

Pengaruh Literasi, Religiusitas, dan Omset Terhadap Minat Pedagang Dalam Membayar Zakat Perdagangan

Gilang Permata¹, Nila Nopianti², Eris Munandar³

¹²³Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Fitrah Insani

¹ Glngrmt@gmail.com, ²nilanov90@gmail.com, ³eris.munandar@gmail.com

Abstrak

Perdagangan adalah salah satu hal yang wajib di keluarkan zakatnya. Karena banyaknya jumlah pedagang di Indonesia, baik itu di perkotaan ataupun di pedesaan. Di Kota Banjar mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai pedagang. Menurut Badan Pusat Statistik Perekonomian Kota Banjar, kategori perdagangan memiliki andil terbesar dalam perekonomian kota banjar dengan share PDRB sebesar 25,04%. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauhmana pengaruh dari literasi, religiusitas serta omset para pedagang di pasar banjar terhadap minat para pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan jenis data primer dan sekunder yang menggunakan teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner secara langkung kepada 138 pedagang di pasar banjar dengan metode penentuan sampel sampling purposive. Analisis data yang digunakan adalah analisi regresi linier berganda dengan terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen penelitian berupa uji validitas, uji reliabilitas dan pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji linieritas dan uji heteroskedastisitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Omset berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Secara simultan, literasi, religiusitas, dan omset berpengaruh positif signifikan terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Artinya, literasi keuangan yang baik, tingkat religiusitas yang tinggi, serta omset yang meningkat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi dikalangan pedagang serta penguatan nilai-nilai religius dapat menjadi strategi efektif dalam mendorong kepedulian sosial melalui pembayaran zakat.

Kata kunci : Literasi, Religiusitas, Omset, Minat Pedagang, Zakat Perdagangan

1. Pendahuluan

Zakat merupakan salah satu pilar utama dalam ajaran Islam yang tidak hanya berdimensi ibadah spiritual, tetapi juga memiliki implikasi sosial-ekonomi yang sangat luas. Sebagai ibadah yang berkaitan dengan pengeluaran harta, zakat mencerminkan hubungan vertikal antara manusia dengan Allah SWT, sekaligus hubungan horizontal antar sesama manusia. Zakat berperan penting dalam upaya menciptakan keadilan sosial dan pemerataan kesejahteraan, khususnya bagi masyarakat miskin dan dhuafa. Dalam konteks ini, zakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesejahteraan material dan spiritual mustahik, serta menjadi instrumen distribusi kekayaan yang efektif dalam sistem ekonomi Islam.

Salah satu jenis zakat yang wajib ditunaikan oleh umat Islam adalah zakat maal, termasuk di dalamnya zakat perdagangan. Islam telah menetapkan ketentuan yang jelas mengenai nishab, haul, dan sasaran penerima zakat (asnaf), sehingga pelaksanaan zakat berbeda dengan infak dan sedekah yang bersifat sukarela. Dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat disebutkan bahwa zakat maal mencakup berbagai bentuk harta termasuk hasil perdagangan. Oleh karena itu, para pedagang, baik dalam skala besar maupun kecil, memiliki kewajiban untuk menunaikan zakat atas keuntungan usaha mereka.

Di Indonesia, sektor perdagangan memegang peranan strategis dalam menopang perekonomian, termasuk di Kota Banjar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024), sektor perdagangan merupakan penyumbang terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Banjar, dengan kontribusi sebesar 25,04% atau sekitar Rp1.313,86 miliar pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan sangat dominan dalam

struktur ekonomi daerah. Selain itu, jumlah unit usaha perdagangan di Kota Banjar juga tergolong tinggi, dengan tercatat 52 toko, 1.738 kios, dan 11.533 warung.

Namun, tingginya aktivitas perdagangan tersebut tidak sejalan dengan kesadaran dan partisipasi pedagang dalam menunaikan zakat perdagangan. Berdasarkan wawancara dengan pihak BAZNAS Kota Banjar (Didang, 2024), jumlah pedagang yang menyalurkan zakat perdagangannya melalui BAZNAS masih sangat minim, yaitu hanya tiga orang dengan total dana sekitar Rp72 juta. Sementara itu, LAZPERSIS mencatat adanya 12 pedagang yang membayar zakat dengan total sekitar Rp59 juta, dan LAZ Muhammadiyah belum mencatat adanya zakat perdagangan. Hal ini mencerminkan masih rendahnya literasi zakat, khususnya zakat perdagangan, di kalangan para pelaku usaha.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Mela, dkk (2021) yang menunjukkan bahwa pengetahuan zakat, tingkat pendapatan, dan kepercayaan muzakki berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Selain itu, penelitian Afif dan Eko (2020) juga menekankan pentingnya faktor internal seperti religiusitas dan niat dalam mempengaruhi perilaku muzakki. Perbedaan konteks geografis dan variabel yang digunakan menjadi dasar penting untuk meneliti fenomena ini lebih lanjut.

Melihat masih rendahnya kesadaran zakat perdagangan di tengah tingginya kontribusi sektor ini terhadap perekonomian Kota Banjar, penting untuk mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi minat pedagang dalam menunaikan zakat perdagangan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengaruh literasi zakat, tingkat religiusitas, dan besarnya omset terhadap minat para pedagang di Kota Banjar dalam membayar zakat perdagangan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penguatan edukasi dan kebijakan pengelolaan zakat, khususnya di wilayah yang memiliki potensi ekonomi tinggi melalui sektor perdagangan.

Menurut *Education Development Center* (EDC), literasi merupakan suatu kemampuan untuk meningkatkan potensi dan skill yang dimiliki untuk mempertahankan hidupnya (Dkampus, 2017). Dalam bahasa Inggris, literasi disebut "*literacy*" yang artinya mengembangkan kemampuan untuk menulis, membaca, dan kemampuan untuk berkomunikasi dalam bahasa menggunakan tanda simbol baik dari media cetak ataupun elektronik (Ircham, 2021).

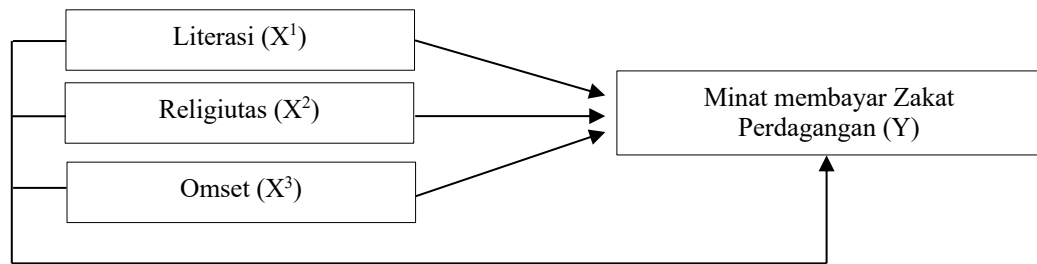
Menurut Glock dan Stark, religiusitas merupakan suatu symbol pada system keyakinan, nilai dan perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya (Sungadi, 2022). Sedangkan menurut Ahmad religiusitas merupakan hubungan antara manusia dengan Tuhannya melalui ajaran agama yang dianutnya dan diterapkan dalam kehidupan sehari-harinya (Ahmad, 2022).

Menurut Basu Swastha omset penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus. Sedangkan Menurut Kamus Bahasa Indonesia omset penjualan adalah jumlah hasil penjualan (dagangan), omset penjualan total adalah jumlah penjualan barang atau jasa dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama periode penjualan tertentu (Welly, dkk, 2023).

Minat merupakan suatu keadaan di mana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut (Darmadi, 2017). Menurut Nasution Minat adalah suatu yang penting bagi seseorang dalam melakukan kegiatan dengan baik. Minat mendorong orang untuk melakukan kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada kegiatan tersebut (Indri Kartika, 2020).

Zakat merupakan berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT dan diserahkan atau disalurkan kepada mereka yang berhak (*al-mustahiq*) disamping berarti mengeluarkan jumlah tertentu itu sendiri (Ahmad, 2017). Jadi zakat perniagaan adalah zakat yang dikeluarkan dari harta niaga.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi, religiusitas, dan omset terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan secara parsial dan simultan. Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Hidayah (2022) yang berjudul " Pengaruh Literasi Zakat, Religiusitas Dan Pendapatan Petani Terhadap Keputusan Membayar Zakat Pertanian Di Desa Kaliyoso Kecamatan Kangkung Kabupaten Kendal.



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

- H1 : Literasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang membayar zakat perdagangan
- H2 : Religiutas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang membayar zakat perdagangan
- H3 : Omset secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang membayar zakat perdagangan
- H4 : Literasi, Religiutas, dan Omset secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang membayar zakat perdagangan

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek kajian pedagang dengan pembayaran retribusi terbesar yang berjumlah 210 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yakni pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian dengan toleransi kesalahan 5%. Jumlah sampel yang terlibat sebanyak 138 orang. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner terstruktur. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS, melalui serangkaian uji statistik meliputi analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik dan analisis kuantitatif.

3. Hasil dan Diskusi

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data, diketahui bahwa distribusi usia 20 - 30 tahun sebanyak 8 orang, 31 – 40 tahun sebanyak 26 orang, 41 – 50 tahun sebanyak 39 orang, 51 – 60 tahun sebanyak 31 orang, 61 – 70 tahun sebanyak 29 orang, dan 71 – 80 tahun sebanyak 5 orang . Selanjutnya, komposisi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas berjenis kelamin perempuan, yaitu sebesar 73% atau sebanyak 162 orang, sedangkan responden laki-laki tercatat sebanyak 27% atau 59 orang. Berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 70 orang dan perempuan sebanyak 68 orang. Berdasarkan pembayaran retribusi 3.000 sampai 5.000 adalah sebanyak 56 responden, 5.001 sampai 7.000 sebanyak 26 responden , 7.001 sampai 9.000 sebanyak 22 responden atau, 9.001 sampai 11.000 sebanyak 13 responden, 11.001 sampai 13.000 sebanyak 11 responden atau, 13.001 sampai 15.000 sebanyak 2 responden, 15.001 sampai 17.000 sebanyak 4 responden, dan 17.001 dan 19.000 sebanyak 4 responden. Berdasarkan omset sebesar 2-3 Juta/hari yaitu sebanyak 13 responden, 3-4 juta/hari yaitu sebanyak 42 responden, 4-5 juta yaitu 21 responden, dan >5 juta/hari sebanyak 62 responden.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,569	0,1672	Valid
X1.2	0,650	0,1672	Valid
X1.3	0,685	0,1672	Valid
X1.4	0,723	0,1672	Valid
X1.5	0,752	0,1672	Valid
X2.1	0,595	0,1672	Valid
X2.2	0,660	0,1672	Valid

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1611>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

X2.3	0,639	0,1672	Valid
X2.4	0,727	0,1672	Valid
X2.5	0,591	0,1672	Valid
X3.1	0,595	0,1672	Valid
X3.2	0,687	0,1672	Valid
X3.3	0,646	0,1672	Valid
X3.4	0,723	0,1672	Valid
X3.5	0,762	0,1672	Valid
Y.1	0,536	0,1672	Valid
Y.2	0,610	0,1672	Valid
Y.3	0,700	0,1672	Valid
Y.4	0,644	0,1672	Valid
Y.5	0,664	0,1672	Valid

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan data yang diperoleh uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dengan demikian diuji signifikan dengan taraf signifikansi 0,05. Dikatakan valid jika uji validitas menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Berdasarkan jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian, yaitu sebanyak 138 orang, nilai r_{tabel} ditetapkan sebesar 0,167. Hasil uji validitas terhadap seluruh indikator pada masing-masing variabel menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} berada di atas nilai r_{tabel} tersebut. Dengan demikian, seluruh indikator dalam instrumen penelitian dinyatakan memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan data yang diperoleh uji reliabilitas juga dilakukan untuk mengetahui seberapa konsistensi penelitian dengan data yang diukur. Dianggap reliabel jika *Cronbach's alpha* > 0,60.

Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Kode Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
1	Literasi (X1)	0,701	Reliabel
2	Religiusitas (X2)	0,637	Reliabel
3	Omset (X3)	0,714	Reliabel
4	Minat membayar zakat (Y)	0,620	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2024

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel reliabel karena masing-masing memiliki *Cronbach's alpha* > 0,60.

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk melihat data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Pengujian menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) pada tingkat signifikansi 0,05. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) lebih besar dari 0,05.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		138
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,29718597
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,072
	Negative	-,058
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,073

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwasannya data berdistribusi normal dengan nilai *p-value* (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) 0,073 maka $(0,073 > 0,05)$.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu variabel dikatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	TOTALX1	,530	1,887
	TOTALX2	,873	1,145
	TOTALX3	,562	1,779

Sumber : data primer diolah, 2024

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* $0,90 > 0,10$ dan nilai VIF di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala ketidaksamaan varians (heteroskedastisitas) dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan uji Glejser, yaitu dengan meregresi nilai residual absolut terhadap variabel independen. Data dinyatakan tidak mengandung heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (*Sig.*) setiap variabel independen lebih besar dari 0,05.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	T	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,969	,981		,987	,325
TOTALX1	-,037	,044	-,102	-,860	,391
TOTALX2	,028	,044	,058	,630	,530
TOTALX3	,010	,038	,029	,250	,803

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel hasil pengujian diatas, menyatakan bahwa semua variabel sudah terbebas dari gejala heteroskedastisitas karena semua sudah lebih dari 0,05. Variabel literasi nilai signifikansinya $0,391 > 0,05$ variabel religiusitas nilai signifikansinya 0,530, dan variabel omset nilai signifikansinya $0,803 > 0,05$.

Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk memastikan adanya hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian ini menggunakan analisis *Test for Linearity* melalui metode *Analysis of Variance* (ANOVA). Data dikatakan memiliki hubungan linier apabila nilai signifikansi pada *Linearity* lebih kecil dari 0,05, dan nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Nilai Signifikansi	Hasil
X1	0,01	Linear
X2	0,01	Linear
X3	0,01	Linear

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil pengujian nilai *Linearity Sig.* 0,01, 0,01 dan 0,01. Maka nilai signifkansinya < 0,05 dan terkategoriikan memiliki hubungan linier antara variabel independen dengan dependen.

Analisis Kuantitatif

Analisis Regresi Berganda

Tabel 3. 7 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	7,520	1,514		4,966	<,001
TOTALX1	,568	,067	,706	8,448	<,001
TOTALX2	,170	,069	,162	2,482	,014
TOTALX3	-,082	,059	-,113	-1,387	,168

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel hasil pengujian diatas dapat di formulasikan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

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

$$Y = 7,520 + 0,568 X_1 + 0,170 X_2 + (-0,82 X_3)$$

Dengan Y merupakan minat membayar zakat perdagangan, X1 adalah literasi , X2 adalah religiusitas, dan X3 adalah omset. Nilai koefisien $b_1 = 0,568$ menunjukkan bahwa literasi berpengaruh terhadap minat pedagang membayar zakat perdagangan sebesar 56,8%, sementara $b_2 = 0,170$ menunjukkan bahwa religiusitas memberikan kontribusi 17% terhadap minat pedagang membayar zakat perdagangan, dan omset berpengaruh negatif terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan dengan nilai -0,082 atau -8,2%. Hasil ini menunjukan bahwa literasi dan berpengaruh lebih besar dibandingkan dengan religiusitas terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Mo del	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,710 ^a	,504	,492	1,31163

Sumber : data primer diolah, 2024

Dari tabel diatas, nilai *Adjusted Rsquare* yang diperoleh adalah sebesar 0,492. Artinya pengaruh literasi, religiusitas, dan omset terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan sebesar 49,2 % ($100\% - 49,2\% = 50,8\%$). Sedangkan sisanya yaitu 50,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Hasil Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai t hitung dan signifikansi (p-value) untuk setiap variabel independen. Suatu variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel 3. 9 Hasil Uji t

Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	7,520	1,514		4,966	<,001
TOTALX1	,568	,067	,706	8,448	<,001
TOTALX2	,170	,069	,162	2,482	,014
TOTALX3	-,082	,059	-,113	-1,387	,168

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas literasi memiliki tingkat signifikansi sebesar $<0,001 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 8,448 > t_{tabel} 1,978$. Berdasarkan hasil pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima. Artinya variabel literasi berpengaruh secara parsial individual terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Variabel religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan sebab signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 2,482 > t_{tabel} 1,978$ maka H_2 diterima. Sedangkan Omset berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan sebab nilai signifikansi sebesar $0,168 > 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} -1,387 < t_{tabel} 1,978$ maka H_3 ditolak.

Uji F

Tabel 3. 10 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	233,877	3	77,959	45,315	<,001 ^b
Residual	230,529	134	1,720		
Total	464,406	137			

Sumber : data primer diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan nilai $F_{hitung} 45,315 > F_{tabel} 2,672$ dengan nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan literasi, religiusitas dan omset berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat para pedagang di Kota Banjar dalam membayar zakat perdagangan.

3.1 Pengaruh Literasi terhadap Minat para pedagang dalam membayar zakat perdagangan

Hasil uji t menunjukkan bahwa literasi berpengaruh signifikan terhadap minat para pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} ($8,448 > 1,978$) dan tingkat signifikansi $<0,001$ yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, literasi berpengaruh signifikan terhadap minat para pedagang di Kota Banjar dalam membayar zakat perdagangan.

Penelitian Rosalinda, Abdullah, dan Fadli (2021) menunjukkan bahwa pengetahuan zakat, pendapatan muzakki, serta tingkat kepercayaan muzakki secara signifikan memengaruhi minat pelaku UMKM untuk membayar zakat niaga di Kota Bengkulu. Temuan ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi literasi zakat dan kepercayaan kepada lembaga pengelola zakat, maka semakin besar pula minat untuk menunaikan kewajiban zakat.

Hasil tersebut berbeda dengan penelitian Hakim (2023) yang menemukan bahwa tingkat pemahaman pedagang di Kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat perdagangan. Namun, kesadaran pedagang terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Meski demikian, jika digabungkan, pemahaman dan kesadaran secara simultan tetap memberikan pengaruh bersama terhadap minat membayar zakat.

Temuan-temuan di atas menunjukkan bahwa literasi dan kesadaran menjadi faktor kunci yang mendorong kepatuhan zakat. Hal ini sejalan dengan teori *Education Development Center* (EDC) yang menyebutkan bahwa literasi adalah kemampuan untuk meningkatkan potensi dan keterampilan dalam rangka mempertahankan kehidupan (Dkampus, 2017).

Dalam penelitian ini, variabel literasi zakat dikategorikan sangat baik berdasarkan skor kumulatif 2875 dari 138 responden. Artinya, pedagang Pasar Banjar telah memahami dengan baik kewajiban dan manfaat zakat perdagangan. Hasil deskriptif karakteristik responden juga menunjukkan bahwa mayoritas pedagang memiliki omset >5 juta rupiah per hari, yang berarti mereka telah memenuhi syarat haul dan nisab untuk menunaikan zakat perdagangan.

Konsep literasi dalam perspektif Islam juga ditegaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Alaq ayat 1–5, yang memerintahkan manusia untuk membaca, mempelajari, dan memahami ilmu sebagai bentuk rahmat Allah. Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa ayat ini merupakan penegasan awal kemuliaan manusia yang diangkat derajatnya melalui ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, literasi zakat tidak hanya terkait aspek pengetahuan praktis, tetapi juga merupakan bagian dari kesadaran spiritual yang mendalam..

3.2 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat para pedagang dalam membayar zakat perdagangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Hal ini dibuktikan melalui uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,482 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,978, serta nilai signifikansi 0,014 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis H₂ diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat religiusitas pedagang, semakin besar kesadaran dan pemahaman mereka mengenai kewajiban membayar zakat perdagangan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Yunus dan Syahriza (2022) yang menemukan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang Pasar Los Kota Lhokseumawe dalam membayar zakat di Baitul Mal. Namun, hasil tersebut berbeda dengan penelitian Maudia (2022) yang menunjukkan bahwa religiusitas dan pengetahuan zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Curug Kulon untuk membayar zakat perdagangan.

Selain itu, penelitian ini mendukung pendapat Berlian dan Pertiwi (2021) yang menjelaskan bahwa religiusitas berasal dari kata Latin *religio* yang berarti “mengikat”. Dalam konteks agama, religiusitas berkaitan dengan aturan, kewajiban, keyakinan, nilai, dan ritual yang mendorong seseorang untuk bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya.

Berdasarkan hasil skor variabel religiusitas dari 138 responden, diperoleh jumlah skor sebesar 2.967 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas pedagang Pasar Banjar tergolong tinggi. Para pedagang meyakini bahwa zakat perdagangan adalah perintah Allah SWT yang wajib dilaksanakan, serta tidak akan menyebabkan mereka jatuh miskin.

Menurut Ahmad (2022), seseorang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi akan menjadikan ajaran agamanya sebagai pedoman hidup yang diterapkan dalam perilaku sehari-hari. Hal ini relevan dengan firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah ayat 208 yang menyerukan agar umat Islam memasuki Islam secara menyeluruh dan tidak mengikuti langkah-langkah setan. Dengan demikian, religiusitas tidak hanya menjadi faktor internal keyakinan, tetapi juga menjadi landasan moral dan spiritual yang mendorong perilaku taat dalam melaksanakan kewajiban zakat..

3.3 Pengaruh Omset terhadap minat para pedagang dalam membayar zakat perdagangan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel omset (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat perdagangan. Nilai t_{hitung} sebesar -1,387 lebih kecil dari t_{tabel} 1,978, dan nilai signifikansi 0,168 lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis H₃ ditolak. Artinya, omset yang tinggi tidak serta-merta meningkatkan minat pedagang untuk menunaikan zakat perdagangan. Hal ini dapat terjadi karena pedagang dengan omset besar sering kali belum memahami aturan zakat perdagangan secara utuh atau merasa keberatan membayar nominal zakat yang lebih besar, serta memiliki kepentingan pribadi seperti investasi dan ekspansi usaha.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Tho'in dan Marimin (2019) serta Sumadi dan Dini (2021) yang sama-sama menyimpulkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat. Hasil ini menunjukkan bahwa tingginya pendapatan tidak selalu diikuti dengan kesediaan membayar zakat, karena penghasilan sering langsung dialokasikan untuk kebutuhan lain. Namun, temuan ini berbeda dengan Fitriyani dan

Nafis (2022) yang menemukan bahwa pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat ASN membayar zakat profesi.

Menurut Nurhaliza (2023) dan Umi Harti, dkk (2024), omset merupakan total hasil penjualan dalam periode tertentu. Dalam penelitian ini, meskipun omset pedagang Pasar Banjar secara deskriptif tergolong sangat baik (skor 2.785), minat membayar zakat tetap rendah. Hal ini didukung oleh observasi di lapangan bahwa tingginya omset tidak selalu mencerminkan keuntungan bersih. Banyak pedagang menjual dengan harga modal, berbagi keuntungan dengan pedagang lain, atau memberikan bonus kepada pelanggan demi menghindari kerugian jika barang dagangan rusak. Faktor-faktor internal (seperti modal dan strategi promosi) maupun eksternal (persaingan pasar) turut memengaruhi kondisi ini.

Meskipun omset tidak memengaruhi minat zakat, para pedagang tetap melakukan kebaikan lain, seperti bersedekah dan tetap mengingat Allah SWT. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS An-Nur ayat 37 yang menjelaskan bahwa perdagangan tidak boleh melalaikan seorang Muslim dari mengingat Allah, menunaikan salat, dan menunaikan zakat.

Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung makna hadis riwayat Muslim No. 2588 yang menyebutkan bahwa sedekah tidak akan mengurangi harta. Dalam praktiknya, banyak pedagang yang merasa beban zakat justru menurunkan minat mereka. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap zakat dan pengelolaan laba menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku membayar zakat, terlepas dari besarnya omset yang diperoleh.

3.4 Pengaruh Literasi, Religiusitas dan Omset terhadap minat para pedagang dalam membayar zakat perdagangan

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel literasi, religiusitas, dan omset secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan dengan kontribusi sebesar 50,4%. Artinya, setengah lebih variabel minat membayar zakat dapat dijelaskan oleh ketiga faktor tersebut. Sisanya sebesar 49,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti kepercayaan muzakki, sikap, norma subjektif, partisipasi, kontribusi, budaya, kemudahan teknologi, dan lingkungan sosial.

Uji F menunjukkan nilai F_{hitung} 45,315 lebih besar dari F_{tabel} 2,672, serta nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis H1 diterima, yang berarti literasi, religiusitas, dan omset secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar zakat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi zakat, semakin baik tingkat religiusitas, dan semakin besar omset pedagang, secara keseluruhan akan mendorong minat untuk menunaikan kewajiban zakat perdagangan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Ulil Hidayah (2022) yang menemukan bahwa literasi zakat dan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membayar zakat pertanian. Meskipun penelitian tersebut menemukan religiusitas tidak berpengaruh signifikan, dalam konteks penelitian ini variabel religiusitas terbukti memiliki pengaruh positif terhadap minat membayar zakat.

Berdasarkan data kuesioner, skor variabel minat membayar zakat dari 138 responden mencapai 2.950 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang Pasar Banjar memiliki minat yang tinggi dan kesadaran kuat akan pentingnya menunaikan zakat perdagangan.

Sebagaimana ditegaskan dalam hadis Nabi SAW dari Abu Hurairah r.a.:

“Barang siapa bersedekah dengan ukuran seharga sebutir kurma dari hasil usahanya yang baik (halal), dan Allah tidak menerima sedekah kecuali dari hasil usaha yang baik.”

Hadis ini menekankan bahwa zakat dan sedekah yang diterima Allah SWT harus berasal dari harta yang halal, sekaligus menjadi motivasi spiritual bagi pedagang untuk menyucikan harta mereka melalui zakat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa literasi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Literasi yang baik dapat memberikan rasa percaya diri dalam memenuhi kewajiban agama dan finansial. Dengan pengetahuan yang memadai, pedagang merasa lebih yakin dalam menunaikan kewajiban zakat, sehingga minat untuk melaksanakannya semakin tinggi. Religiusitas juga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat membayar zakat. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas yang tinggi sering kali disertai pemahaman mendalam mengenai ajaran agama, termasuk kewajiban membayar zakat, sehingga menumbuhkan kesadaran dan tanggung jawab untuk melaksanakannya dengan benar. Sementara itu, variabel

omset berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Meskipun omset usaha tinggi, kondisi keuangan pedagang tidak selalu mencerminkan keuntungan bersih yang memadai karena adanya biaya operasional yang besar, sehingga mengurangi minat untuk menunaikan zakat. Secara simultan, literasi, religiusitas, dan omset terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang dalam membayar zakat perdagangan. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi zakat serta penguatan nilai-nilai religius di kalangan pedagang menjadi strategi yang penting dan efektif dalam meningkatkan kepedulian sosial melalui pelaksanaan kewajiban zakat perdagangan.

Referensi

1. Ahmad. (2017). Zakat dalam Perspektif Ekonomi Islam. Jakarta: Pustaka Ilmu.
2. Ahmad. (2022). Religiusitas dalam Kehidupan Sehari-hari. Bandung: Penerbit Alfabeta.
3. Afif, M., & Eko, B. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Niat terhadap Perilaku Muzakki dalam Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 112–123.
4. Berlian, A., & Pertiwi, S. (2021). Religiusitas Sebagai Faktor Penentu Perilaku Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 45–56.
5. Darmadi. (2017). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.
6. Dkampus. (2017). Literasi untuk Kehidupan. Dkampus.com. Retrieved from <https://dkampus.com/literasi-untuk-kehidupan>
7. Fitriyani, N., & Nafis, M. (2022). Pengaruh Pendapatan terhadap Minat ASN Membayar Zakat Profesi di Baznas Kabupaten Demak. *Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 23–31.
8. Hakim, M. (2023). Pengaruh Tingkat Pemahaman dan Kesadaran Pedagang Terhadap Minat Membayar Zakat Perdagangan di Kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Ekonomi Islam dan Bisnis*, 5(2), 150–162.
9. Hidayah, U. (2022). Pengaruh Literasi Zakat, Religiusitas dan Pendapatan Petani terhadap Keputusan Membayar Zakat Pertanian di Desa Kaliyoso Kecamatan Kangkung Kabupaten Kendal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 89–100.
10. Indri Kartika. (2020). Psikologi Minat Belajar. Yogyakarta: Deepublish.
11. Ircham. (2021). Pengantar Literasi Digital. Surabaya: Literasi Nusantara.
12. Masykur. (2021). Tafsir Ibnu Katsir. Jakarta: Pustaka Azzam.
13. Maudia, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Religiusitas terhadap Keputusan Pelaku UMKM Membayar Zakat Perdagangan di Curug Kulon. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 75–86.
14. Mela, R., Abdullah, A., & Fadli, R. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan Muzakki terhadap Minat Pelaku UMKM untuk Membayar Zakat Niaga di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(3), 200–212.
15. Nurhaliza. (2023). Manajemen Omset dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Gramedia.
16. Rosalinda, R., Abdullah, A., & Fadli, R. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan dan Kepercayaan Muzakki terhadap Minat Pelaku UMKM untuk Membayar Zakat Niaga di Organisasi Pengelola Zakat di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 102–115.
17. Sumadi, T., & Dini, S. (2021). Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 55–64.
18. Sungadi. (2022). Psikologi Agama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
19. Tho'in, M., & Marimin. (2019). Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Membayar Zakat Perdagangan. *Jurnal Zakat dan Wakaf*, 4(2), 67–78.
20. Umi Harti, dkk. (2024). Dasar-Dasar Kewirausahaan. Yogyakarta: UAD Press.
21. Yunus, M., & Syahriza, S. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas, dan Kontribusi terhadap Minat Pedagang di Pasar Los Kota Lhokseumawe Mengeluarkan Zakat di Baitul Mal. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 35–47.
22. Welly, A., dkk. (2023). Manajemen Pemasaran dan Omset Usaha. Bandung: Alfabeta.