



Determinan Minat Muzakki Menyalurkan Zakat Perdagangan Melalui BAZNAS Paluta

Hawanisa Harahap¹, Darwis Harahap², Ihdi Aini³

^{1,2,3} UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
hawanisarahap@gmail.com¹, darwisharahap@uinsyahada.ac.id²,
ihdiaini@uinsyahada.ac.id³

Abstrak

BAZNAS mempunyai tujuan untuk mengentaskan kemiskinan dan menimbulkan sikap kemandirian bagi para mustahik sehingga pemberdayaan masyarakat melalui penyaluran dana bantuan yang dilakukan oleh BAZNAS semakin gencar untuk dikembangkan. Religiusitas masyarakat akan hal zakat perdagangan kurang dominan diketahui masyarakat, selanjutnya didukung kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS dalam menyalurkan zakat perdagangan serta masyarakat Padang Lawas Utara kurang mengetahui tentang zakat perdagangan dikarenakan kurangnya promosi oleh pihak BAZNAS Padang Lawas Utara sehingga terjadi kurangnya minat muzakki menyalurkan zakat perdagangan melalui BAZNAS Padang Lawas Utara. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian berdasarkan uji t diketahui bahwa variabel religiusitas (X_1) berpengaruh terhadap minat muzakki menyalurkan dana zakat perdagangan sedangkan variabel kepercayaan (X_2) dan variabel promosi (X_3) tidak berpengaruh terhadap minat muzakki menyalurkan dana zakat perdagangan. Kemudian berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa variabel religiusitas, kepercayaan, dan promosi berpengaruh terhadap minat muzakki menyalurkan dana zakat perdagangan di BAZNAS Padang Lawas Utara.

Kata Kunci : Religiusitas, Kepercayaan, Promosi, Minat Muzakki

Abstract

BAZNAS has the aim of alleviating poverty and creating an attitude of independence for mustahik so that community empowerment through the distribution of aid funds carried out by BAZNAS is increasingly intensively developed. The community's religiosity regarding trade zakat is less known to the public, which is further supported by the lack of public trust in BAZNAS in distributing trade zakat and the people of North Padang Lawas do not know enough about trade zakat due to the lack of promotion by North Padang Lawas BAZNAS resulting in a lack of interest among muzakki in distributing trade zakat through BAZNAS North Padang Lawas. This research is quantitative research. The results of research based on the t test show that the religiosity variable (X_1) influences muzakki's interest in distributing trade zakat funds, while the trust variable (X_2) and promotion variable (X_3) do not influence muzakki's interest in distributing trade zakat funds. Then, based on the results of the F test, it is known that the variables of religiosity, trust and promotion influence muzakki's interest in channeling trade zakat funds at North Padang Lawas BAZNAS.

Keywords: Religiosity, Trust, Promotion, Muzakki's Interests

PENDAHULUAN

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan keputusan Presiden Republik Indonesia No. 8 Tahun 2001 tentang tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. terdapat pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara Nasional (Didin Fatihuddin, 2017).

Pada dasarnya BAZNAS di dukung oleh Lembaga Keuangan Syariah (*syariah financial institution*) yang merupakan suatu kelompok usaha atau institusi yang produk kekayaannya berbentuk aset-aset keuangan (*financial assets*) yang berlandaskan konsep syariah. Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang undang-undang perbankan syariah di Indonesia bahwa lembaga keuangan syariah merupakan badan atau lembaga yang kegiatannya mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kepada masyarakat juga berdasarkan prinsip syariah dan mengatur jenis usaha (Ahmad Rodoni, 2015).

Pemberdayaan pengetahuan masyarakat terhadap BAZNAS menjadi salah satu tolak ukur untuk dapat melihat kemandirian suatu masyarakat, sehingga bertujuan dibentuknya BAZNAS yaitu untuk mengentaskan kemiskinan dan menimbulkan sikap kemandirian bagi para mustahik maka pemberdayaan masyarakat melalui penyaluran dana bantuan yang dilakukan oleh BAZNAS semakin gencar untuk dikembangkan. Mustahik dapat menciptakan yang bermanfaat bagi lingkungan sekitar dan berpotensi menjadi muzakki (Yoiz Shofwa, 2013).

BAZNAS Kec. Padang Lawas Utara berdiri pada tahun 2018 yang berlokasi di Gunung Tua. Pada awal pendirian BAZNAS ini belum ada kegiatan penghimpunan zakat yang dilakukan, tahun berikutnya yaitu 2019 BAZNAS sudah mulai melakukan kegiatan menghimpun dana dari muzakki. Pada tahun itu baru mulai melakukan kegiatan menghimpun dana zakat, namun masih menghimpun dana zakat maal. Jumlah zakat maal yang terkumpul oleh BAZNAS Kec. Padang Lawas Utara sebesar Rp 85 000.000 pada tahun 2019 Dimana sebanyak Rp 40.000.000 diperoleh dari zakat profesi dan zakat pertanian Rp 28.000.000 Sedangkan zakat perdagangan terkumpul Rp 17.000.000 (Wawancara Bapak Hincat).

Pendapatan dana awal untuk zakat perdagangan tersebut memiliki perbedaan yang signifikan antara potensi zakat dan jumlah yang terkumpulkan pada zakat perdagangan, dimana jumlah potensi zakat perdagangan di Padang Lawas Utara sebesar

Rp 100.000.000 sementara yang terkumpulkan pada tahun 2019 sebesar Rp 17.000.000.

Dari data tersebut dapat disimpulkan kurangnya masyarakat dalam memberikan zakat perdagangan dilihat dari jumlah dana zakat perdagangan yang terkumpulkan terlalu sedikit berbanding terbalik dengan potensi zakat yang seharusnya terkumpulkan di Padang Lawas Utara. Kemudian zakat yang paling sedikit mendapatkan dana dari muzakki adalah zakat perdagangan, dari hal tersebut adanya fenomena dalam menghimpun dana antara BAZNAS Kec. Padang Lawas Utara dengan muzakki dikarenakan dana perdagangan sebanyak Rp. 17.000.000, 00 sedangkan zakat profesi dan zakat pertanian mendapat dana dua kali lipat dari dana zakat perdagangan. Serta Masyarakat Padang Lawas Utara kurang mengetahui tentang zakat perdagangan dan kurangnya sosialisasi BAZNAS Padang Lawas Utara dengan masyarakat.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Liza Amelia dan Alim Murtani (2018) yaitu tentang Faktor-faktor yang memengaruhi muzakki dalam membayar zakat (studi kasus sumatera utara), salah satunya religiusitas juga sangat penting di dalam lembaga zakat karena religiusitas suatu kewajiban-kewajiban atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan, dimana nilai dari pemahaman seseorang terhadap norma-norma syariah, Begitu juga faktor kepercayaan, kepercayaan terhadap Lembaga zakat dalam penelitian ini didefenisikan sebagai kemauan muzakki untuk mengandalkan Lembaga zakat untuk membayar zakatnya kepada mustahik, karena muzakki yakin lembaga tersebut profesional, amanah dan transparan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizqy Amaliyah (2020) menyatakan Penyebab yang melatar belakangi rendahnya minat muzakki menggunakan jasa BAZNAS diantara lain kurangnya kepercayaan muzakki terhadap lembaga amal resmi. Selain itu, kebiasaan masyarakat Indonesia yang menyalurkan zakat mal secara langsung tanpa melalui lembaga amal resmi dipengaruhi oleh rasa puas. Muzakki akan lebih merasa puas ketika menyalurkan zakatnya secara langsung kepada mustahiq karena merasa yakin bahwa zakat telah diterima oleh mustahiq.

Permasalahan terdapat antara BAZNAS Padang Lawas Utara dengan masyarakat khususnya pedagang yang akan meyalurkan zakat perdagangan di BAZNAS Padang Lawas Utara, kemudian masyarakat lebih memilih menyalurkan dana zakat perdangan langsung kepada yang menerima zakat serta kurangnya informasi yang di dapat masyarakat tentang zakat perdagangan yang dapat dikelola oleh BAZNAS Padang Lawas Utara dikarenakan kurangnya sosialisasi antara BAZNAS Padang Lawas Utara dan muzakki maupun calon muzakki yang akan menyalurkan zakat perdagnan.

KAJIAN TEORITIS

Zakat Perdagangan

Ditinjau dari segi bahasa, kata zakat mempunyai beberapa arti, yaitu *al-barakatu* 'keberkahan', *al-namaa* 'pertumbuhan dan perkembangan', *ath-tharatu* 'kesucian', dan *ash-sholahu* 'keberesan'. Sedangkan secara istilah, meskipun para ulama telah berpendapat dengan redaksi yang agak berbeda antara satu dan lainnya, akan tetapi pada prinsipnya sama, yaitu bahwa zakat itu adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu (Tika Widiastuti, 2016).

Berdasarkan penjelasan ayat di atas menjelaskan bahwa, bila seseorang mengeluarkan zakat, berarti hartanya berkurang. Tetapi bila dilihat dari sudut pandang Islam, pahala bertambah dan harta yang masih ada juga membawa berkah, di samping pahala bertambah, juga harta itu berkembang karena mendapat Ridha dari Allah dan berkat panjatan doa dari fakir miskin, anak-anak yatim dan para mustahik lainnya yang merasa disantuni dari hasil zakat itu (M. Quraish Shihab, 2012).

Zakat merupakan salah satu dari Rukun Islam, sehingga zakat secara normatif merupakan suatu kewajiban mutlak yang dimiliki oleh setiap orang muslim, zakat juga bias di artikan fardu ain atau kewajiban individu bagi setiap muslim dengan ketentuan beberapa syarat tertentu (Rahayu, 2020).

Pengertian Zakat Perdagangan

Zakat perdagangan adalah sebagian harta yang dikeluarkan atas hasil usaha seseorang yang mencapai nisab dan haul sesuai dengan ketentuan syariah. Haul zakat perdagangan harus mencapai satu tahun, adapun nisabnya, sebanyak 85 gram emas dan kadarnya 2,5% sama seperti ketentuan zakat emas dan perak (Anik Farida, 2016).

Zakat barang dagangan merupakan zakat yang wajib dikelurkan dari hasil harta perdagangan sama ada berdasarkan perbutan, pertambangan, perikanan, perkapalan, pertanian, dan sebagainya dengan tujuan diperdagangkan sama ada dalam bentuk perdagangan persendirian, perdagangan perkongsian sesama Islam atau dengan bukan Islam, perdagangan semua jenis syarikat, koperasi atau perdagangan saham dan sebagainya. Allah menjelaskan bahwa segala hasil usaha yang baik itu wajib zakat (Ali Ridho, 2014).

Syarat Zakat Barang Dagangan

Para fuqaha mengajukan beberapa syarat wajib untuk zakat barang dagangan. Syarat-syarat tersebut berjumlah empat menurut mazhab Hanafi, lima menurut mazhab Maliki, enam menurut mazhab Syafi'I, dan hanya dua menurut mazhab Hanbali. Syarat-syarat tersebut, tiga diantaranya disepakati, yakni nisab, haul, dan adanya niat melakukan perdagangan. Sedangkan syarat-syarat yang lainnya merupakan tambahan

dalam setiap mazhab. Syarat-syarat zakat perdagangan tersebut ialah Nisab; Hawl; Barang dagangan dimiliki melalui pertukaran; Harta dagangan tidak dimaksudkan sebagai “*qunyah*”; Pada saat perjalanan hawl; Zakat tidak berkaitan dengan barang dagangan itu sendiri (M. Ali Hasan, 2017).

Pihak yang Berhak atas Zakat (Mustahiq)

Adapun mereka yang berhak menerima zakat itu ialah ada 8 asnaf di Indonesia tinggal tujuh asnaf saja karena asnaf riqab yang dalam arti memerdekakan budak di Indonesia tidak ada (karena Indonesia tidak ada budak) (Umrotul Khasanah, 2010), yaitu Fakir; Miskin; Amil; Muallaf; Riqab; Gharim; Sabilillah; Ibnu sabil

Pengertian Religiusitas

Religi” adalah kepercayaan kepada tuhan, kepercayaan kepada adanya kekuatan di atas manusia. “*Religiusitas*” adalah pengabdian terhadap agama, keshalehan (Enkiklopedia Indonesia, 2017).

Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan dalam pengetahuan Islam, seberapa banyak pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi para seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam (Muhaimin, 2002).

Indikator Religiusitas

Dimensi eksperiensial adalah pengalaman atau perasaan kedekatan dengan Sang Pencipta. Dimensi Idiologis adalah kepercayaan terhadap agama yang dipercaya seperti ajaran dan keberannya. Dimensi intelektual merupakan tingkat pengetahuan atau pemahaman tentang ajaran agama yang dianutnya (Mardani, 2015).

Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Morgan dan Hunt mendefinisikan kepercayaan sebagai keinginan untuk tetap mempertahankan pertukaran karena dipercaya. Inti dari kepercayaan adalah keyakinan dan apakah betul-betul kita yakin ini timbul karena dua belah pihak percaya bahwa keduanya akan bersifat dapat dipercaya, memiliki integrasi tinggi, konsisten, kompoten, adil bertanggung jawab, suka membantu dan sifat positif lainnya (Farida Akbarina, 2018).

Pengertian Sosialisasi

Agar kegiatan dapat diketahui oleh konsumen atau calon muzakki maka masyarakat harus mengetahui tentang kegiatan yang ditawarkan, cara untuk memberitahukan kepada masyarakat melalui sarana promosi. Promosi merupakan kegiatan menyampaikan informasi kepada masyarakat baik secara langsung maupun

tidak langsung tanpa promosi akan memengaruhi pengetahuan masyarakat tentang apa yang ditawarkan. Promosi juga merupakan kegiatan memberikan insentif jangka pendek untuk menarik perhatian masyarakat dalam memutuskan yang ditawarkan oleh perusahaan baik itu dalam bentuk barang ataupun jasa yang dihasilkan dapat diketahui calon konsumen atau muzakki tentang kegiatan maupun jasa sehingga tertarik untuk melakukan keputusan (Sutaryo, 2012).

Pengertian minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat ialah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut *Bimo Walgito* (Errie Tisnawati, 2015).

Persepsi konsumen menjadi pengukur dari baik tidaknya layanan yang diberikan, jika harapan tidak terpenuhi maka tingkat kepuasan akan berkurang begitu pula sebaliknya (Darwis Harahap, dkk, 2022). Strategi bersaing dengan menyerang pemimpin pasar dan pesaing lainnya dalam rangka merebut pangsa pasar lebih besar atau dengan mengikuti pesaing dan mempertahankan pengikut pasar (Abdul Nasser Hasibuan, dkk, 2022).

Faktor-faktor yang mendasari minat

Faktor-faktor yang mendasari minat menurut *Crow-crow* yang diterjemahkan oleh *Z Kasijan* yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan, timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat didorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan penguatan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada, sedangkan faktor emosional memperlihatkan ukuran intensitas seseorang dalam menanam perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu (Mardia, 2022).

Untuk mengukur variable minat menabung, terdapat lima indikator yaitu Keinginan (*desire*), Perhatian (*Attention*), Ketertarikan (*Interest*), Keyakinan (*Conviction*) (Muh Ruslan, 2013).

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukandi BAZNAS Kec.Padang Bolak Kab. Padang Lawas Utara dan Waktu penelitian dimulai dari bulan Januari 2022 sampai 30 Juli 2022.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena penelitian ini menggunakan angka dan berwujud (Muhammad Ramadhan, 2021). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian guna menggambarkan ataupun menguraikan suatu keadaan menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan tentang apa yang diketahui (Irawidya, dkk, 2021).

Populasi dijadikan sampel dalam penelitian. Sampel penelitian ini adalah seluruh pedagang yang menyalurkan zakat perdagangan berjumlah 30 orang dan telah mencapai nisab di pasar Padang Lawas Utara.

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antara data pada variabel-variabel penelitian. Data yang baik adalah data yang tidak terjadi autokorelasi antar variabelnya (Delima Sari Lubis, dkk, 2019).

Uji normalitas untuk mengetahui apakah data variabel dependen, indenpenden atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Untuk menguji normalitas akan digunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* dengan menggunakan menggunakan taraf signifikan 0,1. Apabila nilai signifikan $> 0,1$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya, jika nilai signifikan $< 0,1$ maka tidak berdistribusi normal (Darwis Harahap, dkk, 2021).

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji scatterplot. Dasar kriteria dalam pengambilan keputusan yaitu jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk suatu pola teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit) (Damri Batubara, dkk, 2021).

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri-sendiri atau parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan uji ini yaitu bila nilai sig $> 0,05$ berarti H_a diterima. Sebaliknya, bila nilai sig $< 0,05$ berarti H_0 ditolak (Elidawati Purba, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Hasil Olahan
1	Religiusitas	Valid
2	Kepercayaan	Valid
3	Sosialisasi	Valid
4	Minat Muzakki	Valid

Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel 1 diatas, menjelaskan bahwa pernyataan seluruh item dalam kuesioner variabel penelitian yaitu variabel religiusitas, kepercayaan, sosialisasi dan minat muzakki semuanya valid. Sehingga selanjutnya perlu dilakukan uji reliabilitas untuk menguji keabsahan pernyataan pada kuesioner yang diberikan, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Religiusitas	0,764 > 0,60	Reliabel
2	Kepercayaan	0,679 > 0,60	Reliabel
3	Sosialisasi	0,655 > 0,60	Reliabel
4	Minat Muzakki	0,677 > 0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel penelitian ini dinyatakan reliabel, yang dibuktikan dari nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas Penelitian

Asymp. Sig. (2- Tailed)	Nilai	Keterangan
Religiusitas	0,728 > 0,05	Normal
Kepercayaan	0,438 > 0,05	Normal
Sosialisasi	0,733 > 0,05	Normal
Minat Muzakki	0,907 > 0,05	Normal

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat diketahui nilai Asymp. Sig. (2-Tailed) semua variable penelitian lebih besar nilainya dari signifikansi 0,05. Artinya semua variabel dalam penelitian ini terdistribusi normal. Setelah prasyarat dasar terpenuhi, berikutnya

dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas Penelitian

Variance Inflation Factors	Nilai	Keterangan
Religiusitas	1,384 < 5	Bebas Multikolinearitas
Kepercayaan	2,133 < 5	Bebas Multikolinearitas
Sosialisasi	1,092 < 5	Bebas Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 4 diatas, merupakan pembuktian dari hasil uji multikolinearitas, yang mana uji ini untuk membuktikan tidak ada hubungan yang erat antar variabel independennya dengan melihat nilai Variance Inflation Factors (VIF) nya lebih kecil dari 5.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas Penelitian

Uji Gletser	Nilai	Keterangan
Religiusitas	0,265 > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,880 > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Sosialisasi	0,497 > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dijelaskan dengan melihat nilai dari uji spearman's rho, bahwa variabel religiusitas, kepercayaan dan sosialisasi lebih besar dari signifikansi 0,05, artinya semua variabel penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,913	0,834	0,815	1,253

Berdasarkan hasil perhitungan nilai Adjust *R Square* sebesar 0,815 atau 81,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (Religiusitas, Kepercayaan dan Sosialisasi) ada pengaruh terhadap variabel dependen (minat muzakki) sebesar 0,815 atau 81,5%. Sedangkan sisanya sebesar 18,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji Parsial

Tabel 7. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,702	2,471		2,713	.012
RG	0,760	0,081	0,881	9,369	.000
KP	0,088	0,095	0,089	0,928	.362
SS	-0,113	0,078	-0,122	-1,458	.157

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa Signifikansi T-hitung untuk variabel religiusitas sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat muzakki menyalurkan zakat perdagangan melalui BAZNAS Paluta.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa Signifikansi T-hitung untuk variabel kepercayaan sebesar $0,362 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat muzakki menyalurkan zakat perdagangan melalui BAZNAS Paluta.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa Signifikansi T-hitung untuk variabel sosialisasi sebesar $0,157 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh sosialisasi terhadap minat muzakki menyalurkan zakat perdagangan melalui BAZNAS Paluta.

Uji Simultan

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	205,029	3	68,343	43,512	.000 ^b
Residual	40,838	26	1,571		
Total	245,867	29			

Berdasarkan hasil uji signfikansi simultan (Uji F) dapat dilihat bahwa signifikansi F-hitung sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas, kepercayaan dan sosialisasi secara bersama-sama terhadap minat muzakki menyalurkan zakat perdagangan melalui BAZNAS Paluta.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Asumsi dari penelitian ini dapat diketahui dengan melihat persamaan yang terbentuk dalam penelitian ini, yaitu:

$$MM = 6,702 + 0,760RG + 0,088KP - 0,113SS$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta adalah sebesar 6,702 menyatakan bahwa jika variabel religiusitas, kepercayaan dan sosialisasi nilainya 0 maka nilai minat muzakki menyalurkan zakat perdagangan melalui BAZNAS Paluta sebesar 6,702.

Koefisien regresi religiusitas sebesar 0,760, menunjukkan bahwa apabila religiusitas meningkat sebesar 1 satuan, maka minat muzakki menyalurkan zakat perdagangan melalui BAZNAS Paluta meningkat sebesar 0,760 dengan asumsi variabel lain tetap.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Nasser Hasibuan, Ali Hardana, Erlina. (2022). Effect Of Operating Constonal Operating Income (BOPO) and Non Perfoming Financing NPF On Return On Assets ROA in PT. Rakyat Indonesia Syariah Tbk For Priod 2009-2007. *Journal Of Sharia Banking* , 1 (2).
- Ahmad Rodoni. (2015). *Asuransi Dan Pegadaian Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ali Ridho. (2014). *Zakat Dalam Persektif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Anik Farida. (2016). *Zakat Fitrah Dan Beberapa Permasalahannya*. Jakarta: Media Pers.
- Damri Batubara, Windari, Abdul Nasser, Annida Karima Sovia. (2021). Potential And Oftimization Of Waqf Land Empowermand In South Tapanuli Regerency. *Journal Of Shariah Banking* , 6 (2).
- Darwis Harahap, Tukma, Ihdi Aini, Ida Royani. (2021). Analysis Of Public Interest In Banking Products. *Journal Of Sharia Banking* , 2.
- Darwis Harahap, Sunnita, Husni, Sulaiman Efendi. (2022). Strategies For Handling Problematic Atm Complaints In Increasing Customer Satisfactions At Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk KC. Padangsidimpuan. *Journal Of Sharia Banking* , 1 (2).

- Delima Sari Lubis, Dewi Purnama Sari, Nofinawati. (2019). Pemberdayaan UMKM Melalui Lembaga Keuangan Syariah Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Kota Padangsidempuan. *Jurnal Of Syaria Banking* , 2 (2).
- Didin Fatihuddin. (2017). *Panduan Praktis Merencanakan Untuk Investasi Pasar Modal*. Surabaya: UM Surabaya.
- Elidawati Purba. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Enksiklopedia Indonesia. (2017). *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*. Jakarta: Phaki Pamungkas.
- Errie Tisnawati . (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Farida Akbarina. (2018). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Polinema Pres: Hak Cipta.
- Irawidya, Arbanur Rasyid, Muhammad Wadinsyah, M. Fauzan. (2021). Determnation Of Emloye Job Satisfaction PT. Bank Syariah Mandiri. *Journal Of Shariah Banking* , 2 (1).
- M. Ali Hasan. (2017). *Berbagi Macam Transaksi Dalam Islam* . Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- M. Quraish Shihab. (2012). *Tafsir Al Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al quran*. Jakarta: Pusat Lentera Hati.
- Mardani. (2015). *Fiqh Ekonomi Syariah : Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenada Media.
- Mardia. (2022). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Muh Ruslan. (2013). *Pengantar Islamic Ekonomi*. Makasar: Lambung Informasi.
- Muhaimin. (2002). *aradigma Pendidikan Islam: Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Sekolah*. Bandung: PT. Rodakarya.
- Muhammad Ramadhan. (2021). *Metode Penelitian* . Jakarta: Cipta Media Nusantara.
- Rahayu. (2020). *Kinerja Keuangan Perusahaan* . Jakarta: Program Pasca Sarjana.
- Sutaryo. (2012). *Dasar Dasar Sosialisasi*. Jakarta: PT. Grafindo.
- Tika Widiastuti. (2016). *Hand Book Zakat* . Jakarta: Airlangga Univercity.
- Umrotul Khasanah. (2010). *Manajemen Zakat Moderent*. Malang: UIN Maliki Press.

Wawancara Bapak Hincat. *Kepala BAZNAS Padang Lawas Utara.*

Yoiz Shofwa. (2013). *Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah.*
Purwokerto: Media Press.