan oleh Fuad & Anggelista (2022), Tamimi (2020), Ramadhani *et al* (2019), dan Suryani & Armiaati (2022).

Menurut Fuad & Anggelista (2022) indikator variabel lingkungan sosial dibagi menjadi tiga indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dalam keluarga
2. Dalam sekolah
3. Dalam Lingkungan masyarakat.

Menurut Tamimi (2020), indikator dari variabel lingkungan sosial dibagi menjadi empat indikator dari dua dimensi, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Keluarga
2. teman sebaya
3. lingkungan masyarakat
4. Media elektronik.

Menurut Ramadhani *et al* (2019), indikator dari lingkungan sosial terdiri dari empat indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

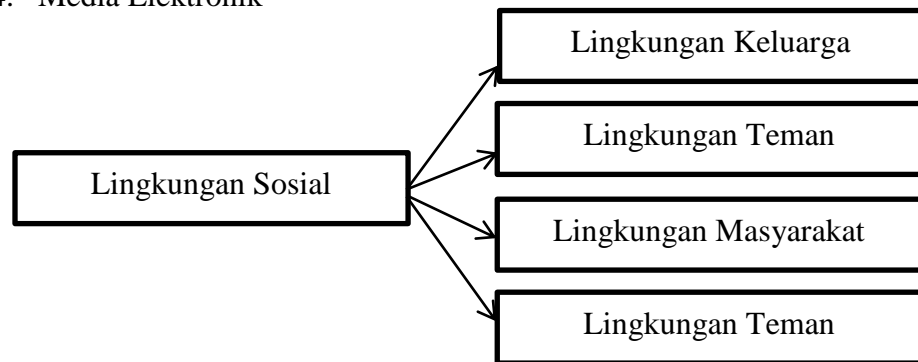
1. Keluarga
2. Sekolah
3. Kampus
4. Lingkungan masyarakat.

Menurut Suryani & Armiami (2022), indikator dari variabel lingkungan sosial terdiri dari dua bagian indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Lingkungan anggota keluarga
2. Lingkungan pendidikan
3. Lingkungan umum.

Maka Indikator yang digunakan untuk variabel lingkungan sosial pada penelitian ini berdasarkan teori diatas adalah sebagai berikut:

1. Lingkungan Keluarga
2. Lingkungan Teman
3. Lingkungan Masyarakat
4. Media Elektronik



Sumber: Tamimi (2020)

2.1.6 Teori Kesadaran

A. Kesadaran dalam konteks *Ma'rifatun Nafs* (Kesadaran Jiwa)

Dalam terminologi, ma'rifat diartikan sebagai proses mengenali serta memahami beragam disiplin ilmu dengan detail. Ini juga merujuk pada pemahaman atau keberhasilan merasakan secara langsung esensi sejati dari Allah SWT yang merupakan indikasi dari suatu maqam (level) atau keadaan psikologis dalam praktik tasawuf. Ma'rifat merupakan proses mendalami dan menyadari secara mendalam serta terstruktur mengenai berbagai subjek ilmiah. Singkatnya ma'rifat merupakan wawasan yang dicapai melalui introspeksi spiritual.

Manusia pada dasarnya memiliki kemampuan dan kecerdasan, bahkan ma'rifat. Namun manusia terkontaminasi oleh lingkungan sosial, sehingga mereka perlu berdzikir (mengingat kembali) (Fauzi *et al.*, 2020).

B. Kesadaran Membayar Zakat

Dalam KBBI, asal kata kesadaran adalah insaf, yakin, merasa, mengerti, sedangkan kesadaran adalah realisasi, keadaan pemahaman yang dirasa atau dialami seseorang. Kesadaran juga berarti merasakan, mengetahui, mengingat keadaan sebenarnya atau mengingat keadaan diri. Kesadaran didefinisikan sebagai keadaan dimana mengetahui, memahami dan merasakan. Maka dari itu, kesadaran merupakan suatu

sikap atau perilaku yang dihasilkan dari mengetahui dan menaati peraturan dan ketentuan yang ada (Kartika, 2020).

Ritwanto (2021) memaparkan definisi kesadaran (Awareness) menurut beberapa para ahli kesadaran adalah sebagai berikut:

1. Antonius Atosokni Gea : Pemahaman terhadap bentukan fisik, kepribadian, watak dan tempramennya mengetahui bakat yang dimiliki serta mempunyai gambaran atau konsep yang jelas mengenai dirinya sendiri dengan segala kelebihan dan kekurangan.
2. Soemarno Soedarsono: Perwujudan jati diri pribadi seseorang dapat disebut sebagai individu yang memiliki *manner* tatkala dalam individu seseorang tercermin penampilan, rasa cipta dan karsa, sistem nilai, cara pandang, dan perilaku yang ia miliki.

Kesadaran dimasukkan dalam konteks kesadaran hukum bahwasannya kesadaran akan membayar zakat merupakan hal yang wajib hukumnya dalam agama Islam. Kesadaran hukum adalah kesadaran individu yang tumbuh tanpa tekanan, paksaan, atau perintah dari luar untuk tunduk pada hukum yang berlaku. Dengan hukum yang berjalan di masyarakat maka hukum tidak perlu menjatuhkan hukuman. Hukuman dijatuhkan hanya untuk masyarakat yang sudah terbukti secara konkrit melanggar hukum. Hukum berisi perintah dan larangan. Hukum menyadarkan kita dimana segala perbuatan yang melanggar aturan yang sudah ditetapkan akan diberi sanksi hukum (Rosana, 2014).

Sehingga kesadaran zakat adalah kondisi dimana seseorang mengerti dan menjalankan akan hukum Islam, hak dan kewajiban seorang muslim yang harus dijalankannya yaitu seorang muslim harus menunaikan zakat.

C. Indikator Kesadaran

Indikator variabel kesadaran telah banyak dikemukakan oleh penelitian sebelumnya. Adapaun indikator variabel kesadaran ini dikemukakan oleh Sugiarto & Gabriella (2020), Rosana (2014), Najmudin *et al* (2023) dan Malikhah (2013).

Menurut Sugiarto & Gabriella (2020) indikator variabel kesadaran dibagi menjadi tiga indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan
2. Sikap
3. Tindakan.

Indikator kesadaran menurut Rosana (2014) membagi indikator kesadaran menjadi empat indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan
2. Pemahaman
3. Sikap
4. Perilaku.

Menurut Najmudin *et al* (2023) indikator untuk mengukur kesadaran zakat dibagi menjadi empat indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

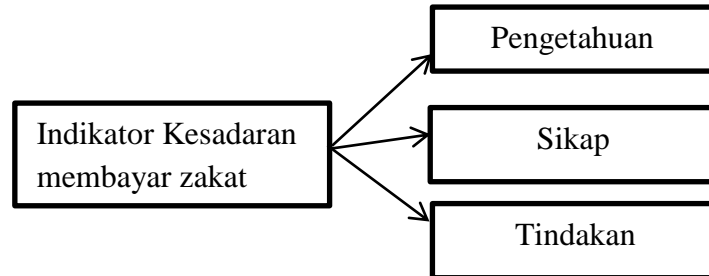
1. Pengetahuan muzaki tentang kewajiban membayar zakat
2. Pemahaman muzaki terkait kewajiban zakat
3. Sikap muzaki mengandung kecenderungan untuk membuat penilaian tertentu tentang kewajiban membayar zakat
4. Frekuensi membayar zakat.

Dan Indikator kesadaran menurut Malikhah (2013) dibagi menjadi tiga bagian penting, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Sistem Nilai
2. Cara Pandang
3. Perilaku

Sehingga penulisan Indikator variabel kesadaran zakat yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada teori dari penelitian sebelumnya adalah:

1. Pengetahuan
2. Sikap
3. Tindakan



Sumber: Sugiarto & Gabriella (2020)

2.1.7 Organisasi Pengelola Zakat

A. Pengertian Organisasi Pengelola Zakat

Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) adalah lembaga yang bertugas mengurus dan mengelola dana zakat yang memiliki peran intermediasi zakat yaitu menghimpun dana dari pemberi zakat dan didistribusikan dan didayagunakan kepada masyarakat penerima manfaat (Fadilah *et al.*, 2017). Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) bertugas mengelola dan menyalurkan dana ZIS yang diterima dari seorang donatur (pemberi zakat) melalui program-program yang dibuat oleh lembaga/badan itu sendiri untuk kepentingan masyarakat.

OPZ ini termasuk dalam organisasi nirlaba atau ada yang menyebutnya Lembaga Filantropi. Organisasi nirlaba sejalan dengan makna Lembaga Filantropi Lembaga yaitu lembaga non profit, yaitu lembaga yang tidak mencari keuntungan dalam implementasi program-programnya. Arti kata “Filantropi” sendiri adalah tindakan individu mencintai rasa kemanusiaan sehingga mengorbankan tenaga,

harta, dan waktunya nya untuk menolong orang lain maka filantropi ini merupakan tindakan seseorang yang mencintai nilai kemanusiaan sehingga menyumbangkan waktu luang dan jiwa raga nya untuk menolong orang yang membutuhkan (Amri *et al.*, 2023).

B. Jumlah Organisasi Pengelola Zakat di Indonesia

Berikut Jumlah Organisasi Pengelola Zakat di Indonesia pada tahun 2023 yang dirilis oleh Kementerian Agama Republik Indonesia:

Tabel 2.1 Jumlah OPZ Indonesia tahun 2023

OPZ	Jumlah
BAZNAS	1
BAZNAS Provinsi	34
BAZNAS Kabupaten/Kota	464
LAZ Nasional	37
LAZ Provinsi	33
LAZ Kabupaten/Kota	70
Total	639

Sumber: Arnani , 2023

C. Regulasi Pengelolaan Zakat di Indonesia

Untuk regulasi terkait dengan pengelolaan zakat menjadi sangat penting. Di bawah ini adalah regulasi yang menjadi dasar pengelolaan zakat di Indonesia:

1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) Nomor 14 Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang (UU) Nomor 23 Tahun 2011 Mengenai Pengelolaan Dana Zakat.
2. Instruksi Presiden Republik Indonesia (Inpres) Nomor 3 Tahun 2014 mengenai Peningkatan Efisiensi dalam Penghimpunan Dana Zakat di Kementerian/Lembaga, Sekretariat Jenderal Lembaga Negeri, Sekretariat Jenderal Komisi Negara, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah melalui Badan Amil Zakat Nasional
3. Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 01 Tahun 2014 memuat Panduan Tata Cara Penyampaian Pertimbangan terkait Penunjukan/Pemecatan Pimpinan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi serta Badan Amil Zakat Nasional Kota dan Kabupaten.
4. Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 02 Tahun 2014 Menjelaskan Panduan Tata Cara Pemberian Rekomendasi

Terkait dengan OPZ, peraturan UU Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, OPZ dibagi menjadi dua jenis dimana kedua jenis ini memiliki kedudukan yang sama, yaitu Badan amil zakat (BAZ) dan lembaga amil zakat (LAZ). BAZ merupakan OPZ

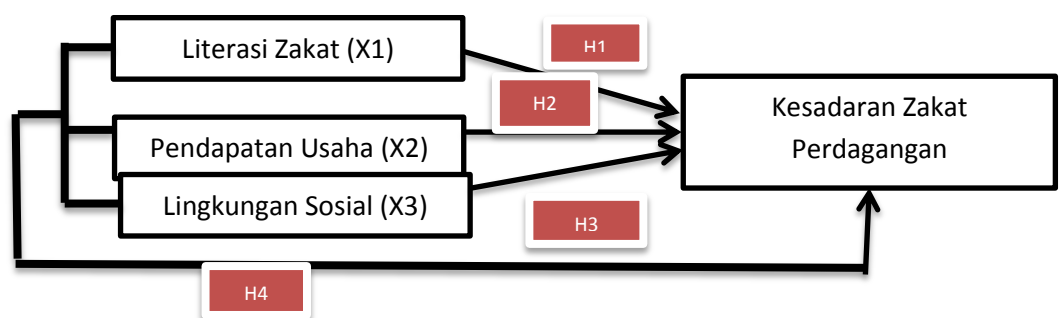
bentukkan pemerintah, sedangkan LAZ adalah OPZ bentukkan masyarakat serta dikonfirmasi sah secara hukum oleh pemerintah. Namun dalam UU No. 23 Tahun 2011 mengenai Pengelolaan Zakat, LAZ dan BAZ memiliki kedudukan berbeda. Disebutkan bahwa “BAZNAS merupakan lembaga yang memiliki wewenang melakukan tugas pengelolaan zakat skala nasional sedangkan LAZ hanya untuk membantu BAZNAS dalam pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat maka dari itu masyarakat dipersilahkan membentuk Lembaga Amil Zakat” (Mubarok & Fanani, 2014).

LAZ adalah lembaga bentukkan masyarakat yang memiliki peran dan tugas untuk membantu pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat. Masyarakat yang membentuk LAZ wajib mendapat izin menteri atau pejabat yang ditunjuk oleh Menteri. LAZ wajib melaporkan pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat yang telah diaudit kepada BAZNAS secara berkala. Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, BAZNAS bisa dibantu oleh Unit Pengumpul Zakat (UPZ). UPZ merupakan organisasi buatan BAZNAS yang berfungsi untuk membantu proses pengumpulan dana zakat (Rahman, 2015).

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Ramadhan (2023), kerangka berpikir merupakan fondasi esensial dalam penelitian yang melibatkan integrasi teori, pengamatan, realitas, dan literatur yang menjadi pijakan utama dalam penyusunan karya ilmiah. Struktur ini memang dirancang untuk menguraikan konsep-konsep yang akan diteliti. Selain itu, kerangka berpikir seringkali dipresentasikan sebagai diagram yang menggambarkan hubungan antar elemen. Oleh karena itu, kerangka berpikir sering disebut sebagai jalur berpikir yang mengarahkan jalannya penelitian. Kerangka berpikir ilmiah juga mencakup poin yang berkaitan dengan variabel tertentu. Kerangka berpikir mengilustrasikan alur logika dari topik penelitian dalam bentuk bagan yang menunjukkan hubungan antar variabel. Maka dari itu, berikut gambar pola kerangka pemikiran dari peneliti:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



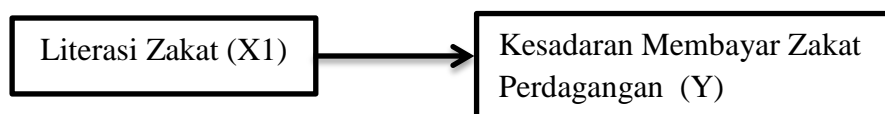
2.3 Hipotesis

Hipotesis yaitu pernyataan mengenai satu atau beberapa populasi. Secara umum hipotesis dibedakan atas hipotesis riset dan hipotesis statistik. Hipotesis riset adalah hipotesis yang dirumuskan oleh seorang peneliti ahli (*sample surveyor atau experimenter*) yang biasanya bukan seorang ahli statistika. Oleh sebab itu hipotesis riset sering merupakan hasil firasat atau kecurigaan yang didasarkan atas pengamatan secara cermat serta lama oleh si peneliti ahli yang bersangkutan (Masluhiya & Nugroho, 2022).

Syafina & Harahap (2019) mengungkapkan bahwa hipotesis adalah asumsi awal yang statusnya masih belum pasti, bisa jadi tepat atau tidak tepat. Hipotesis ini akan ditolak jika bukti-bukti yang ada menentanginya, dan akan diterima jika bukti-bukti mendukung. Singkatnya hipotesis adalah asumsi awal yang memerlukan verifikasi. Dalam konteks penelitian ini, hubungan antara variabel didasarkan pada hipotesis berikut:

A. Literasi Zakat terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan

(H1)

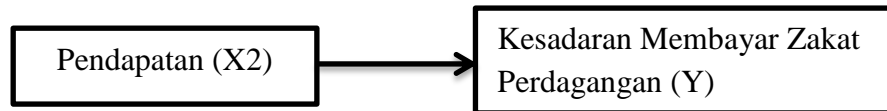


Ha1 : Ada pengaruh secara signifikan antara literasi terhadap kesadaran muzakki dalam membayar zakat

Ho1 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara literasi terhadap kesadaran muzakki dalam membayar zakat.

B. Pendapatan Usaha terhadap Kesadaran Membayar Zakat

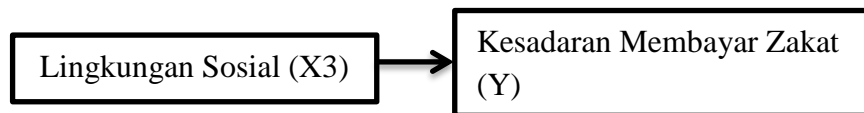
Perdagangan (H2)



Ha2 : Ada pengaruh secara signifikan antara pendapatan terhadap kesadaran muzakki dalam membayar zakat

Ho2 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara pendapatan terhadap kesadaran muzakki dalam membayar zakat

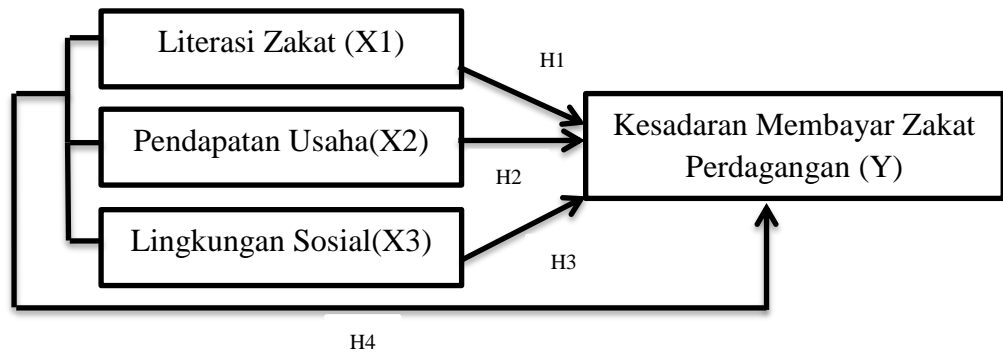
C. Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran (H3)



Ha3 : Ada pengaruh secara signifikan antara lingkungan Sosial terhadap kesadaran muzakki dalam membayar zakat

Ho3 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara lingkungan sosial terhadap kesadaran muzakki dalam membayar zakat

D. Literasi Zakat, Pendapatan Usaha, dan Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan (H4)



Ha4 : Ada pengaruh secara signifikan antara literasi, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial terhadap kesadaran muzakki dalam membayar zakat

Ho4 : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara literasi, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial terhadap kesadaran muzakki dalam membayar zakat.

2.4 Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Literasi Zakat terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Finistyasa & Indrarini (2023) bahwasannya literasi zakat berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran membayar zakat. Adapun penelitian yang dilakukan oleh menunjukkan literasi zakat berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran sebagai variabel intervening. berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitri & Falikhatun (2021) menyatakan hasil bahwa literasi zakat (Literacy) profesi berpengaruh terhadap kesadaran

(Awareness) dalam membayar zakat dan penelitian yang dilakukan oleh Ananda & Anwar (2023) menyatakan hasil penelitian bahwa literasi zakat berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan membayar zakat. Disini kepercayaan sebagai salah satu aspek sikap sebagai indikator dari kesadaran.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha1: Literasi zakat berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat

2. Pengaruh Pendapatan Usaha terhadap Kesadaran Membayar

Zakat Perdagangan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hindardjo & Wajid (2017) bahwa ada hubungan positif antara pendapatan dengan kesadaran membayar zakat namun tidak signifikan. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Syihabudin & Najmudin (2022), hasil penelitian menunjukkan pendapatan memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat membayar zakat profesi. Minat disini diibaratkan sebagai bagian dari sikap sebagai salah satu indikator dalam kesadaran. Dan menurut Khumaini *et al* (2023) bahwasannya *income* berpengaruh secara signifikan terhadap *zakah awareness*.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha2 : Pendapatan berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan

3. Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Membayar

Zakat

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fuad & Anggelista (2022) dan Tamimi (2020) , menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara lingkungan sosial terhadap kesadaran membayar zakat.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

***Ha3: Lingkungan sosial berpengaruh terhadap kesadaran
membayar zakat perdagangan***

2.5 Studi Terdahulu

Agar penelitian ini menjadi terfokus pada masalah penelitian dan dapat menghasilkan kebaruan penelitian, serta memetakan posisi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka peneliti perlu melakukan riset atau studi dengan melihat hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan penelitian yang sejenis menggunakan tema penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan studi literatur terhadap dua belas (12) hasil studi terdahulu dan hasilnya akan dijabarkan menggunakan tabel sebagai berikut:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Desita Pidie Finistyasa (2020)	Pengaruh Literasi Zakat Profesi dan Religiusitas terhadap Kesadaran Membayar Zakat Profesi pada Anggota Polres Pasuruan	Variabel Bebas: Literasi Zakat (X1) dan Religiusitas (X2) Variabel Terikat: Kesadaran Membayar Zakat (Y)	variabel literasi zakat profesi (X1) terhadap kesadaran membayar zakat profesi (Y) dapat dinyatakan berpengaruh signifikan Secara Simultan, Literasi zakat dan religiusitas berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat ketika literasi zakat dan religiusitas semakin baik, maka akan berpengaruh dalam kesadaran membayar zakat profesi.
2	Mella Rosalinda, Abdullah, dan Fadli (2021)	PENGARUH PENGETAHUAN ZAKAT, PENDAPATAN, DAN KEPERCAYAAN MUZAKKI TERHADAP MINAT PELAKU UMKM UNTUK MEMBAYAR ZAKAT NIAGA DI ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT KOTA BENGKULU	Variabel Bebas: Pengetahuan Zakat (X1), Pendapatan (X2), dan Kepercayaan (X3) Variabel Terikat: Minat Membayar Zakat Niaga	Variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat zakat niaga. Variabel pendapatan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat zakat niaga
3	Sabik Khumaini, M. Nurzansya,	The Effect of Religiosity, Literacy	Variabel Bebas: Religiosity (X1),	Literasi berpengaruh secara Parsial terhadap kesadaran

	Samsuri, dan Kamil Ali (2023)	and Income on Zakah Awareness in Baznas Tangerang City	Literacy (X2), and Income (X3) Variabel Terikat: Zakah Awareness (Y)	membayar zakat Pendapatan berpengaruh secara parsial terhadap kesadaran membayar zakat Literasi dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap kesadaran membayar zakat
4	Dimas Ananda Wijaya Al-Gazali & Aan Zainul Anwar (2023)	PENGARUH LITERASI ZAKAT TERHADAP KEPERCAYAAN MUZAKKI PADA NU CARE-LAZISNU CABANG JEPARA	Variabel Bebas: Literasi Zakat (X) Variabel Terikat: Kepercayaan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tinggi atau rendahnya pengetahuan zakat secara umum tidak mempengaruhi kepercayaan muzakki membayarkan zakat pada Lazisnu. 2. Pengetahuan tentang kewajiban membayar zakat berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki pada NU. Care-Lazisnu. 3. Pengetahuan tentang 8 asnaf berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki pada Lazisnu. 4. Pengetahuan tentang perhitungan zakat tidak berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki pada NU Care-Lazisnu. 5. Pengetahuan tentang objek zakat tidak berpengaruh positif terhadap kepercayaan muzakki pada NU Care-Lazisnu.

5	Indri Kartika (2020)	Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga)	Variabel Bebas: Pendapatan (X) Variabel Terikat: Minat Membayar Zakat (Y) Variabel Intervening: Kesadaran Membayar Zakat (Z)	Pendapatan berpengaruh terhadap minat membayar zakat melalui kesadaran sebagai variabel intervening ada pengaruh mediasi
6	Anton Hindardjo dan Abdul Wajid (2017)	ANALISIS TINGKAT RELIGIUSITAS, PENDAPATAN & KEPERCAYAAN TERHADAP KESADARAN MEMBAYAR ZAKAT DI KOTA TANGERANG	Variabel Bebas: Tingkat Religiusitas (X1), Pendapatan (X2), dan Kepercayaan (X3) Variabel Terikat: Kesadaran Membayar Zakat (Y)	Hasil uji hipotesis menunjukkan adanya hubungan langsung dan positif namun tidak terlalu kuat seperti pada variabel religiusitas yaitu antara variabel pendapatan terhadap peningkatan kesadaran membayar zakat di kota Tangerang Adanya hubungan langsung dan positif yang bervariasi antara variabel religiusitas, pendapatan dan kepercayaan terhadap peningkatan kesadaran membayar zakat di kota Tangerang .
7	Lian Fuad & Nanda Tristawang Anggelista (2022)	Pengaruh Pemahaman Zakat dan Lingkungan sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Pada MakeUp Artistdi Kecamatan Tulangan,Sidoarjo	Variabel Bebas: Pemahaman Zakat (X1) dan Lingkungan Sosial (X2) Variabel Terikat: Kesadaran Membayar Zakat (Y)	pemahaman zakat profesi berpengaruh terhadap kesadaran membayar zakat para Make Up Artistdi Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo. Pemahaman Zakat Profesi dan Lingkungan Sosial tersebut secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kesadaran Membayar Zakat pada Make Up Artistdi Kecamatan Tulangan

				Kabupaten Sidoarjo
8	Via Rizky Rahmawati (2022)	PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN, DAN PENDAPATAN TERHADAP KESADARAN MEMBAYAR ZAKAT PROFESI (STUDI KASUS ASN DI UPZ KOORDINATOR WILAYAH BIDANG PENDIDIKAN KECAMATAN CIMANGGU)	Variabel Bebas: Religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), dan Pendapatan (X3) Variabel Terikat: Kesadaran membayar Zakat	Variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran membayar zakat profesi pada Aparatur Sipil Negara (ASN) di UPZ Koordinator Wilayah Bidang Pendidikan Kecamatan Cimanggu. Variabel religiusitas, kepercayaan, dan pendapatan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kesadaran membayar zakat profesi pada Aparatur Sipil Negara (ASN) di UPZ Koordinator Wilayah Bidang Pendidikan Kecamatan Cimanggu.
9	Johan Arifin, Ferry Khusnul Mubarak, dan Nasrul Fahmi Zaki Fuadi (2022)	The Effect of Zakat Literacy, Religiosity, and Income on the Decision to Pay Agricultural Zakat	Variabel Bebas: Zakat Literacy (X1) , Religiosity (X2) dan Income (X3) Variabel Terikat: Decision (Y)	Literasi Zakat dan pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan membayar zakatt, sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat
10	Nur Jamaludin & Muizzudin (2021)	Literacy, Religiosity, and Awareness on Zakat of Millennials : Case Study on the Intention of Zakat among the Youth in Tangerang	Variabel Bebas: Literasi (X1), Religiusitas (X2), dan Kesadaran (X3) Variabel Terikat: Zakat pada generasi milenial (Y)	Literasi zakat secara parsial tidak berpengaruh terhadap generasi milenial dalam membayar zakat, sedangkan religiusitas dan kesadaran berpengaruh terhadap generasi milenial membayar zakat Secara simultan, literasi religiusitas dan kesadaran berpengaruh terhadap generasi milenial dalam membayar zakat sebesar 67,5%

11	Syihabudin & Najmudin (2022)	Pendapatan, Religiusitas dan Trust: Efektivitasnya Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Pada Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa (LAZ HARFA)	<p>Variabel Bebas: Religiusitas (X1) dan Trust (X2)</p> <p>Variabel Terikat: Minat Membayar Zakat (Y)</p>	Pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi di LAZ HARFA, religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi di LAZ HARFA, dan trust secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat di LAZ HARFA. Sedangkan Pendapatan, religiusitas dan trust secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat di LAZ HARFA. Kontribusi pengaruh pendapatan, religiusitas dan trust terhadap minat membayar zakat profesi pada LAZ HARFA
12	Nely Novia, Iswan Noor, dan Marlina Ekawaty (2018)	Analisis Pengaruh Faktor Non Ekonomi terhadap Sikap Pedagang Madura dalam Membayar Zakat	<p>Variabel Bebas: Faktor Non Ekonomi</p> <p>Variabel Terikat: Sikap Membayar Zakat</p>	Variabel lingkungan berpengaruh terhadap sikap dalam membayar zakat

Sumber: Data Penelitian Terdahulu 2017-2023

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.1.1 Menggunakan Metode Kuantitatif

Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berasal dari sesuatu yang masih abstrak dipusatkan dengan kajian pustaka yang selanjutnya dirumuskan hipotesis untuk diuji sehingga menuju pada keadaan atau situasi yang aktual. Berdasarkan dari perspektif tujuannya, penelitian kuantitatif terdapat beberapa hal diantaranya bertujuan untuk mengembangkan model yang matematis, maknanya penelitian yang dilakukan tidak hanya merujuk pada teori yang diambil dari kajian literatur saja, tetapi hal yang penting untuk bisa membangun hipotesis yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan atau fenomena yang ingin diteliti (Dr. Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Bisnis (2007: 31) dalam Priadana & Sunarsi, 2021)

3.1.2 Kuantitatif Metode Deskriptif

Menurut Priadana & Sunarsi (2021) metode deskriptif adalah yang mendeskripsikan apa yang dilihat, dirasa, dan diperoleh berdasarkan buktiaktual (sudah menjadi fakta) yang diperoleh . Dalam bahasa jurnalistik, peneliti hanya mencatat atau melapor hasil laporan yang mereka lihat dari data yang diperoleh. Penulis cukup menggambarkan subjek dan objek yang sedang diteliti tanpa ada kepalsuan atau semacamnya.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian dari masing-masing variabel yang didasarkan atas indikator yang akan diteliti. Operasionalisasi dibutuhkan ketika mengukur konsep yang abstrak dan subjektif. Objektifnya variabel akan mudah untuk diukur melalui pertanyaan langsung dan sederhana, serta tidak perlu dioperasionalkan. Hal ini menunjukkan bahwa operasionalisasi dimulai dengan teori dari masing-masing variabel, disertakan indikator dari setiap variabel yang akan diteliti serta cantumkan penggunaan skala pengukuran (Sekaran & Bougie, 2018).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Literasi Zakat (X1)	Literasi zakat dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam membaca, memahami, menghitung, dan akses informasi tentang zakat (Indeks Literasi Zakat, 2019)	1. Mengetahui Definisi Zakat 2. Mengetahui Kewajiban Membayar Zakat 3. Mengetahui tentang Institusi Zakat 4. Mengetahui tentang Dampak Zakat (Barokah, 2023)	Likert

Pendapatan Usaha (X2)	Pendapatan usaha sendiri adalah nilai keseluruhan dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan juga ini merupakan usaha milik sendiri ataupun milik keluarga sendiri (Ramadhan <i>et al.</i> , 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Besaran Pendapatan 2. Peningkatan Pendapatan 3. Keberkahan dalam Pendapatan <p>(Pertwi, 2020)</p>	Likert
Lingkungan Sosial (X3)	Lingkungan sosial adalah lingkungan kehidupan manusia untuk berkembang yang mempengaruhi pola pikir dan sikap seseorang (Pakaya <i>et al.</i> , 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan Keluarga 2. Lingkungan Teman 3. Lingkungan Masyarakat 4. Media Elektronik <p>(Tamimi, 2020)</p>	Likert
Kesadaran Membayar Zakat Profesi (Y)	kesadaran zakat adalah kondisi dimana seseorang mengerti dan menjalankan akan hukum Islam, hak dan kewajiban seorang muslim yang harus dijalankannya yaitu seorang muslim harus menunaikan zakat (Rosana,2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Sikap 3. Tindakan <p>(Sugiarto & Gabriella ,2020)</p>	Likert

Sumber: Teori dan Indikator berdasarkan Sumber diolah Peneliti, 2024

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam melaksanakan penelitian, terdapat populasi dan juga sampel, berikut penjelasan beserta siapa yang menjadi populasi dan sampel dalam penelitian ini, diantaranya:

3.3.1 Populasi

Populasi adalah subyek pada area serta waktu tertentu yang akan diteliti oleh peneliti atau area generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan studi kasus kemudian disimpulkan (Syarifuddin & Saudi, 2022). Variabel tersebut bisa berupa orang, kejadian, perilaku, atau sesuatu lain yang akan dilakukan penelitian. Populasi merupakan keseluruhan dari suatu variabel atau total dari seluruh unit dimana penyelidik tertarik Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Banten yaitu Pelaku usaha di Provinsi Banten yang berjumlah 984.118 (Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Banten, 2022).

3.3.2 Sampel

Menurut Amin *et al.*, (2023) sampel adalah sebagian dari populasi atau kumpulan unit sampling (suatu obyek yang akan dilakukan suatu pengukuran atau pengamatan) yang ditarik dari kerangka atau beberapa kerangka (daftar unit sampling) yang dapat dijadikan sebagai basis untuk pengumpulan informasi, basis untuk mempelajari parameter populasi yang *unknown*, dan sebagian . Sampel ini juga sebagai perwakilan dari sebuah populasi yang akan dijadikan bahan atau obyek suatu penelitian.

Penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan jenis *Snowball Sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih temantemannya untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2008 dalam Machali, 2021). Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak (Machali, 2021).

Perhitungan dalam penelitian ini menggunakan rumus Ferdinand (2002), dimana ukuran jumlah sampel sesuai dengan jumlah indikator yang dipakai dalam semua variabel penelitian. Nilai sampel yang diukur adalah hasil jumlah indikator yang dipakai yang dikali dengan 5-10 (Sujanah *et al.*, 2023). Maka dari itu, Sampel dalam penelitian ini adalah 70 responden, didapat dari jumlah total indikator semua variabel yaitu 14, kemudian dikali 5 ($14 \times 5 = 70$). Oleh karena itu, sampel yang akan diteliti adalah 70 pelaku usaha di Provinsi Banten.

3.4 Sumber Data

Data dalam penelitian ini yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. dua sumber data ini dibutuhkan sebagai langkah awal menuju perhitungan data. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung atau dari tangan pertama. Lebih tepatnya adalah data belum diolah yang masih mentah, sedangkan data sekunder adalah data yang sumbernya sudah tersedia dan sudah diolah sebelumnya dari pihak lain.

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data penelitian dari subjek secara langsung atau dari tangan pertama. Data primer ini berupa data-data yang objektif dan reliabel, karena data yang didapat akan diolah dan diteliti untuk memecahkan suatu permasalahan. Data primer ini bisa berupa hasil angket (kuisisioner) dalam penelitian kuantitatif (Syarifuddin & Saudi, 2022). Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Dompot Dhuafa Banten). Data primer ini berupa kuisisioner/angket dengan skala likert yang disebarakan kepada Masyarakat Provinsi Banten yang sudah ataupun belum membayar zakat ke Dompot Dhuafa banten yang pernah/belum/akan memiliki usaha perorangan.

3.4.2 Data Sekunder

Data penelitian sekunder adalah data yang tidak didapatkan dari sumber pertama. Data sekunder ini adalah data pelengkap dan penguat dari primer (Syarifuddin & Saudi, 2022). Data sekunder dalam penelitian ini adalah mendapatkan data dari dompet dhuafa yang mendukung terkait permasalahan di Dompet Dhuafa Banten dari segi target penerimaan dan realisasi penerimaan dana zakat dan memperoleh data dari BAZNAS untuk penguatan permasalahan skala nasional dan provinsi dengan mengambil data dari buku penelitian pusat kajian strategis BAZNAS.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data merupakan salah satu metode yang ada di dalam pengumpulan data dengan menggunakan teknik atau cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data-data. Metode pengumpulan data adalah cara dalam mengumpulkan data untuk memecahkan permasalahan yang ingin teliti agar dapat suatu kesimpulan. Adapun teknik atau cara pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah Kuisisioner.

3.5.1 Kuisisioner

Kuisisioner adalah kumpulan pertanyaan yang dirancang sesuai dengan instrumen pengukuran variabel dalam suatu penelitian. Metode pengambilan data melalui kuisisioner terbilang efektif dimana responden cukup menandai opsi jawaban yang telah dibuat oleh peneliti (Sahir, 2021). Kuisisioner juga biasa disebut angket Angket merupakan pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang hal-hal yang dirasakan oleh

dirinya dan juga tentang dirinya dengan cara mengirim pertanyaan baik secara langsung atau dari internet (menggunakan *google form* sebagai *platform* untuk pengisian kuisioner).

3.5.2 Skala Likert

Skala likert digunakan dalam penelitian ini karena skala menjadi syarat dari adanya kuisioner (Sahir, 2021). Menurut Sekaran & Bougie (2018) , skala likert dibuat untuk mengukur sekuat apakah subjek menjawab sangat setuju sampai sangat tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima titik kuisioner. Pertanyaan pada skala lima titik dengan panduan berikut:

Tabel 3.2 Kategori Skala Likert

Opsi	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Tidak Berpendapat	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sekaran & Bougie (2018)

Respons mengenai beberapa poin yang menekankan konsep atau variabel tertentu dapat dianalisis per poin, namun juga memungkinkan untuk menghitung jumlah atau total nilai untuk setiap responden dengan menjumlahkan antarpoin yang dibuat. Pendekatan skala likert disebut dengan skala penjumlahan (Sekaran & Bougie, 2018).

3.6 Teknik Analisis

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur serta melihat suatu instrumen memiliki tingkat kevalidan setiap item pertanyaan. Apabila suatu instrumen memiliki tingkat validitas tinggi maka data tersebut valid dan dapat dianggap mewakili variabel yang diukur sesuai yang diinginkan, Uji ini dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dibanding r tabel (Zahriyah *et al.*, 2021)

Uji validitas ini dilakukan menggunakan alat analisis SPSS versi 23. Teknik pengujian yang digunakan adalah korelasi *Product Momen Pearson* dengan taraf signifikan yaitu bagian *sig 0,05(two-tailed)* (Syarifuddin & Saudi, 2022)

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diartikan sebagai keajegan hasil yang diperoleh melalui metode penelitian tertentu. Para pakar statistik secara khusus mendefinisikan reliabilitas sebagai keajegan metode, kondisi, dan hasil yang dicapai. Menurut mereka, reliabilitas merujuk pada keajegan hasil penelitian yang diperoleh melalui penggunaan ragam metode penelitian di berbagai kondisi (tempat dan waktu) yang tidak sama. Lebih lanjut, konsep reliabilitas berfokus pada keajegan nilai yang diperoleh dari item-item dalam sebuah kuisisioner sehingga pengujian reliabilitas pada dasarnya

adalah pengujian akurasi dari skala pengukuran yang digunakan dalam instrumen penelitian (Budiastuti & Bandur, 2018).

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur bisa dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur dikatakan reliabel (Syarifuddin & Saudi, 2022).

Sementara itu, tes konsistensi internal yang paling tepat dipakai ialah *Alpha's Cronbach* atau disebut juga dengan *alpha coeficient*. Rentangan nilai koefisien alpha yang harus lebih besar dari 0,60 (Ono, 2020).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan ketika sebelum menguji hipotesis, untuk memastikan apakah persamaan model regresi dapat diterima secara ekonometrika. Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Purba *et al.*, 2021)

A. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal. Uji Normalitas merupakan metode untuk melihat persebaran nilai residu apakah terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang memenuhi adalah memiliki hasil nilai residu yang terdistribusi normal. Uji normalitas tidak dilakukan untuk setiap variabel penelitian, tetapi untuk skor residual.

Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov. Uji ini merupakan pengujian parameter distribusi data yang akan diuji persebarannya dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk *Z-Score* dan diasumsikan normal (Zahriyah *et al.*, 2021)

Dalam melihat hasil uji Kolmogorov Smirnov langkah awal yang dilihat adalah *asyp* (pendekatan asimptotik). Namun seringkali data yang dihasilkan tidak seimbang yang akan menyebabkan nilai asimptotik nya tidak akurat. Dapat disimpulkan metode asimptotik memiliki banyak kelemahan sehingga Metode exact menjadi salah satu metode yang dikembangkan dan dapat menjadi solusi agar data terdistribusi normal (Mehta & Patel, 2013). Dihipotesiskan uji normalitas sebagai berikut:

Ho: $< 0,05$, Data tidak berdistribusi normal

H1: $> 0,05$, Data berdistribusi normal

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah terjadinya gejala yaitu hubungan yang hampir sempurna di antara variabel bebas (Kusumastuti *et al.*, 2021). Menurut Puspa *et al* (2021), uji multikolinearitas digunakan untuk menguji model regresi apakah terdapat korelasi atau hubungan antar variabel bebas dalam model regresi yang dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF dan *tolerance*. Keputusan dalam uji multikolinearitas berdasarkan nilai *tolerance* adalah jika skor nya $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas dan sebaliknya.

Jika dilihat dari VIF, jika nilainya $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas (Raharjo, 2021) Dihipotesiskan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Ho: tolerance $> 0,01$ dan VIF $< 10,00$, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

H1: tolerance $< 0,01$ dan VIF $> 10,00$, terjadi gejala heteroskedastisitas.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi apakah memiliki ketidaksamaan varians dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain (Puspa *et al.*, 2021). Uji ini adalah kebalikan dari homoskedastisitas yaitu dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari error untuk semua pengamatan setiap variabel bebas pada model regresi. Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode glesjer yaitu dengan cara meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya dengan signifikansi $> 0,05$ dan juga menggunakan metode scatterplot (metode grafik) dengan syarat hasil grafik yang menunjukkan titik titik yang harus tersebar atau tidak membentuk pola (Zahriyah *et al.*, 2021)

Berikut hipotesis dari uji heteroskedastisitas

Ho: $> 0,05$, Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

H1: $< 0,05$, terjadi gejala heteroskedastisitas

3.6.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh lebih dari satu variabel bebas atau variabel estimator terhadap satu variabel terikat atau variabel dependen (Zahriyah *et al.*, 2021). Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Suatu permodelan dikatakan regresi linear apabila memenuhi syarat berikut:

- A. Jumlah sampel antara variabel dependent dan independent sama
- B. Hanya memiliki satu variabel Y (dependent)
- C. Nilai residual terdistribusi normal
- D. Tidak terjadi gejala-gejala asumsi klasik.

Model persamaan analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon_i$$

Dimana:

- X1 = Literasi Zakat
- X2 = Pendapatan Usaha
- X3 = Lingkungan Sosial
- Y = Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan
- a = Konstanta dari persamaan regresi
- b1 = Koefisien regresi dari variabel X1
- b2 = Koefisien regresi dari variabel X2
- b3 = Koefisien regresi dari variabel X3
- ϵ_i = Error term

3.6.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menyatakan bahwa koefisien regresi dari model adalah signifikan atau tidak sama nol.

A. Uji T (Uji Signifikansi Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel terikat secara parsial. Uji ini dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Masluhiya & Nugroho, 2022).

Ketentuan Uji T:

- Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial
- Jika $T_{hitung} < T_{Tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial.

B. Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Uji F adalah uji untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan dilihat dengan tabel ANOVA yang tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05 (Syarifuddin & Saudi, 2022).

Ketentuan Uji F:

- Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent/terikat.
- Jika nilai signifikan $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
Artinya semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent/terikat.

C. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi “ R^2 ” yang berarti sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel terikat yang dimana nilai R^2 ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Raharjo, 2019). Koefisien determinasi adalah penyebab perubahan pada variabel terikat (Y) yang data dari variabel bebas (X), sebesar kuadrat koefisiensi korelasinya.

Koefisien penentu tersebut menjelaskan besarnya pengaruh nilai suatu variabel X terhadap naik turunnya nilai variabel lainnya (Y). Dirumuskan seperti dibawah ini:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Nilai Koefisien Determinasi

r= Nilai Koefisien Korelasi

Makna R^2 menunjukkan seberapa persen berpengaruhnya variabel independen terhadap variabel dependen, yang jika terdapat sisa persentase lain artinya sisanya dipengaruhi oleh variabel lain (Syarifuddin & Saudi, 2022).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Banten

Berdasarkan dokumen Dompot Dhuafa Banten (2021) Dompot Dhuafa adalah Lembaga Filantropi Islam yang berkhidmat dalam pemberdayaan kaum dhuafa dengan pendekatan budaya melalui kegiatan filantropis dan wirausaha sosial profetik. Dompot Dhuafa terdiri dari 29 cabang dan Perwakilan Dalam Negeri, 5 Cabang Luar Negeri, 200 Zona Layanan Dalam Negeri, 30 Zona Layanan Luar Negeri, 138 Program, 19 Gerai Sehat LKC, 5 Rumah Sakit, 4 Sekolah, 7 Outlet Dayamart, 1 De Fresh, dan 14 Enterprise.

Sejarahnya berawal dari nama Dompot Dhuafa Republika. Dompot Dhuafa Republika adalah lembaga non profit milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan mendayagunakan dana masyarakat berupa Zakat, Infaq, Sedekah, Wakaf, serta Donasi lainnya yang halal dan legal dari perorangan, kelompok, perusahaan/lembaga.

Melalui program-program yang, unik, kreatif, dan inovatif melalui berbagai layanan kegiatan sosial dalam bidang Pendidikan, Kesehatan, Pemberdayaan Ekonomi, Pendampingan Komunitas, Siaga Bencana, Advokasi, dan Lingkungan yang di sesuaikan dengan kebutuhan Masyarakat Dhuafa. Dengan Pengelolaan yang Amanah, Trasparan dan Profesional. Kami bersama

masyarakat berupaya memberikan solusi kongkrit untuk membantu kaum dhuafa dalam menghadapi kemiskinannya.

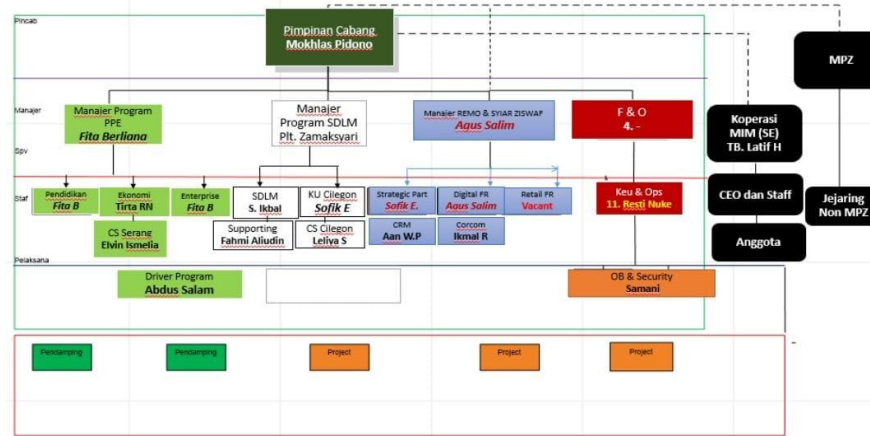
Dompot Dhuafa Banten adalah salah satu cabang dompet dhuafa berdiri tahun 2010 yang bersinergi dengan yayasan lokal Uswatun Hasanah dengan cakupan area operasional di wilayah Banten. Sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional dan Organisasi Kemanusiaan, Dompot Dhuafa Banten memiliki peran dan fungsi sebagai perwakilan Dompot Dhuafa yang bergerak dalam kegiatan sosial di bidang Pendidikan, Kesehatan, Pemberdayaan Ekonomi, Siaga Bencana, Advokasi, dan Lingkungan.

Bersadarkan DD Banten (2023) Visi dari Dompot Dhuafa Banten adalah terwujudnya masyarakat dunia yang bedaya melalui pelayanan, pembelaan, dan pemberdayaan yang berbasis pada sistem berkeadilan Misi dari Dompot Dhuafa Banten adalah sebagai berikut:

1. Membangun gerakan pemberdayaan dunia untuk mendorong transformasi tatanan sosial masyarakat berbasis nilai keadilan.
2. Mewujudkan pelayanan, pembelaan, dan pemberdayaan yang berkesinambungan serta berdampak pada kemandirian masyarakat yang berkelanjutan.
3. Mewujudkan keberlanjutan organisasi melalui tata kelola yang baik, profesional, adaptif, kredibel, akuntabel, dan inovatif.

Berikut gambar struktur organisasi Dompot Dhuafa Banten:

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dompot Dhuafa Banten



Sumber: Dompot Dhuafa Banten (2021)

Program-Program Dompot Dhuafa Banten berdasarkan Brosur DD Banten (2024) dibagi menjadi enam pilar yang dijalankan dan masing-masing bidang memiliki program tersendiri diantaranya sebagai berikut:

a. Pendidikan

- Rumah Momong
- Rumah Konseling
- Beasiswa Bakti Banten
- Beasiswa Etos kemitraan
- Refurbish Sekolah

b. Ekonomi

- Sentra Ternak
- Edu Farm
- Pelatihan Ternak Mandiri
- Bantuan Modal Usaha

- Budidaya Jamur Tiram
- Plasma Ternak
- Budidaya Cacing
- Penanaman Pakan Hijau
- Pupuk Media Tanam

c. Sosial

- Santunan Anak Yatim
- Jumat Berbagi Berkah
- Lamusta Khusus
- Pemenuhan Gizi Difabel
- Pemenuhan Gizi Lansia
- Santunan Kakek Muallaf
- JAMBU (Jaminan Makan Bulanan)

d. Kesehatan

- Ambulance
- Advokasi Kesehatan
- Pendampingan Kesehatan
- Pengobatan Gratis

e. Dakwah dan Budaya

- 100 Da'i Magrib Mengaji
- Dakwah Kasepuhan Karang
- Rumah Baca Al-Qur'an
- Corps Da'i Dompok Dhuafa

- Sedekah Al-Qur'an

f. Kemanusiaan

- Respon Darurat Bencana
- Dapur Keliling
- Pos Hangat/Kesehatan/Pengungsian
- Pelatihan Tanggap Bencana

4.1.2 Analisis Deskriptif Responden

A. Domisili

Domisili dari provinsi Banten terdiri dari Kota Serang, Kabupaten Serang, Kabupaten Lebak, Kabupaten Pandeglang, Kota Cilegon, Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Tangerang Selatan. Berikut adalah hasil dari analisis deskriptif dimana ini merupakan domisili dari responden dalam penelitian ini :

Tabel 4.1 Domisili Responden

Domisili	Jumlah	Persentase
Kabupaten Tangerang	14	20%
Kota Serang	15	21%
Kabupaten Serang	14	20%
Kabupaten Lebak	6	9%
Kabupaten Pandeglang	8	11%
Kota Cilegon	3	4%
Kota Tangerang	7	10%
Tangerang Selatan	3	4%
Total	70	100%

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil penelitian terhadap karakteristik responden berdasarkan domisili, mayoritas responden terbanyak berasal dari Kota Serang sebanyak 15 responden, Kabupaten Tangerang dan Kabupaten Serang sama-sama 14 responden, Kabupaten Pandeglang 8 responden, Kota Tangerang 7 responden, Kabupaten Lebak 6 responden, dan Kota Cilegon dan Tangerang Selatan sama-sama berjumlah 3 responden.

B. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin seperti pada umumnya yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut jenis kelamin responden yang mengisi kuisioner dalam penelitian ini:

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Total	Persentase
Laki-Laki	34	49%
Perempuan	36	51%
Total	70	100%

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil penelitian terhadap karakteristik responden berdasarkan jenis kelaminnya, dapat dilihat pada tabel diatas bahwasannya responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 36 responden atau lebih banyak dibanding laki-laki yang berjumlah 34 responden.

C. Usia

Kategori usia dalam penelitian ini adalah paling kecil dibawah 18 tahun dan paling besar adalah diatas 45 tahun. Berikut adalah usia dari responden yang ada:

Tabel 4.3 Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
< 18 Tahun	3	4%
19 - 25 Tahun	48	69%
26 - 30 Tahun	4	6%
31 - 35 Tahun	2	3%
36 - 40 Tahun	3	4%
> 45 Tahun	10	14%
Total	70	100%

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil penelitian terhadap karakteristik responden berdasarkan usia, responden dengan usia 19-25 tahun adalah yang paling banyak seperti yang tertera pada tabel diatas, yaitu sebanyak 48 responden, sedangkan posisi kedua yaitu dengan usia > 45 tahun berjumlah 10 responden, usia 26-30 tahun berjumlah 4 responden , usia <18 tahun dan 31-36 tahun sama sama berjumlah 3 responden, dan yang urutan terakhir adalah 31-35 tahun yaitu 2 responden.

D. Sudah atau Belum Membayar Zakat Perdagangan melalui LAZ

Dompot Dhuafa Banten

Kriteria dalam responden ini tentu masyarakat yang sudah membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten ataupun belum. Selama masih berdomisili di provinsi Banten sudah termasuk dalam kriteria pengisi kuisioner. Berikut analisis sudah atau belumnya sampel dalam membayar zakat perdagangan melalui Dompot Dhuafa Banten:

Tabel 4.4 Kesudahan Membayar Zakat Perdagangan di DD Banten

Keterangan	Jumlah	Persentase
Sudah	24	34%
Belum	46	66%
Total	70	100%

Sumber: Data Diolah Excel ver 10 tahun 2024

Berdasarkan hasil penelitian terhadap karakteristik responden berdasarkan sudah atau belumnya membayar zakat perdagangan melalui LAZ Dompot Dhuafa Banten, responden mayoritas belum membayar zakat perdagangan melalui Dompot Dhuafa Banten yaitu sebesar 46 responden sedangkan yang sudah baru sebesar 24 responden. Disimpulkan mayoritas masyarakat Banten belum mengetahui lebih jelas Dompot Dhuafa Banten. Kalaupun mereka mengetahui namun mereka hanya sebatas mengetahuinya, belum mengetahui apa saja yang ada didalamnya seperti program-program yang dijalankan atau memilih membayar di LAZ lain selain LAZ Dompot Dhuafa Banten.

4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis Deskriptif variabel penelitian merupakan analisis untuk melihat persepsi responden dalam mengisi kuisioner penelitian terhadap seluruh variabel penelitian ini. Berikut adalah analisis deskriptif dari masing-masing variabel:

A. Variabel Literasi Zakat

Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Literasi Zakat

Variabel	Item	SS	%	S	%	TB	%	TS	%	STS	%
Literasi Zakat	X1.1	54	77,1	14	20	2	2,9				
	X1.2	57	81,4	13	18,6						
	X1.3	36	51,4	21	30,1	11	15,7	1	1,4	1	1,4
	X1.4	31	44,3	32	45,7	7	10				

Sumber: Data Diolah SPSS, 2024

Hasil jawaban dan penjabaran dari 4 item pertanyaan diatas dalah sebagai berikut:

- 1) Dari 70 Responden, 77% menjawab sangat setuju , 20% setuju , dan 2,9% tidak berpendapat . Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengetahui definisi zakat.
- 2) Dari 70 responden, 81,4% menjawab sangat setuju, 18,6% setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengetahui bahwasannya membayar zakat hukumnya wajib ketika sudah mencapai nisab dan haul.
- 3) Dari 100 responden, 51,4% menjawab sangat setuju, 30,1% setuju, 15,7% tidak berpendapat, lalu yang menjawab tidak setuju dan tidak setuju sama-

sama senilai 1,4%. Dapat disimpulkan bahwa responden dominan mengetahui terkait OPZ yang terdiri dari LAZ dan BAZ.

- 4) Dari 100 responden, 44,3% menjawab sangat setuju, 45,7% setuju, dan 10% tidak berpendapat . Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengetahui dampak zakat untuk meningkatkan kualitas UMKM melalui program pemberdayaan seperti pinjaman dan pelatihan dimana program tersebut dilakukan oleh LAZ Dompot Dhuafa Banten.

B. Variabel Pendapatan Usaha

Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Pendapatan Usaha

Variabel	Item	SS	%	S	%	TB	%	TS	%	STS	%
Pendapatan usaha	X2.1	40	57,1	25	35,7	5	7,2				
	X2.2	41	58,6	21	30	6	8,6	1	1,4	1	1,4
	X2.3	46	65,7	22	31,4	2	2,9				

Sumber: Data Diolah SPSS, 2024

Hasil jawaban dan penjabaran dari 3 item pertanyaan diatas dalah sebagai berikut:

- 1) Dari 70 responden, 57,1% menjawab sangat setuju, 35,7 % setuju, dan 7,2% tidak berpendapat. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden akan membayar zakat perdagangan jika besaran pendapatan yang dimiliki telah mencapai nishab.
- 2) Dari 70 responden, 58,6% menjawab sangat setuju, 30% setuju, 8,6% tidak berpendapat, dan yang menjawab tidak setuju dan sangat setuju

sama-sama senilai 1% . Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa ketika terjadi peningkatan pendapatan dalam usahanya, maka kadar zakat yang dikeluarkan juga naik.

- 3) Dari 70 responden, 65,7% menjawab sangat setuju, 31,4% setuju, dan 2,9% tidak berpendapat. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa pendapatan yang dizakati, usahanya semakin lancar dan tetap bisa memenuhi kebutuhan.

C. Variabel Lingkungan Sosial

Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Lingkungan Sosial

Variabel	Item	SS	%	S	%	TB	%	TS	%	STS	%
Lingkungan Sosial	X3.1	53	75,7	9	12,9	8	11,4				
	X3.2	26	37,1	19	27,1	21	30,1	3	4,3	1	1,4
	X3.3	17	24,3	23	32,9	24	34,3	5	7,1	1	1,4
	X3.4	34	48,6	26	37,1	8	11,4	2	2,9		

Sumber: Data Diolah SPSS, 2024

Hasil jawaban dan penjabaran dari 4 item pertanyaan diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Dari 70 responden, 75,7% menjawab sangat setuju, 12,9% setuju, dan 11,4% tidak berpendapat. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki anggota keluarga yang selalu melaksanakan salah satu kewajibannya yaitu membayar zakat.
- 2) Dari 70 responden, 37,1% menjawab sangat setuju, 27,1% setuju, 30,1% tidak berpendapat, 4,3% tidak setuju, dan 1,4% sangat tidak setuju. Dapat

disimpulkan bahwa responden masih dominan memiliki teman yang membayar zakat meskipun ada yang tidak mengetahui kondisi temannya apakah membayar zakat atau tidak (yang menjawab tidak berpendapat).

- 3) Dari 70 responden, 24,3% menjawab sangat setuju, 32,9% setuju, 34,3% tidak berpendapat, 7,1% tidak setuju, dan 1,4% sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak mengetahui apakah lingkungan sekitar daerah tempat tinggalnya yang merupakan pelaku usaha itu merupakan orang yang membayar zakat perdagangan atau tidak.
- 4) Dari 70 responden, 48% menjawab sangat setuju, 37,1 setuju, 11,4% tidak berpendapat, dan 2,9% tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sering melihat informasi dari media sosial mengenai zakat yang menampilkan ajakan dan suatu program.

D. Variabel Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan

Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran

Variabel	Item	SS	%	S	%	TB	%	TS	%	STS	%
Kesadaran	Y1	42	60	27	38,6	1	1,4				
	Y2	63	90	6	8,6	1	1,4				
	Y3	23	32,9	23	32,9	24	34,2				

Sumber: Data Diolah SPSS, 2024

Hasil jawaban dan penjabaran dari 3 item pertanyaan diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Dari 70 responden, 60% menjawab sangat setuju, 38,6% setuju, dan 1,4% tidak berpendapat. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengetahui zakat perdagangan dibayar ketika mencapai nishab 85 gram emas dan mencapai satu tahun haul dengan tarif 2,5%.
- 2) Dari 70 responden, 90% menjawab sangat setuju, 8,6% setuju, dan 1,4%% tidak berpendapat. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa punya tanggung jawab sebagai pemeluk agama Islam untuk membayar zakat.
- 3) Dari 70 responden, 32,9% menjawab sangat setuju, 32,9% setuju, dan 34,2% tidak berpendapat. Dapat disimpulkan bahwasannya responden mayoritas akan membayar ataupun sudah membayar di LAZ Dompot Dhuafa Banten, namun masih banyak yang mungkin akan membayar zakat perdagangannya melalui LAZ lain.

4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk melihat apakah instrumen penelitian yang digunakan sudah valid. Hal ini berarti, instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebetulnya diukur. Dasar pengambilan keputusan uji validitas product moment ini memiliki syarat pengujiannya yaitu nilai r hitung $>$ r tabel (Zahriyah et al., 2021).

Uji validitas jika dilihat signifikansi dilakukan dengan melihat besaran nilai r hitung dengan r tabel, mencari r tabel menggunakan Df (*degree of freedom*) yaitu $n-2$, dengan responden sebanyak 70 sampel yang berarti tabel *product moment* dengan taraf signifikansi *two tailed* 5% didapatkan hasil r tabel senilai 0,235). Berdasarkan hasil penelitian berikut hasil uji validitas *product moment*:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Literasi Zakat	P1	0,514	0,235	Valid
	P2	0,660	0,235	Valid
	P3	0,760	0,235	Valid
	P4	0,783	0,235	Valid
Pendapatan usaha	P1	0,668	0,235	Valid
	P2	0,796	0,235	Valid
	P3	0,703	0,235	Valid

Lingkungan Sosial	P1	0,553	0,235	Valid
	P2	0,830	0,235	Valid
	P3	0,839	0,235	Valid
	P4	0,589	0,235	Valid
Kesadaran Zakat Perdagangan	P1	0,667	0,235	Valid
	P2	0,516	0,235	Valid
	P3	0,818	0,235	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 23 tahun 2024

Dari hasil diatas disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel literasi zakat, pendapatan usaha ,dan lingkungan sosial serta kesadaran membayar zakat perdagangan adalah valid setelah melalui proses olahan data menggunakan SPSS versi 23. Hal itu dibuktikan dari nilai korelasi r hitung menunjukkan hasil yang positif dan nilai r hitung setiap butir pertanyaan untuk seluruh variabel lebih besar dari nilai r tabel di mana nilai r tabel yaitu 0,235.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah keajegan dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur berupa pengukuran alat ukur yang sama yang akan memberikan hasil yang sama (Syarifuddin & Saudi, 2022) Teknik statistik yang digunakan untuk pengujian ini adalah koefisien *cronbach's alpha* setelah diukur menggunakan alat analisis SPSS. Suatu kuesioner dapat dinilai reliabel jika *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Sugiono *et al.*, 2020). Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Item	Keterangan
Literasi Zakat	.886	4	Reliabel
Pendapatan Usaha	.833	6	Reliabel
Lingkungan Sosial	.780	6	Reliabel
Kesadaran Zakat	.889	7	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 23 tahun 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* variabel literasi zakat yaitu 0.886, variabel pendapatan usaha sebesar 0.833, dan variabel lingkungan sosial sebesar 0.780, serta variabel kesadaran membayar zakat perdagangan sebesar 0.889. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menghasilkan nilai *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0.60 sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk melihat apakah persebaran nilai residu terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residu yang terdistribusi normal. Uji normalitas tidak dilakukan untuk setiap variabel penelitian, tetapi untuk nilai residual.

Uji *Kolmogorov-Smirnov* merupakan metode uji normalitas dengan ketentuan jika nilai sig > 0,05 maka data tersebut normal distribusinya, dan jika nilai sig < 0.05 maka data tersebut tidak normal distribusinya (Zahriyah *et al.*, 2021). Berikut merupakan hasil uji normalitas menggunakan SPSS versi 23:

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov

Hasil Uji Normalitas	Hasil
0,200 ^{c.d}	Normal

Sumber: Data Diolah SPSS 23 tahun 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas dilihat menggunakan nilai signifikansi menggunakan pendekatan *exact* dengan nilai dari *assympt sig 2 tailed* senilai 0,200 yang memiliki nilai lebih besar 5% ($0,200 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa data seluruh variabel berdistribusi secara normal atau H1 diterima.

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji apakah model regresi terdapat korelasi atau hubungan antar variabel bebas dalam model regresi yang dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF harus lebih kecil dari 10,00 dan tolerance harus lebih besar dari 0,10 (Raharjo, 2021). Akibat dari gejala multikolinearitas ini adalah tingginya variabel pada sampel. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Colinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Literasi Zakat	.732	1.367
Pendapatan Usaha	.766	1.305
Lingkungan Sosial	.803	1.246

Sumber: Data Diolah SPSS 23 tahun 2024

Hasil uji multikolinearitas diatas menunjukkan semua nilai *tolerance* $> 0,10$ dan semua nilai VIF $< 10,00$. Maka dari itu dapat dipastikan tidak terdapat gejala multikolinearitas adan H_0 diterima.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan uang lain (Purba *et al.*, 2021). Ketentuannya adalah jika signifikansi nilainya $> 0,05$ maka model tersebut tidak memiliki heteroskedastisitas atau H_0 diterima.

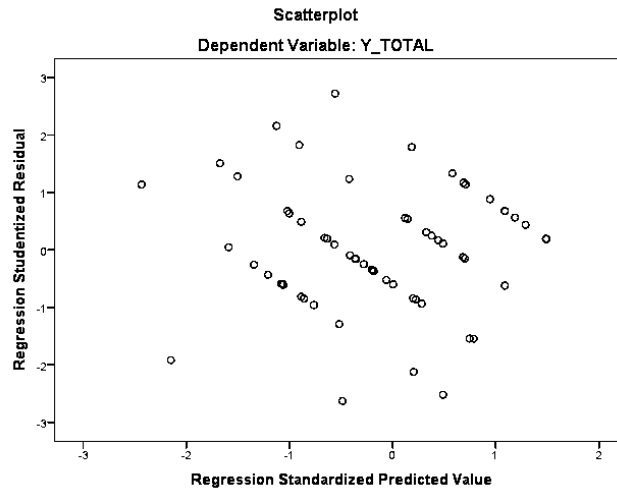
Tabel 4.13 Hasil Uji Glesjer (Heteroskedastisitas)

Variabel	<i>Sig</i>
Literasi Zakat	.419
Pendapatan Usaha	.892
Lingkungan Sosial	.160

Sumber: Data diolah SPSS 23 tahun 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi semua variabel lebih besar dari 0,05 yang berarti tandanya model penelitian ini tidak memiliki gejala heteroskedastisitas atau H1 diterima. Selanjutnya ada metode grafik yang menggunakan metode scatterplot. Jika titik pada grafik tersebut tidak membentuk suatu pola, maka data dipastikan tidak memiliki heteroskedastisitas. Melihat hasil heteroskedastisitas menggunakan scatterplot dilakukan dengan nilai ZPRED (nilai prediksi) diplotkan dengan SRESID (nilai residualnya). Dapat dilihat gambar hasil uji metode scatterplot dibawah ini:

Gambar 4.2 Gambar Uji Scatterplot (Heteroskedastisitas)



Sumber: Data Diolah SPSS 23 tahun 2024

Berdasarkan gambar grafik diatas, Titiknya menyebar dan tidak membuat suatu pola. Maka model penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4.1.6 Uji Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui besaran pengaruh variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat (Purba *et al.*, 2021). Berikut dibawah ini merupakan hasil analisis linear berganda beserta penjabarannya:

Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Keterangan	Nilai Regresi
Nilai Konstan	2,864
Literasi Zakat	0,285
Pendapatan Usaha	0,17
Lingkungan Sosial	0,188

Sumber: Data Diolah SPSS 23 tahun 2024

Berdasarkan tabel koefisien yang diperoleh dari analisis berganda, maka dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 2,864 + 0,285X_1 + 0,170X_2 + 0,188X_3 + \varepsilon$$

Dimana:

X1 = Literasi Zakat

X2 = Pendapatan Usaha

X3 = Lingkungan Sosial

Y = Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan

a = Konstanta dari persamaan regresi

b1 = Koefisien regresi dari variabel X1

b2 = Koefisien regresi dari variabel X2

b3 = Koefisien regresi dari variabel X3

ε = Error term

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta memiliki nilai 2,864 yang menunjukkan bahwa tanpa perubahan pada variabel literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial, nilai konstanta akan tetap tidak berubah
2. Nilai koefisien untuk X1 (Literasi Zakat) tercatat sebesar 0,285 yang mengindikasikan bahwa peningkatan pada literasi zakat akan meningkatkan kesadaran zakat perdagangan di kalangan masyarakat Banten sebanyak 0,285 unit, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak mengalami perubahan.
3. Nilai koefisien untuk X2 (Pendapatan Usaha) tercatat sebesar 0,170 yang berarti peningkatan pada pendapatan usaha akan mempengaruhi kesadaran zakat perdagangan di kalangan masyarakat Banten sebesar 0,170 unit, dengan asumsi kondisi lainnya konstan.
4. Nilai koefisien untuk X3 (Lingkungan Sosial) tercatat sebesar 0,188 yang menandakan bahwa pada aspek lingkungan sosial akan berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran zakat perdagangan sebanyak 0,188 unit, dengan asumsi tidak ada variabel lain yang berubah.

4.1.7 Uji Hipotesis

A. UJI T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen (Marita, 2015) Syarat lolosnya uji t adalah t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Berikut adalah hasil dari Uji t (parsial).

Tabel 4.4 Hasil Uji T (Parsial)

Variabel Bebas	T Hitung	T Tabel
Literasi Zakat	4,397	1,668
Pendapatan Usaha	2,307	1,668
Lingkungan Sosial	4,407	1,668

Sumber: Data Diolah SPSS 23 tahun 2024

Hasil koefisien di atas tercatat nilai t hitung dari variabel bebas. Nilai t tabel dihitung dan didapat dengan t (taraf signifikan : $N - K - 1$) = (0.05 ; $70 - 3 - 1$). T tabel = (0.05 two tailed ; 66 = 1,668). dapat disimpulkan untuk masing-masing variabel bebas sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian Literasi Zakat

Hasil uji t variabel literasi zakat tercatat hasil t hitung 4.397 nilainya > 1.668 sebagai t tabel juga nilai signifikansi pada variabel literasi zakat bernilai 0,00 yang nilainya < 0.05 . Sehingga literasi zakat berpengaruh signifikan terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan secara parsial (H_0 ditolak dan H_1 diterima).

2. Hasil Pengujian Pendapatan Usaha

Hasil uji t variabel pendapatan usaha tercatat hasil t hitung 2,301 dimana nilainya $> 1,668$ sebagai t tabel dan nilai signifikansi pada variabel pendapatan usaha bernilai 0,025 yang nilainya < 0.05 . Sehingga variabel pendapatan usaha berpengaruh signifikan terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan secara parsial (H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak).

3. Hasil Pengujian Lingkungan Sosial

Hasil uji t variabel pendapatan usaha tercatat hasil t hitung 4,407 dimana nilainya $> 1,668$ sebagai t tabel juga nilai signifikansi pada variabel pendapatan usaha bernilai 0,00 yang nilainya < 0.05 , Sehingga variabel lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan secara parsial (H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak).

B. UJI F (Uji Simultan)

Uji ini disebut juga sebagai uji kelayakan model, yaitu dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan yang tinggi, yaitu variabel penelitian yang digunakan fenomena untuk dianalisis. Uji F dilakukan agar mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara bersama sama terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan dilihat berdasarkan hasil dalam tabel *ANOVA* yang tingkat signifikansi yaitu 5% atau 0,05 (Syarifuddin & Saudi, 2022) jika berpengaruh syaratnya F hitung $> F$ tabel dan nilai signifikansi harus $< 0,05$.

Tabel 4.5 Hasil Uji F (Uji Simultan)

F Hitung	F Tabel
32,978	2,740

Sumber: Data diolah SPSS 23 tahun 2024

Berdasarkan hasil uji F hitung sebesar 32,978. Sedangkan untuk nilai Ftabel dapat diperoleh dengan menggunakan taraf kepercayaan 0,05. Maka df 1 ; df 2 (variabel -1; n-k-1) yang hasilnya (3; 66), sehingga nilai F tabel sebesar 2,740. Maka F hitung lebih besar dari F tabel (34,814 > 2,740) Diketahui juga nilai signifikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah ,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan variabel literasi zakat, pendapatan dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pelaku usaha Banten membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten atau Ha4 diterima dan menolak Ho4.

4.1.8 Uji Determinasi (Adjusted R Square)

Uji determinasi diperlukan dalam mengetahui seberapa persen pengaruh variabel bebas (literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial) secara simultan terhadap variabel terikat (kesadaran membayar zakat perdagangan). Berikut adalah hasil dari uji determinasi:

Tabel 4.6 Hasil Uji Determinasi

Nilai Adjusted R Square	Persentase
0,687	68,7%

Sumber : Data diolah SPSS 23 pada tahun 2024

Dari tabel diatas, ditunjukkan nilai *Adjusted r Square* bernilai 0.687 atau 68,7%. Maka artinya variabel bebas (variabel literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel terikat (kesadaran membayar zakat perdagangan) senilai 68,7% , sisanya sebesar 32,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan Hasil Statistik

4.2.1 Pengaruh Literasi Zakat terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada Pelaku Usaha Banten

Literasi zakat dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam membaca, memahami, menghitung, dan akses informasi tentang zakat. Literasi Zakat mencakup pemahaman zakat secara umum dan lanjutan. Literasi zakat memiliki indikator yaitu mengetahui definisi zakat, kewajiban membayar zakat, institusi zakat, dan dampak zakat. Literasi tersebut dimaksudkan bagaimana pengetahuan atau pemahaman secara umum dan lanjutan dari indikator apakah bisa memengaruhi pelaku usaha di Banten dalam aspek kesadaran mereka dalam membayar zakat perdagangan melalui Dompot Dhuafa Banten. Sebab dari Dompot Dhuafa Banten sendiri sebagai LAZ memiliki program dan cara penyaluran yang dapat bermanfaat untuk masyarakat dari segala aspek atau bidang. Jika pelaku usaha mengetahui hal tersebut dan memahaminya apakah bisa membuat masyarakat membayar zakat melalui Dompot Dhuafa Banten.

Variabel literasi zakat secara parsial berpengaruh terhadap kesadaran masyarakat Banten membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji T (Uji Parsial) bahwasannya variabel literasi zakat memiliki nilai t hitung sebesar 4,397 yang nilainya lebih besar dibanding t tabel yaitu senilai 1,668 ($4,397 > 1,668$). Dari nilai lainpun dibuktikan dengan nilai signifikansi yaitu ,000 nilainya lebih kecil dari 0,05 ($,000 > 0,05$). Dari hasil tersebut sudah dapat disimpulkan bahwa literasi zakat berpengaruh terhadap kesadaran pelaku usaha di Banten membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khumaini *et al* (2023) dan Finistyasa & Indrarini (2023) bahwasannya literasi zakat berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran membayar zakat sebab Apabila tingkat literasi tinggi, maka masing-masing individu sadar akan pentingnya tanggung jawabnya sebagai hamba yaitu melakukan kegiatan ibadah *hablum minallah* (hubungan vertikal dengan Allah SWT).

4.2.2 Pengaruh Pendapatan Usaha terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada Pelaku Usaha Banten

Pendapatan usaha adalah nilai keseluruhan dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan juga ini merupakan usaha milik sendiri ataupun milik keluarga sendiri. Indikator yang dinilai dari pendapatan usaha ini adalah besaran pendapatan, peningkatan pendapatan, dan keberkahan dalam pendapatan. Penelitian ini meneliti bagaimana pelaku usaha Banten bagaimana pengaruhnya pendapatan usaha yang mereka dapat terhadap kesadaran mereka dalam membayarkan zakatnya.

Variabel Pendapatan Usaha secara parsial berpengaruh terhadap kesadaran masyarakat Banten membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji t (uji parsial) bahwasannya variabel pendapatan usaha memiliki nilai t hitung sebesar 2,301 yang nilainya lebih besar dari t tabel yaitu 1,668 ($2,301 > 1,668$). Dari nilai lainpun dibuktikan dengan nilai signifikansi yaitu 0,006 dimana nilainya lebih kecil dari 0,05 ($0,025 < 0,05$). Dari hasil tersebut sudah dapat disimpulkan bahwa pendapatan usaha berpengaruh terhadap kesadaran pelaku usaha Banten dalam membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2020), Arifin *et al* (2022), dan Syihabudin & Najmudin (2022) bahwa pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran

membayar zakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori atribusi, pendapatan merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi individu untuk membayar zakat niaga (Rosalinda *et al.*, 2021).

4.2.3 Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada Pelaku Usaha Banten

Lingkungan sosial adalah lingkungan kehidupan manusia untuk berkembang yang mempengaruhi pola pikir dan sikap seseorang, tanpa adanya dukungan dari lingkungan sekitar seseorang tidak bisa berkembang dengan baik. Lingkungan sosial yang kurang baik akan mempengaruhi pola pikir dan sikap seseorang menjadi tidak baik pula. Berdasarkan hasil pra survei, masyarakat Banten dari lingkungan sosialnya yang secara langsung jarang orang yang memiliki kesadarannya dalam membayar zakat. Namun, pada zaman sekarang semua tertuju ke arah digital yang merupakan lingkungan sosial secara tidak langsung. Berdasarkan hasil pra survei, masyarakat Banten sepakat bahwasannya melihat program-program zakat melalui internet dan sosial media akan membuat pelaku usaha melek untuk membayar zakat. Indikator dalam lingkungan sosial ini adalah lingkungan keluarga, teman sebaya, masyarakat (dimensi lingkungan secara langsung) dan media elektronik (dimensi lingkungan secara tidak langsung).

Variabel lingkungan sosial secara parsial berpengaruh terhadap kesadaran pelaku usaha Banten dalam membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (uji parsial) bahwa nilai t hitung didapat 4,407 yang nilainya lebih besar dari 1,668 sebagai t tabel ($4,407 > 1,668$) dan nilai signifikansi pada variabel lingkungan sosial sebesar 0,00 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Sehingga dari hasil uji t dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran pelaku usaha Banten membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fuad & Anggelista (2022) bahwa lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran membayar zakat. Penelitian yang dilakukan oleh Novia et al (2018) menyatakan bahwa variabel non ekonomi berpengaruh terhadap sikap dalam membayar zakat. Faktor non ekonomi yang dimaksud adalah lingkungan sosial.

4.2.4 Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan Usaha, dan Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di Dompot Dhuafa Banten Pada Pelaku Usaha Banten

Variabel literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh terhadap kesadaran masyarakat Banten membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji f (uji simultan) didapatkan hasil f hitung sebesar 32,978 yang nilainya lebih besar dari nilai f tabel sebesar 2,740 ($32,978 > 2,740$). Diketahui juga nilai signifikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah ,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran pelaku usaha Banten membayar zakat perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan merupakan jawaban atau hasil dari pertanyaan penelitian pada rumusan masalah dari hasil uji hipotesis, yaitu uji parsial dan uji simultan. kesimpulan hasil penelitian ini adalah Literasi zakat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten dengan hasil uji t lebih besar dari t tabel ($4,397 > 1,668$). Pendapatan usaha berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten dengan hasil uji t lebih besar dari t tabel ($2,307 > 1,668$). Lingkungan sosial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten dengan hasil uji t lebih besar dibanding t tabel ($4,407 > 1,668$). Literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan Dompot Dhuafa Banten pada pelaku usaha Provinsi Banten dengan hasil uji f lebih besar dari f tabel ($32,978 > 2,740$) .

5.2 Saran

Berikut saran yang dapat diberikan oleh peneliti setelah melakukan dan menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang mungkin akan melakukan penelitian mengenai pengaruh literasi zakat, pendapatan usaha, dan lingkungan sosial terhadap kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa Banten disarankan untuk:

1. Penambahan variabel bisa dilakukan sebab masih banyak variabel lain yang bisa memengaruhi kesadaran masyarakat membayar zakat perdagangan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji koefisien determinasi penelitian ini yang menunjukkan bahwa masih ada faktor lain yang memengaruhi kesadaran membayar zakat perdagangan di Dompot Dhuafa pada masyarakat Banten yaitu 32,3% lainnya.
2. Menambah Sampel agar hasil penelitiannya lebih mendekati hasil yang sebenarnya dan lebih luas.

B. Secara Praktis

1. Bagi Dompot Dhuafa Banten

Untuk Dompot Dhuafa Banten, bisa lebih meningkatkan kualitas pengumpulan zakat serta menginovasi dan konsisten terhadap program-program yang berjalan dan setiap program yang dijalankan untuk selalu dibuat sebuah pemasaran yang kreatif agar masyarakat terutama masyarakat Banten sadar bahwa zakat yang menjadi kewajiban mereka yang telah mereka bayarkan itu dapat bermanfaat untuk banyak hal dan bidang. Membuat konten menarik juga penting mengenai zakat perdagangan serta perhitungannya untuk menambah literasi masyarakat sekitar yang peneliti yakin banyak yang memiliki usaha perseorangan.

2. Bagi Masyarakat dan Pelaku Usaha Banten

Masyarakat Banten jika berniaga dan pelaku usaha khususnya diharapkan untuk meningkatkan kesadaran dalam membayar zakat perdagangan dengan ketika nisab dan haulnya. Membayar zakat juga hendaknya melalui Lembaga Amil Zakat karena melalui Lembaga Amil Zakat akan dibuatkan banyak program dari segala aspek, dari Dompot Dhuafa sendiripun memiliki program yang luas dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti *et all.* (n.d.). *Metode penelitian kuantitatif.*
- Amelia, S., & Jamilah, S. (2022). The influence of income level, religiosity, and social environment on muzakki's decision to pay zakat (Empirical study of the community of karang tengah district, Tangerang city). *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(1), 15–28.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Amri, A. D., Anjaya, M. H., & Humaira, H. R. (2023). Analisa Efisiensi Operasional Marketing Platform Filantropi Digital (Dompot Dhuafa & Kita Bisa). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 13710–13728.
- Ananda, D., & Anwar, A. Z. (2023). PENGARUH LITERASI ZAKAT TERHADAP KEPERCAYAAN MUZAKKI PADA NU CARE-LAZISNU CABANG JEPARA. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 8(01), 61–72.
- Andriani, S., & Fathya, F. (2013). Zakat Sebagai Pengurang Pajak Penghasilan Pada Badan Amil Zakat. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 4(1), 13–32.
- Anggraini, Y. N., & Indrarini, R. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital pada Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 54–66.
- Anis, M. (2020). Zakat Solusi Pemberdayaan Masyarakat. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 42–53.
- Annur, C. M. (2023). *No Title*. Databoks.
- Arif, M. N. R. Al. (2015). *PENGANTAR EKONOMI SYARIAH Teori dan Praktik*. CV Pustaka Setia.

- Arifin, J., Mubarak, F. K., & Fuadi, N. F. Z. (2022). The Effect of Zakat Literacy, Religiosity, and Income on the Decision to Pay Agricultural Zakat. *International Journal of Zakat*, 7(2), 115–123. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v7i2.444>
- Arnani, M. (2023). *Ingat, Ini Daftar Lembaga Amil Zakat Berizin Kemenag di Indonesia*. Kompas.Com.
- Barokah, S. (2023) PENGARUH LITERASI ZAKAT, *TRUST* DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKKI BERZAKAT MELALUI BAZNAS KOTA SALATIGA DENGAN TRANSPARANSI SEBAGAI VARIABEL *MODERATING*. UIN Salatiga.
- BAZNAS, P. (2021). *Outlook Zakat Indonesia 2021*.
- Brosur DD Banten. (2024). *Sedekah #KebaikanDariHatiDenganBerbagi*.
- Bu'ulolo, Y. (2021). Membangun Budaya Literasi di Sekolah. *Jurnal Bahasa Indonesia Prima (JBIP)*, 3(1), 16–23.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS*. Mitra Wacana Media.
- Canggih, C., Indrarini, R., & Prabowo, P. S. (2018). *Zakat Literacy among University Students and Factors Influenced It*. *Iceee*, 146–150. <https://doi.org/10.5220/0006882101460150>
- DD Banten. (2023a). *Jumlah Penerimaan Zakat dan Zakat Penerimaan DD Banten 2021-2023*.
- DD Banten. (2023b). *Visi Misi Dompot Dhuafa Banten*.
- DD Banten. (2024). *Jumlah Muzakki Dompot Dhuafa Banten*.
- Dompot Dhuafa Banten. (2021). *Company Profile DD Banten*.

- Dra. Farida Hasyim, M. H. (2023). *HUKUM DAGANG*. Sinar Grafika.
- Fadilah, S., Lesatari, R., & Rosdiana, Y. (2017). Organisasi pengelola zakat (OPZ): deskripsi pengelolaan zakat dari aspek lembaga zakat. *Journal Kajian Akuntansi*, 18(2), 148–163.
- Faidati, A. (2018). Pendistribusian Zakat Perdagangan Telur Ayam Petelur (Studi Kasus di Desa Punjul Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung). *Ahkam: Jurnal Hukum Islam*, 6(1).
- Fauzi, A., Suhartini, A., & Ahmad, N. (2020). Pendidikan Sebagai Upaya Pengembangan Kesadaran Diri (Al-Ma'Rifatun Nafs). *At-Tajdid: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 4(01), 21. <https://doi.org/10.24127/att.v4i01.1217>
- Febrianti, B., & Yasin, A. (2023). Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, dan Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lazis Nurul Falah Surabaya dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2921–2939.
- Finistyasa, D. P., & Indrarini, R. (2023). Pengaruh Literasi Zakat Profesi dan Religiusitas terhadap Kesadaran Membayar Zakat Profesi pada Anggota Polres Pasuruan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(1), 43–62.
- Fitri, L., & Falikhatun, F. (2021). Religiosity, Literacy, Income and Accessibility to Awareness in Professional Zakah Payment. *International Journal of Zakat*, 6(1), 39–48. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v6i1.268>
- Fuad, L., & Trisnawang Angelista, N. (2022). Pengaruh Pemahaman Zakat dan Lingkungan sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Pada Make Up Artist di Kecamatan Tulangan, Sidoarjo. *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 4(1), 88–109. <https://doi.org/10.15642/mzw.2022.4.1.88-109>

- Harahap, A. S. (2020). KAJIAN HUKUM ISLAM TERHADAP MANFAAT ZAKAT DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 99–105.
- Harisah, H. (2020). Kebijakan Pemberian Insentif Pada Tenaga Medis Virus Corona Covid-19 Pendekatan Masalah. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(6), 54–66. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i6.15320>
- Hikmah, N., Anwar, N., & Katman, M. N. (2024). Pengaruh Literasi Zakat dan Religiusitas terhadap Kepatuhan Membayar Zakat Pertanian. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 1–21.
- Hindardjo, A., & Wajid, A. (2017). Analisis Tingkat Religiusitas, Pendapatan & Kepercayaan Terhadap Kesadaran Membayar Zakat di Kota Tangerang. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 18(1), 24–38.
- Indeks Literasi Zakat. (2022). *Laporan Indeks Literasi Zakat 2022*.
- Jumadil. (2023). *Lingkungan Sosial*. Wikipedia.
- Kartika, I. (2019). *PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENDAPATAN TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT DENGAN KESADARAN MEMBAYAR ZAKAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga)*. IAIN SALATIGA.
- 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.
- Lestari, O. R., Fauziah, N. E., & Maryandi, Y. (2019). Implementasi Pemahaman Para Pedagang Tentang Zakat Perdagangan di Pasar Anyar Kota Bandung. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 449–454.

- Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (ed.)). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mahmud, Siregar, H. S., & Khoerudin, K. (2015). *Pendidikan Lingkungan Sosial Budaya* (P. Latifah (ed.)). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Malikah. (2013). Kesadaran Diri Proses Pembentukan Karakter Islam. *Jurnal Al-Ulum IAIN Gorontalo*, 13(1), 129–150.
- Mansur, M. (2021). *Literasi Dalam Al-Qur'an (Studi Komparasi Tafsir Al-Misbah dan Tafsir al-Azhar Atas Surat Al-'Alaq: 1-5)*. IAIN Madura.
- Marita, W. E. (2015). Pengaruh Struktur Organisasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penerapan Business Entity Concept. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 7(1), 18. <https://doi.org/10.26740/jaj.v7n1.p18-40>
- Masluhiya, S. & Nugroho, A. (n. d.). (n.d.). *Kuasa Hipotesis Dalam Paradigma Non Parametrik. 0341*.
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2013). *IBM SPSS Exact Tests*. IBM Corporation.
- Mubarok, A., & Fanani, B. (2014). Penghimpunan dana zakat nasional (Potensi, realisasi dan peran penting organisasi pengelola zakat). *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 5(2).
- Muliati, S. C. R. (2019). Persepsi Masyarakat terhadap Kesadaran Muzakki dalam Membayar Zakat di Kabupaten Pinrang. *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 17(1), 128–150.
- Najmudin, N., Ahyakudin, A., Pardiansyah, E., Sujai, S., Maelani, P., & Sari, R. N. (2023). Pengetahuan dan Kesadaran Zakat; Implikasinya Terhadap Minat Karyawan Usaha Menengah Besar (UMB) untuk Membayar Zakat Pada BAZNAS. *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 7, 75–94.

- Nopiardo, W. (2023). Perilaku Berzakat Masyarakat Dalam Menunaikan Zakat Perdagangan di Nagari Padang Ganting Kecamatan Padang Ganting Kabupaten Tanah Datar. *ZAWA: Management of Zakat and Waqf Journal*, 3(1), 47–60.
- Novia, N., Noor, I., & Ekawaty, M. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Non-Ekonomi terhadap Sikap Pedagang Madura dalam Membayar Zakat Perdagangan. *Al-Muzara'ah*, 6(1), 61–76. <https://doi.org/10.29244/jam.6.1.61-76>
- NU Online. (n.d.). *Tafsir Surat Al-Baqarah ayat 267*.
- Nurhasanah, S. (2018). Akuntabilitas laporan keuangan lembaga amil zakat dalam memaksimalkan potensi zakat. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 11(2), 327–348.
- Ono, S. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterapian Fisik*, 5(1), 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Pakaya, I., POSUMAH, J., & Dengo, S. (2021). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pendidikan Masyarakat Di Desa Biontong I Kecamatan Bolangitang Timur Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(104).
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Pascal Books.
- Priyambodo, A. G., Nurhidayati, I., & Mardoni, Y. (2023). The Effect of Income Level, Education Level and Religiosity Level on Muzakki's Interest in Paying Zakat in Semarang City. *International Conference on Multidisciplinary Academic Studies*, 1, 183–191.
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abadi*, 5, 5–24.

- Puskas BAZNAS. (2019). *ZAKATNOMICS: Sektor Perdagangan dan Jasa*.
- Puskas BAZNAS. (2022). *Outlook Zakat Indonesia 2022*.
- Puskas BAZNAS. (2023). *Outlook Zakat Indonesia 2023*.
- Puspa, S. D., Riyono, J., & Puspitasari, F. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman Konsep Matematis Mahasiswa dalam Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(1), 302–320. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v5i1.533>
- Raharjo, S. (2019). *Makna Koefisien Determinasi (R Square) dalam Analisis Regresi Linear Berganda*. SPSS Indonesia.
- Raharjo, S. (2021). *Uji Multikolinearitas dengan Melihat Nilai Tolerance dan VIF SPSS*. SPSS Indonesia.
- Rahman, T. (2015). Akuntansi zakat, infak dan sedekah (PSAK 109): Upaya peningkatan transparansi dan akuntabilitas organisasi pengelola zakat (OPZ). *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 141–164.
- Rahmat, R., Illiyah, L., & Nandini, A. (2023). Analisis Implementasi Zakat Perdagangan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *AL-Muqayyad*, 6(1), 67–76. <https://doi.org/10.46963/jam.v6i1.1052>
- Rahmawati, V. R. (2022). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Pendapatan Terhadap Kesadaran Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus ASN di UPZ Koordinator Wilayah Bidang Pendidikan Kecamatan Cimanggu*.
- Ramadhan, A. M. (2023). *Pengertian dan Macam-Macam Kerangka Berpikir Penelitian*. Ebizmark Blog.
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2021). *TEORI PENDAPATAN (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)* (M. S. Dr. E. Rusdiadi, S.E. (ed.)). Tahta Media.

- Ramadhani, N. Ik., Susyanti, J., & ABS, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, h. 81.
- Ridwan. (2021). *TINGKAT PENDAPATAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT MENJALIN KERUKUNAN UMAT BERAGAMA*. CV Azka Pustaka.
- Risnawati, R., NF, A. N. A., Muin, R., & Lutfi, M. (2023). Permasalahan dan Solusi Pengelolaan Zakat di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 2527–2541.
- Ritwanto. (2021). *KESADARAN MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN PEMBAYARAN ZAKAT PERTANIAN (STUDI KASUS PETANI PADI DI KELURAHAN PEKAN ARBA KECAMATAN TEMBILAHAN)*. STAI AULIAURRASYIDIN.
- Rizky, F. (2021). *Realisasi Baru 21,7 persen, Wapres: Implementasi Zakat 2021 Perlu Ditingkatkan*. IDX CHANNEL.
- 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>
- Rosana, E. (2014). Kepatuhan Hukum Sebagai Wujud Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 10(1), 1–25.
- Sabik Khumaini, M. Nurzansyah, Samsuri, & Kamil Ali. (2023). The Effect of Religiosity, Literacy and Income on Zakah Awareness in Baznas Tangerang City. *International Journal of Asian Business and Management*, 2(4), 387–398. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v2i4.4721>

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); I). KBM Indonesia.
- Said, B., Syahroni, A. W., & Prastyowati, E. (n.d.). *Penerapan Perhitungan Zakat Tijarah Pada Aplikasi Penjualan Bisnis Ritel*.
- Santi, S. (2023a). Literasi Pembayaran zakat: Studi pada Masyarakat Desa Matang Labong. *Jurnal Global Futuristik*, 1(2), 118–127.
- Santi, S. (2023b). Literasi Pembayaran zakat. *Jurnal Global Futuristik*, 1(2), 118–127. <https://doi.org/10.59996/globalistik.v1i2.68>
- Santoso, I. R. (2016). *Manajemen Pengelolaan Zakat*. Ideas Publishing.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2018). *METODE PENELITIAN UNTUK BISNIS* (Edisi 6 Bu). Salemba Empat.
- Sugiarto, A., & Gabriella, D. A. (2020). Kesadaran dan perilaku ramah lingkungan mahasiswa di kampus. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 260–275.
- Suprayitno, E., Aslam, M., & Harun, A. (2017). Zakat and SDGs: Impact Zakat on Human Development in the Five States of Malaysia. *International Journal of Zakat*, 2(1), 61–69. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v2i1.15>
- Suryani, D., & Armiaati. (2022). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Potensi Diri Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Kelas XII SMA Pembangunan Laboratorium UNP. *Jurnal Salingka Nagari*, 1(2), 256–267.
- Syafina, & Harahap. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. FEBI UIN-SU Press.
- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). *METODE RISET PRAKTIS REGRESI BERGANDA DENGAN SPSS*. Bobby Digital Center.

- Syihabudin, S., & Najmudin, N. (2022). Pendapatan, Religiusitas dan Trust: Efektivitasnya Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Pada Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa (LAZ HARFA). *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 768–777. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1596>
- Tamimi, N. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN, LINGKUNGAN SOSIAL, RELIGIUSITAS, DAN PENDAPATAN TERHADAP MINAT MUZAKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN DI KOTA BANDA ACEH*. UIN AR-RANIRY BANDA ACEH.
- Tangselpos. (2022). *Potensi Pengelolaan Zakat Tahun 2022 Provinsi Banten Mencapai Rp 11 T*.
- Yuni, I. D., & Nasution, Y. S. J. (2024). IMPLEMENTASI ZAKAT TIJARAH (PERDAGANGAN) PADA USAHA TEMPE BAROKAH. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 6(1), 275–281.
- Yusnaldi. (2022). Al-Ribhu (Keuntungan) Dan Ketentuannya Dalam Fiqh Islam. *El-Hadhanah : Indonesian Journal Of Family Law And Islamic Law*, 2(1), 77–90. <https://doi.org/10.22373/hadhanah.v2i1.1702>
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021a). *EKONOMETRIKA Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press Anggota APPTI - Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia.
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021b). *EKONOMETRIKA Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuisisioner Google Form

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,

Saya Muhammad Luthfan Karim (5554200032) mahasiswa S1 Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dalam rangka menyelesaikan studi yang saya tempuh (S-1), saya bermaksud untuk menyusun penelitian akhir dengan judul "PENGARUH LITERASI ZAKAT, PENDAPATAN USAHA, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KESADARAN MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN DI LAZ DOMPET DHUAFA BANTEN (Studi pada Pelaku Usaha Provinsi Banten)". Maka dari itu, saya memohon ketersediaannya bagi yang memiliki usaha di Provinsi Banten untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Dalam kuisisioner ini, tidak ada jawaban yang benar dan salah. Semua yang mengisi kuisisioner ini dijamin kerahasiaannya dan hanya untuk tujuan penelitian saya. Saya sangat berharap Saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini untuk membantu jalannya penelitian saya. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Jika ada yang ingin ditanyakan, dipersilakan untuk menghubungi peneliti melalui email 5554200032@untirta.ac.id

Sekali lagi saya ucapkan terima kasih, Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PENGARUH LITERASI ZAKAT, PENDAPATAN USAHA, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KESADARAN MEMBAYAR ZAKAT PERDAGANGAN DI LAZ DOMPET DHUAFA BANTEN (Studi Pada Pelaku Usaha Provinsi Banten)

Identitas Responden

Email :

Nama :

Domisili :

- Kota Serang
- Kabupaten Serang
- Kabupaten Lebak
- Kabupaten Pandeglang
- Kota Cilegon
- Kota Tangerang
- Kabupaten Tangerang
- Tangerang Selatan

Jenis kelamin:

- Laki-Laki
- Perempuan

Usia:

- < 18 tahun
- 19-25 tahun
- 26-30 tahun
- 31-35 tahun
- 36-45 tahun
- > 45 tahun

Jenis usaha yang sedang dijalankan

- Pakaian/fashion
- Aksesoris
- Perlengkapan beribadah
- Emas
- Kuliner
- Elektronik
- Lainnya...(isi)

Apakah anda sudah pernah membayar zakat perdagangan melalui lembaga amil zakat dompet dhuafa banten

- Iya
- Tidak

Keterangan

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Tidak Berpendapat

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Literasi Zakat

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			1	2	3	4	5
1	Definisi Zakat	Saya mengetahui zakat merupakan mengeluarkan sebagian harta dengan kadar tertentu yang disalurkan kepada golongan tertentu					
2	Kewajiban Zakat	Saya mengetahui hukum membayar zakat adalah wajib bagi yang sudah memenuhi kriteria tertentu					
3	Institusi Zakat	Saya mengetahui OPZ di Indonesia dibagi menjadi BAZ (Badan Amil Zakat) dan LAZ(Lembaga Amil Zakat)					
4	Dampak Zakat	Saya mengetahui dampak program pemberdayaan zakat untuk meningkatkan kualitas UMKM dengan membuat program peminjaman dan pelatihan					

Pendapatan Usaha

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			1	2	3	4	5
1	Besaran Pendapatan	Saya membayar zakat perdagangan jika besaran pendapatan yang saya miliki mencapai nisab					
2	Peningkatan Pendapatan	Ketika terjadi peningkatan pendapatan usaha, maka terjadi juga kenaikan kadar zakat yang dikeluarkan					
3	Keberkahan dalam Pendapatan	Ketika membayar zakat, usaha saya semakin lancar dan pendapatan saya tetap mencukupi kebutuhan					

Lingkungan Sosial

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			1	2	3	4	5
1	Lingkungan Keluarga	Anggota keluarga saya selalu melaksanakan kewajibannya yaitu membayar zakat					
2	Lingkungan Teman	Mayoritas teman saya adalah orang yang sering membayar zakat					
3	Lingkungan Masyarakat	Masyarakat sekitar saya yang memiliki usaha mayoritas membayar zakat perdagangan					
4	Media Elektronik	Saya sering melihat informasi dari media sosial mengenai zakat yang menampilkan ajakan dan suatu program					

Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			1	2	3	4	5
1	Pengetahuan	Zakat perdagangan dibayar ketika mencapai nisab 85 gram emas dan mencapai satu tahun haul dengan tarif 2,5%					
2	Sikap	Saya bertanggung jawab sebagai pemeluk agama Islam untuk membayar zakat					
3	Tindakan	Saya akan membayar zakat perdagangan melalui Lembaga Amil Zakat di Dompot Dhuafa Banten					

Lampiran 2. Tabulasi Data Responden

Nomer	Nama	Domisili	Jenis Kelamin	Usia	Jenis usaha
1	Eep Saefullah	Kabupaten Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Peternakan
2	Bobic Rosando Maliki	Kota Cilegon	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Cek Turnitin
3	Mahfudin	Kota Serang	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	Kuliner
4	Nicky	Kabupaten Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Laundry Sepatu
5	Zamaksyari	Kota Serang	Laki-Laki	> 45 Tahun	Usaha jual kayu
6	Hendra Widiananda	Kota Tangerang	Laki-Laki	> 45 Tahun	Kuliner
7	Zainal abidin sasttrawinata	Kabupaten Tangerang	Laki-Laki	> 45 Tahun	Properti
8	Muhamad Rizki Wardana	Kota Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner
9	Fira Anggraeni	Kabupaten Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Teh Herbal
10	Diana Fitri	Kota Serang	Perempuan	26 - 30 Tahun	Pakaian/fashion
11	Zahrانيا Grimaldi	Kabupaten Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Kuliner
12	Riri nur arifah	Kabupaten Pandeglang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Pakaian/fashion
13	Zahratul Janah	Kota Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Kuliner
14	Tirta	Kota Serang	Perempuan	26 - 30 Tahun	Aksesoris
15	Meliana katlia Rahmi	Kabupaten Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Pakaian/fashion
16	Leliya	Kabupaten Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Pakaian/fashion
17	Syaiful Anwar	Kabupaten Serang	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Kuliner
18	Mega paramita	Kabupaten Pandeglang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Pakaian/fashion
19	Riska Rahmawati	Kota Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Kuliner
20	Pifa	Kabupaten Pandeglang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Kuliner

21	Naufal	Kota Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner
22	DANI	Kabupaten Lebak	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Membuka warung sembako
23	Bramantyo	Kabupaten Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner
24	Feli	Tangerang Selatan	Perempuan	< 18 Tahun	Pakaian/fashion
25	Nabiila Widyaningrum	Tangerang Selatan	Perempuan	19 - 25 Tahun	Pakaian/fashion
26	Gita Megantari Novienda	Kabupaten Tangerang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Pakaian/fashion
27	Fitri Octaviane	Kota Tangerang	Perempuan	> 45 Tahun	Sanitary and housekeeping product
28	Aditiya Basuki	Kabupaten Serang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner
29	Iqbal Hakim	Kota Serang	Laki-Laki	< 18 Tahun	Pakaian/fashion
30	Rivaldi Bitly	Kabupaten Serang	Laki-Laki	< 18 Tahun	Elektronik
31	Rafi	Kota Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner
32	Nadia	Kota Tangerang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Food and beverage
33	Ahmad Sayuti	Kota Serang	Laki-Laki	> 45 Tahun	Percetakan
34	Ahmad Zakaria Azhar	Kota Serang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner
35	Melianti	Kabupaten Pandeglang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Deodorant
36	Febby A. Putra	Kota Serang	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Konveksi Pakaian
37	Hayatuddin fikri	Kota Serang	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	Kuliner
38	Dedi Dasa Putra	Kota Serang	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	Jasa
39	Lucky Firmansyah	Kabupaten Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner
40	Zahra	Kabupaten Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Jasa
41	Mahmudi	Kabupaten Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Media

42	Ahmad Amri Yahya	Kabupaten Serang	Laki-Laki	< 18 Tahun	Elektronik
43	Mursidah	Kabupaten Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Kuliner
44	Zikri Akbar	Kabupaten Tangerang	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	Kuliner
45	Davis Gufron	Kabupaten Pandeglang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Voucher Wifi
46	Shita Nurapriyani	Kota Serang	Perempuan	31 - 35 Tahun	Laundry
47	TB Muhamad Usulludin	Kabupaten Serang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner
48	M Iwan S	Kota Serang	Laki-Laki	> 45 Tahun	Kuliner
49	Hernawati	Kabupaten Tangerang	Perempuan	> 45 Tahun	Kuliner
50	Putri Astrid Pelisa	Kota Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Pakaian/fashion
51	Mahi	Kota Tangerang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Jastip Barang
52	Emprimadona Susanti	Kabupaten Tangerang	Perempuan	> 45 Tahun	Agrobisnis
53	Eem Hulaemah	Kabupaten Lebak	Perempuan	19 - 25 Tahun	Emas
54	Sri Lestari	Kabupaten Lebak	Perempuan	19 - 25 Tahun	Kuliner
55	Siti Umyati	Kabupaten Lebak	Perempuan	19 - 25 Tahun	Kuliner
56	Herma	Kabupaten Lebak	Perempuan	19 - 25 Tahun	Merchandise
57	Anisa	Kabupaten Pandeglang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Kuliner
58	Zahra Rachmania	Kota Cilegon	Perempuan	19 - 25 Tahun	Aksesoris
59	Bella Riani	Kota Cilegon	Perempuan	19 - 25 Tahun	Kuliner
60	Ningsih	Kabupaten Tangerang	Perempuan	> 45 Tahun	Kuliner
61	Ratui	Kabupaten Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Make up
62	Ridho	Kabupaten Lebak	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner
63	Muhamad Syihab	Kabupaten Pandeglang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner

64	Muhammad Hafizh Rinaldi	Kabupaten Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Game development
65	Muhammad Nabil Rinaldi	Kabupaten Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Perkebunan
66	Selvi Yanti	Kabupaten Serang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Aksesoris
67	Saskia	Kabupaten Pandeglang	Perempuan	19 - 25 Tahun	Aksesoris
68	Santi	Tangerang Selatan	Perempuan	< 45 Tahun	Travel Umroh
69	Sultan	Kabupaten Tangerang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Aksesoris
70	Ahmad Khotibul	Kabupaten Serang	Laki-Laki	19 - 25 Tahun	Kuliner

Lampiran 3. Tabulasi Data Kuisisioner

Variabel Literasi Zakat

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1_TOTAL
1	5	5	3	5	18
2	5	5	4	4	18
3	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	4	16
7	4	4	5	5	18
8	4	4	4	4	16
9	5	5	5	5	20
10	5	5	3	3	16
11	4	4	4	4	16
12	5	5	4	4	18
13	5	5	4	4	18
14	4	5	4	4	17
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	5	4	4	4	17
18	4	5	5	5	19
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20
21	5	5	4	5	19
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	5	4	3	17
26	5	5	4	4	18
27	5	5	3	4	17
28	4	5	4	4	17
29	4	5	3	4	16
30	5	4	2	4	15
31	4	4	3	3	14
32	4	5	4	4	17
33	5	5	5	4	19
34	5	4	4	4	17
35	5	5	4	5	19

36	5	5	5	4	19
37	5	5	5	4	19
38	5	5	5	5	20
39	5	5	3	4	17
40	5	5	5	4	19
41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	5	5	3	4	17
45	5	5	5	4	19
46	3	5	5	5	18
47	5	5	5	5	20
48	5	5	5	4	19
49	5	5	4	4	18
50	4	4	5	4	17
51	5	5	5	5	20
52	5	5	4	4	18
53	4	5	5	5	19
54	5	5	3	4	17
55	4	4	4	4	16
56	5	5	3	4	17
57	4	4	4	3	15
58	5	5	5	4	19
59	5	4	3	3	15
60	5	5	5	5	20
61	3	4	4	3	14
62	5	5	5	5	20
63	5	5	4	4	18
64	5	5	5	5	20
65	5	5	1	5	16
66	5	5	5	3	18
67	5	5	5	5	20
68	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	20
70	5	5	3	4	17

Variabel Pendapatan Usaha

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2_TOTAL
1	5	5	5	15
2	4	5	3	12
3	5	5	5	15
4	5	5	5	15
5	5	5	5	15
6	4	5	4	13
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	5	5	5	15
10	4	5	5	14
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	4	4	4	12
15	5	5	5	15
16	5	5	5	15
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	5	1	5	11
20	3	4	5	12
21	4	4	5	13
22	5	5	5	15
23	5	5	5	15
24	5	5	5	15
25	5	5	5	15
26	5	4	4	13
27	4	5	5	14
28	4	4	4	12
29	4	5	4	13
30	5	4	5	14
31	3	4	5	12
32	4	2	4	10
33	5	4	5	14
34	5	5	4	14
35	3	5	4	12
36	4	5	5	14

37	3	4	5	12
38	4	3	5	12
39	5	4	5	14
40	4	5	5	14
41	5	5	5	15
42	5	5	5	15
43	4	4	4	12
44	3	5	5	13
45	5	5	5	15
46	4	5	5	14
47	5	5	5	15
48	5	5	5	15
49	5	4	4	13
50	4	3	4	11
51	5	5	4	14
52	5	5	5	15
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	4	5	5	14
56	5	5	5	15
57	4	3	4	11
58	5	5	5	15
59	5	4	4	13
60	5	5	5	15
61	4	3	3	10
62	5	5	5	15
63	5	3	4	12
64	5	5	5	15
65	5	4	4	13
66	5	3	5	13
67	5	5	5	15
68	4	4	5	13
69	5	5	5	15
70	5	5	5	15

Variabel Lingkungan Sosial

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3_TOTAL
1	5	4	2	2	13
2	3	3	3	4	13
3	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	5	3	3	5	16
6	4	4	4	4	16
7	4	4	3	4	15
8	4	4	4	4	16
9	5	5	4	5	19
10	5	3	3	4	15
11	4	4	4	4	16
12	5	4	4	5	18
13	5	3	5	4	17
14	4	4	4	4	16
15	5	4	4	5	18
16	5	4	4	5	18
17	4	4	4	5	17
18	5	5	4	5	19
19	3	3	3	4	13
20	5	5	5	5	20
21	5	4	3	5	17
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	5	5	4	19
26	5	5	4	4	18
27	3	3	3	4	13
28	5	5	4	4	18
29	5	4	4	5	18
30	5	2	3	5	15
31	5	4	3	4	16
32	5	4	3	4	16
33	5	4	3	4	16
34	5	5	4	5	19
35	3	3	3	5	14
36	5	3	3	3	14

37	5	3	3	4	15
38	5	5	4	5	19
39	5	5	4	3	17
40	4	4	4	3	15
41	5	3	3	4	15
42	5	3	5	5	18
43	4	3	4	5	16
44	5	5	4	4	18
45	5	1	1	5	12
46	5	5	5	5	20
47	5	3	3	4	15
48	5	5	4	4	18
49	4	4	4	4	16
50	5	3	3	3	14
51	5	4	3	5	17
52	5	5	4	5	19
53	5	5	5	5	20
54	3	2	2	5	12
55	3	3	3	3	12
56	5	3	3	4	15
57	3	3	3	4	13
58	5	3	3	4	15
59	5	4	2	3	14
60	5	5	5	5	20
61	5	3	2	4	14
62	5	5	5	5	20
63	3	2	4	5	14
64	5	5	5	5	20
65	5	3	5	3	16
66	5	3	2	2	12
67	5	5	3	5	18
68	5	5	3	3	16
69	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	20

Variabel Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan

NO	Y3	Y4	Y5	Y_TOTAL
1	4	5	3	12
2	4	5	3	12
3	5	5	5	15
4	5	5	5	15
5	5	5	5	15
6	4	5	4	13
7	4	5	4	13
8	4	4	4	12
9	5	5	5	15
10	4	5	5	14
11	4	4	4	12
12	5	5	3	13
13	5	5	3	13
14	4	5	3	12
15	5	5	5	15
16	5	5	5	15
17	5	4	4	13
18	4	5	5	14
19	4	5	4	13
20	5	5	5	15
21	5	5	3	13
22	5	5	5	15
23	5	5	5	15
24	5	5	5	15
25	5	5	4	14
26	4	5	5	14
27	4	5	4	13
28	4	5	4	13
29	3	4	4	11
30	4	5	3	12
31	5	5	3	13
32	5	5	4	14
33	4	5	3	12
34	4	5	4	13
35	5	5	5	15
36	5	5	3	13

37	5	5	3	13
38	4	5	4	13
39	5	5	3	13
40	5	5	3	13
41	4	5	3	12
42	5	5	4	14
43	4	5	5	14
44	5	5	3	13
45	5	5	3	13
46	5	5	4	14
47	5	5	4	14
48	4	5	4	13
49	4	5	4	13
50	5	4	3	12
51	5	5	5	15
52	5	5	4	14
53	5	5	5	15
54	5	5	3	13
55	5	5	3	13
56	5	5	4	14
57	4	3	3	10
58	5	5	5	15
59	4	5	3	12
60	5	5	5	15
61	4	4	4	12
62	5	5	5	15
63	4	5	3	12
64	5	5	5	15
65	4	5	3	12
66	4	5	3	12
67	5	5	4	14
68	5	5	4	14
69	5	5	5	15
70	5	5	5	15

Lampiran 4. Hasil Olah Data Kuisisioner

Uji Analisis Deskriptif Variabel

Literasi Zakat

p1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Berpendapat	2	2,9	2,9	2,9
Setuju	14	20,0	20,0	22,9
Sangat Setuju	54	77,1	77,1	100,0
Total	70	100,0	100,0	

p2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	13	18,6	18,6	18,6
Sangat Setuju	57	81,4	81,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

p3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
Tidak Setuju	1	1,4	1,4	2,9
Tidak Berpendapat	11	15,7	15,7	18,6
Setuju	21	30,0	30,0	48,6
Sangat Setuju	36	51,4	51,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

p4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Berpendapat	7	10,0	10,0	10,0
Setuju	32	45,7	45,7	55,7
Sangat Setuju	31	44,3	44,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Pendapatan Usaha

p1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Berpendapat	5	7,1	7,1	7,1
	Setuju	25	35,7	35,7	42,9
	Sangat Setuju	40	57,1	57,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

p2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
	Tidak Setuju	1	1,4	1,4	2,9
	Tidak Berpendapat	6	8,6	8,6	11,4
	Setuju	21	30,0	30,0	41,4
	Sangat Setuju	41	58,6	58,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

p3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Berpendapat	2	2,9	2,9	2,9
	Setuju	22	31,4	31,4	34,3
	Sangat Setuju	46	65,7	65,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Lingkungan Sosial

p1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Berpendapat	8	11,4	11,4	11,4
	Setuju	9	12,9	12,9	24,3
	Sangat Setuju	53	75,7	75,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

p2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
	Tidak Setuju	3	4,3	4,3	5,7
	Tidak Berpendapat	21	30,0	30,0	35,7
	Setuju	19	27,1	27,1	62,9
	Sangat Setuju	26	37,1	37,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

p3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
	Tidak Setuju	5	7,1	7,1	8,6
	Tidak Berpendapat	24	34,3	34,3	42,9
	Setuju	23	32,9	32,9	75,7
	Sangat Setuju	17	24,3	24,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

p4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,9	2,9	2,9
	Tidak Berpendapat	8	11,4	11,4	14,3
	Setuju	26	37,1	37,1	51,4
	Sangat Setuju	34	48,6	48,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan

p1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Berpendapat	1	1,4	1,4	1,4
	Setuju	27	38,6	38,6	40,0
	Sangat Setuju	42	60,0	60,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

p2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Berpendapat	1	1,4	1,4	1,4
	Setuju	6	8,6	8,6	10,0
	Sangat Setuju	63	90,0	90,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

p3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Berpendapat	24	34,3	34,3	34,3
	Setuju	23	32,9	32,9	67,1
	Sangat Setuju	23	32,9	32,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Uji Validitas Product Momment

Literasi Zakat

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1_TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,491**	,037	,227	,514**
	Sig. (2-tailed)		,000	,760	,058	,000
	N	70	70	70	70	70
X1.2	Pearson Correlation	,491**	1	,238*	,420**	,660**
	Sig. (2-tailed)	,000		,047	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X1.3	Pearson Correlation	,037	,238*	1	,451**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,760	,047		,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X1.4	Pearson Correlation	,227	,420**	,451**	1	,783**
	Sig. (2-tailed)	,058	,000	,000		,000
	N	70	70	70	70	70
X1_TOTAL	Pearson Correlation	,514**	,660**	,760**	,783**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pendapatan Usaha

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2_TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,222	,296*	,668**
	Sig. (2-tailed)		,065	,013	,000
	N	70	70	70	70
X2.2	Pearson Correlation	,222	1	,360**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,065		,002	,000
	N	70	70	70	70
X2.3	Pearson Correlation	,296*	,360**	1	,703**
	Sig. (2-tailed)	,013	,002		,000
	N	70	70	70	70
X2_TOTAL	Pearson Correlation	,668**	,796**	,703**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Lingkungan Sosial

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3_TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,420**	,217	,077	,553**
	Sig. (2-tailed)		,000	,071	,527	,000
	N	70	70	70	70	70
X3.2	Pearson Correlation	,420**	1	,634**	,208	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,084	,000
	N	70	70	70	70	70
X3.3	Pearson Correlation	,217	,634**	1	,423**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,071	,000		,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X3.4	Pearson Correlation	,077	,208	,423**	1	,589**
	Sig. (2-tailed)	,527	,084	,000		,000
	N	70	70	70	70	70
X3_TOTAL	Pearson Correlation	,553**	,830**	,839**	,589**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70

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

Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y_TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,281*	,220	,667**
	Sig. (2-tailed)		,019	,067	,000
	N	70	70	70	70
Y2	Pearson Correlation	,281*	1	,140	,516**
	Sig. (2-tailed)	,019		,249	,000
	N	70	70	70	70
Y3	Pearson Correlation	,220	,140	1	,818**
	Sig. (2-tailed)	,067	,249		,000
	N	70	70	70	70
Y_TOTAL	Pearson Correlation	,667**	,516**	,818**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Uji Reliabilitas

X1 (Literasi Zakat)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,886	4

X2 (Pendapatan Usaha)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,833	3

X3 (Lingkungan Sosial)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,780	4

Y (Kesadaran)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,889	3

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,76674395
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,089
	Negative	-,081
Test Statistic		,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
Exact Sig. (2-tailed)		,605
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Uji multikolinearitas

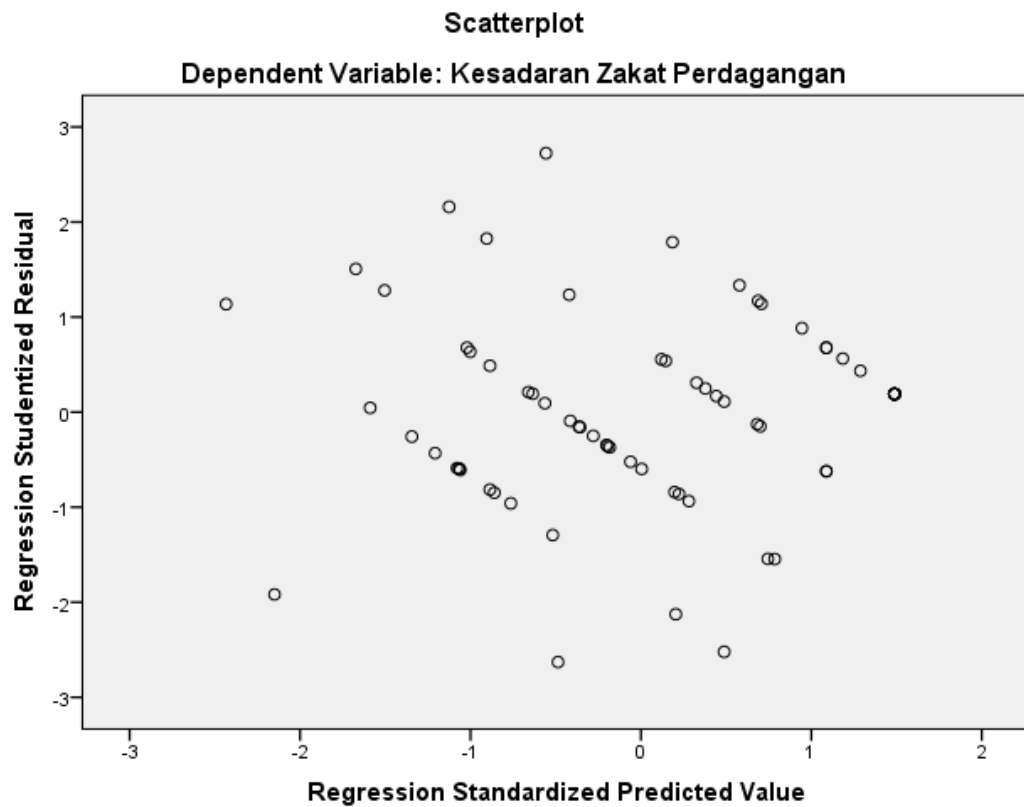
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,864	1,128		2,539	,013		
	X1_TOTAL	,285	,065	,400	4,397	,000	,732	1,367
	X2_TOTAL	,170	,074	,205	2,301	,025	,766	1,305
	X3_TOTAL	,188	,043	,383	4,407	,000	,803	1,246

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

Uji Heteroskedastisitas

Metode Scaterplot



Glasjer

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,905	,716		2,660	,010		
	X1_TOTAL	-,033	,041	-,113	-,813	,419	,732	1,367
	X2_TOTAL	-,006	,047	-,018	-,136	,892	,766	1,305
	X3_TOTAL	-,038	,027	-,188	-1,421	,160	,803	1,246

a. Dependent Variable: UR

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,864	1,128		2,539	,013
	Literasi Zakat	,285	,065	,400	4,397	,000
	Pendapatan Usaha	,170	,074	,205	2,301	,025
	Lingkungan Sosial	,188	,043	,383	4,407	,000

a. Dependent Variable: Kesadaran Zakat Perdagangan

UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,864	1,128		2,539	,013
	Literasi Zakat	,285	,065	,400	4,397	,000
	Pendapatan Usaha	,170	,074	,205	2,301	,025
	Lingkungan Sosial	,188	,043	,383	4,407	,000

a. Dependent Variable: Kesadaran Zakat Perdagangan

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60,807	3	20,269	32,978	,000 ^b
	Residual	40,565	66	,615		
	Total	101,371	69			

a. Dependent Variable: Kesadaran Zakat Perdagangan

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Pendapatan Usaha, Literasi Zakat

UJR²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,837 ^a	,701	,687	,627

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Pendapatan Usaha, Literasi Zakat

Lampiran 5. Surat Pengajuan Penelitian Resmi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Raya Palka KM. 03 Sindangsari Paluaran, Kabupaten Serang
Provinsi Banten Telepon (0254) 3204321 Laman: www.feb.untirta.ac.id

Nomor : B/408/UN.43.5/KE/2024 02 Mei 2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Penelitian Tugas Akhir / Skripsi

Kepada Yth,
Dompot Dhuafa Banten

Di
Serang

Sehubungan dengan rencana Penyusunan Tugas Akhir/Skripsi bagi mahasiswa kami, dengan ini mengajukan permohonan tempat penelitian di Perusahaan/Lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Adapun data mahasiswa yang bersangkutan adalah sebagai berikut.

Nama : MUHAMMAD LUTHFAN KARIM
NIM : 5554200032
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Syariah
Semester : Genap
Telepon / HP : 081908248328
Durasi (Lama Penelitian) : 3 bulan
Rencana Topik : "Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan Usaha, dan Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten (Studi Pada Masyarakat Provinsi Banten)"

Demikian permohonan kami sampaikan atas kerjasamanya dan perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.


Kabag Umum FEB



Aedy Nurachman, S.E., M.M.
NIP. 1975092020011210

Lampiran 6. Surat Penelitian Dompet Dhuafa Banten

Keterangan: Surat bahwa Peneliti sudah melakukan penelitian di Dompet Dhuafa Banten sebagai objek



SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN


Yang bertanda di bawah ini Pimpinan Cabang Dompot Dhuafa Banten, menerangkan bahwa:

Nama	: Muhammad Luthfan Karim
NIM	: 5554200032
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Jurusan	: Ekonomi Syariah


Benar yang tersebut namanya di atas telah melakukan penelitian di Dompot Dhuafa Banten selama 3 bulan dengan judul penelitian: "Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan Usaha, dan Lingkungan Sosial terhadap Kesadaran Membayar Zakat Perdagangan di LAZ Dompot Dhuafa Banten (Studi Pada Masyarakat Banten)"

Demikian surat keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Serang, 6 Mei 2024
Pimpinan Cabang Dompot Dhuafa Banten,



Mokhlas Pidono D O M P E T
D H U A F A
B A N T E N



PHILANTHROPY BUILDING DOMPOT DHUAFABANTEN
Jl. KH. Sidiqul No. 4C, Sumur Pecung, Kota Serang, Telp. (0254) 7222 47

www.ddbanten.org

