

**PENGARUH MEDIA SOSIAL LAZISMU TERHADAP MINAT
MASYARAKAT MENJADI MUZAKKI DI LAZISMU KOTA
MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Perbankan
Syariah*

Oleh

WIDYA NINGSIH

NPM : 1701270017



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri

Dan untuk Keluarga

Ayahanda Mahmuddin

Ibunda Nurul Huda

Ananda Ahmad Syauqi

Kakanda Kiki Fajar Pandapotan Siregar

Tak lelah selalu mendo'akan dan memberikan dukungan

Atas keberhasilan bagi diriku

Motto :

*"Tanpa Tindakan, Pengetahuan Tidak Ada Gunanya
dan Pengetahuan Tanpa Tindakan itu Sia-Sia"*

- Abu Bakar -

PERNYATAAN ORISINILITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Widya Ningsih
NPM : 1701270017
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Media Sosial LAZISMU Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Di LAZISMU Kota Medan** merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism maka saya bersedia ditindak dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 08 Oktober 2021
Yang menyatakan



WIDYA NINGSIH
NPM: 1701270017

**PERSETUJUAN
SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL LAZISMU TERHADAP MINAT
MASYARAKAT MENJADI MUZAKKI DI LAZISMU KOTA**

MEDAN



Oleh:

WIDYA NINGSIH
NPM: 1701270017

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk Dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, 08 Oktober 2021

Pembimbing


Drs. Sarwo Edji MA

UMSU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

Unggul | Cermat | Percaya

Medan, 08 Oktober 2021

Lampiran : Istimewa
Hal : Skripsi a.n. Widya Ningsih
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU
Di-
Medan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran penelitian sepenuhnya terhadap Skripsi Mahasiswa Widya Ningsih yang berjudul "PENGARUH MEDIA SOSIAL LAZISMU TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI MUZAKKI DI LAZISMU KOTA MEDAN", maka kami berpendapat bahwa Skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada Sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Sarjana Strata Satu (I) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian Kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

UMSU

Pembimbing

Drs. Sarwo Edi, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan Bimbingan dalam Penulisan Skripsi sehingga naskah Skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam Ujian Skripsi Oleh :

Nama Mahasiswa : Widya Ningsih
NPM : 1701270017
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Di Lazismu Kota Medan

Medan, 08 Oktober 2021

Pembimbing Skripsi


Drs. Sarwo Edi, MA

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan
Fakultas Agama Islam


Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :**

Nama Mahasiswa : Widya Ningsih
NPM : 1701270017
Program Studi : Perbankan Syariah
Tanggal Sidang : 14/10/2021
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

PENGUJI II : Khairunnisa, SE.I, M.M

PENITIA PENGUJI

Ketua,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Sekretaris,

Dr. Zailani, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan hruvu dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	Ĥ	ha (dengan titik di bawah)




خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z̤	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z̤	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Komater balik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Waw	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.



a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dammah	U	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
	Fathah dan ya	Ai	a dan i
	Fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh :

- Kataba : كَتَبَ
- Fa'ala : فَعَلَ
- Kaifa : كَيْفَ

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

ا / —	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي / —	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
و / —	Fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- qāla : قال
- ramā : مار
- qāla : قيل

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) Ta marbūtah hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *amāh*, transliterasinya (t).

2) Ta marbūtah mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- raḍāḥ al-atfāl - raḍatūl atfāl: لروضة الاطفال
- al-Madīnah al-munawwarah : المدينة المنورة
- ṭalḥah: طلحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh :

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : البر
- al-hajj : الحج
- nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم

- al-jalalu:الجلال

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- *ta'khuzūna*: تاخذون
- *an-nau'*: النوء
- *syai'un*: شيء
- *inna*: ان
- *umirtu*: امرت
- *akala*: اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż³unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal –lażiunzilafihil - Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Allhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naşrunminallahiwafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

WIDYA NINGSIH, NPM 1701270017, Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Di Lazismu Kota Medan, 2021, Skripsi, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Di Lazismu Kota Medan. Motede penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Maka dari itu metode dalam penelitian ini menggunakan sample yang diambil sebanyak 88 masyarakat umum / responden. Teknik yang digunakan yaitu Probability Sampling dengan menggunakan metode Simple Random Sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data adalah deskriptif responden, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi sederhana, dan uji hipotesis diolah dengan program SPSS V 24.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diketahui nilai Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebesar 0.118 atau 10.8%.

Diperoleh t_{hitung} 3.399 dengan Sig, lebih kecil dari nilai t nilai $0.001 < 0.05$ untuk variabel X, maka diperoleh t_{tabel} dengan $Df = 85$ (1.992), maka diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3.399 > 1.992$, sehingga dapat disimpulkan : “Pengaruh variabel X terhadap variabel Y” adalah signifikan.

Kesimpulan yang di dapat dalam penelitian ini adalah minat masyarakat untuk menjadi muzakki dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan, dan media sosial adalah alat bantu lembaga untuk penyampaian suatu informasi, sehingga masyarakat lebih mudah dalam pnegelolaan informasi yang didapat dari Lazismu tersebut, dan semakin banyak informasi yang didapat, semakin banyak pula minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.

Kata Kunci : Media Sosial, Minat masyarakat Menjadi Muzakki.

ABSTRACT

WIDYA NINGSIH, NPM 1701270017, *The Influence of Lazismu Social Media on Public Interest to Become Muzakki in Lazismu Medan City, 2021, Thesis, Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah University of North Sumatra.*

This study aims to determine the influence of Lazismu's social media on public interest in becoming muzakki in Lazismu, Medan City. This research method uses quantitative research methods. Therefore, the method in this study used a sample of 88 general public/respondents. The technique used is Probability Sampling using the Simple Random Sampling method. The types of data used in this study are primary and secondary. The data collection technique used is a questionnaire. The data analysis techniques were descriptive of respondents, descriptive statistical analysis, classical assumption test, simple regression test, and hypothesis testing processed by SPSS V 24.0 program. These results indicate that the known value of the coefficient of determination (R^2) is equal to 0.118, or 10.8%.

The obtained t_{count} is 3.399 with Sig, which is smaller than the t value of $0.001 < 0.05$ for the X variable, then the obtained t_{table} is with $Df = 85$ (1.992), then the t -value is $t_{count} 3.399 > 1.992$, so it can be concluded: "The influence of variable X to variable Y " is significant.

The conclusion obtained in this study is that public interest in becoming muzakki from year to year has increased significantly, and social media is an institutional tool for delivering information, so that it is easier for people to manage information obtained from Lazismu, and more and more the more information obtained, the more people's interest in becoming muzakki in Lazismu, Medan City.

Keywords: Social Media, Public Interest in Becoming Muzakki.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wa rahmatullahi Wa barakatuh

Dengan rasa syukur kehadiran Allah SWT karena berkat, rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan Proposal ini yang merupakan salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan program studi akademik. Penulis banyak mendapat bantuan dan masukan yang sangat berharga dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Ayah penulis yang bernama **Mahmuddin** dan Ibunda **Nurul Huday** yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan Proposal ini. Dengan do'a restu yang sangat mempengaruhi dalam kehidupan penulis yang kiranya ALLAH Subhanahu wa Ta'ala membalasnya dengan segala berkahnya.
2. Bapak **Prof.Dr.Agussani,M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak **Assoc. Prof. Muhammad Qorib, MA**, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak **Dr. Zailani S.Pd.I, MA** selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak **Dr.Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA** selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu **Dr. Rahmayati, M.E.I** selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Dosen Pembimbing Magang Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak **Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I** selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Bapak **Drs. Sarwo Edi M.A** selaku dosen pembimbing yang telah banyak membimbing penulis dalam menyelesaikan Proposal.
9. Seluruh Sahabat penulis yaitu : Kiki Fajar Pandapotan Siregar, Riri Anggrianingsih, Uslaini Rahma Nasution, Nurul Hamdiah Junaidi, Nurrahmi, Tania Ardana, Siska Ramadhani dan Satu Kelas Perbankan Syariah A2 Sore, yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
10. Tidak lupa penulis ucapkan kepada Direktur beserta seluruh staf LAZISMU Kota Medan yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian .

Demikian Skripsi ini diperbuat semoga bermanfaat bagi para pembaca. Terima kasih untuk semua dukungan dan bantuan dari berbagai pihak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh .

Medan, 08 Oktober 2021

Penulis,

WIDYA NINGSIH
NPM.1701270017

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II :LANDASAN TEORETIS	8
A. Deskripsi Teori.....	8
1. Pengertian Zakat.....	7
2. Orang Yang Wajib Berzakat	16
3. Infaq Dan Sedekah	21
4. Pengelolaan Zakat Infaq Dan Sedekah Di Indonesia.....	21
5. Peranan ZIS Dalam Meningkatkan Perekonomian	23
6. Media Sosial	23
7. Minat Masyarakat Menjadi Muzakki.....	28
8. Pengaruh Media Sosial Di Lembaga Zakat.....	29
B. Penelitian yang Relevan.....	30
C. Kerangka Berfikir.....	32
D. Hipotesis.....	33
BAB III :METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Metode Penelitian.....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
1. Lokasi Penelitian.....	34
2. Waktu Penelitian	34
C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	36
D. Variabel Penelitian	37

E. Definisi Operasional Variabel.....	37
1. Media Sosial.....	38
2. Minat Masyarakat Menjadi Muzakki.....	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Instrumen Penelitian.....	39
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabel	40
3. Uji Asumsi Klasik.....	40
H. Teknik Analisis Data.....	40
1. Regresi Linear Sederhana	41
2. Pengujian Hipotesis.....	41

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN44

A. Deskripsi Institusi	44
1. Sejarah LAZISMU Kota Medan	44
2. Visi dan Misi Lazismu	45
3. Tujuan Lazismu Kota Medan	46
4. Pilar Program Utama Lazismu Kota Medan	46
5. Logo / Lambang Lazismu	50
6. Struktur Lazismu Kota Medan dan Deskripsi Tugas	51
B. Deskripsi Karakteristik Responden	56
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
C. Penyajian Data	59
D. Analisis Data	63
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	63
a. Uji Validitas	63
b. Uji Reliabilitas	64
2. Uji Asumsi Klasik	65
a. Uji Normalitas Data	65
b. Uji Multikolinearitas Data	67
c. Uji Heteroskedastisitas Data	68
3. Regresi Linear Sederhana	69
4. Uji Hipotesis	70
a. Uji t (Persial)	70
b. Uji Determinasi	72
E. Pembahasan.....	73
1. Interpretasi Hasil Analisis Data	73
2. Deskripsi Data	75

BAB IV :KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Yang Relevan	30
Tabel 3.1	Jadwal dan Waktu Penelitian	35
Tabel 3.2	Skala Likert	39
Tabel 3.3	Indikator Variabel	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usi	58
Tabel 4.4	Skor Angket Data Media Sosial.....	59
Tabel 4.5	Skor Angket Data Minat Masyarakat Menjadi Muzakki	61
Tabel 4.6	Hasil Analisis Penyajian Data Media Sosial.....	63
Tabel 4.7	Hasil Analisis Penyajian Data Minat Masyarakat	64
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabel X dan Y	65
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	66
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	69
Tabel 4.12	Hasil Uji t (Persial)	71
Tabel 4.13	Hasil Uji Determinasi	72
Tabel 4.14	Jumlah Donatur Tetap Lazismu	73

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Q.S At-Taubah ayat 103.....	10
Gambar 2.2	Q.S At-Taubah ayat 60.....	13
Gambar 2.3	Q.S At-Taubah: 103	17
Gambar 2.4	Kerangka Berfikir.....	33
Gambar 4.1	Logo Lazismu.....	50
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Perusahaan	51
Gambar 4.3	Normal Plot	67
Gambar 4.4	Normalitas	67
Gambar 4.5	Uji Heterokedastisitas	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga amil zakat, infaq dan shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Kota Medan adalah lembaga nirlaba tingkat Kota yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, shadaqah dan dana keagamaan lainnya, baik dari perseorangan maupun lembaga.¹

Lazismu Kota Medan berdiri sejak tanggal 08 oktober 2018 yang ditandai dengan terbitnya surat keputusan Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kota Medan berkaitan dengan penetapan personalia Lazismu Kota Medan dan pada bulan Januari 2019 terbitlah surat Keputusan dari Lazismu Pimpinan Pusat Muhammadiyah.²

Lazismu Kota Medan berdiri sebagai institusi pengelolaan zakat ditingkat daerah dengan manajemen modern yang diharapkan dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dan penyelesaian masalah (Problem Solver) atas kondisi kemasyarakatan yang terus berkembang, dengan budaya kerja amanah, profesional dan transparansi.³

Dalam operasional programnya, Lazismu Kota Medan didukung oleh beberapa kantor Layanan yang tersebar di kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Medan. Yang menjadikan program-program pendayagunaan Lazismu Kota Medan mampu menjangkau wilayah-wilayah rawan kemiskinan di Kota Medan secara focus dan tepat sasaran.⁴

¹ https://lazismumedan.org/?page_id=733

²*Ibid*

³*Ibid*

⁴*Ibid*

Lazismu Kota Medan Bertujuan untuk membangkitkan motivasi sesama umat Islam untuk membantu masyarakat yang kurang mampu dalam meningkatkan perekonomian umat, menumbuhkan solidaritas gerakan beramal (ZIS) dikalangan warga Muhammadiyah dan umat Islam, dan dan memaksimalkan potensi ZIS warga Muhammdiyah khususnya dan umat Islam pada umumnya.⁵

Berdirinya Lazismu Kota Medan bersandar pada salah satu ayat dalam al-Qur'an Surah Al- Baqarah (2:261): "Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki."⁶

Di dalam aktivitas pemasaran misalnya, dibutuhkan sarana pemasaran yang cepat dan efisien. Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi tentunya menjadi perhatian khalayak, termasuk di dalamnya pelaku industri kreatif guna memudahkan dalam menjalankan usahanya. Adapun bentuk teknologi komunikasi yang mengglobal dikenal sebutan Media baru.⁷

Media baru (new media) juga dikenal dengan media online atau internet merupakan terminologi untuk menjelaskan hubungan antara teknologi komunikasi digital yang masuk dalam sistem komputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Melalui media itu hubungan antara individu berbeda lokasi dari berbagai belahan dunia dapat terjadi dalam waktu singkat dan cepat. Demikian juga pertukaran berbagai informasi dapat terjadi dalam konteks global seolah tanpa batasan ruang dan waktu.⁸

Sudarma (2014, 51) juga menyebutkan bahwa dengan teknologi komunikasi seperti internet menyebabkan orang dapat berinteraksi secara bebas dan global, tanpa harus berada pada satu tempat geografik yang sama. Mereka

⁵*Ibid*

⁶Al-Quran, Surah Al-Baqarah Ayat 261.

⁷Siti Hajar, Arifin Saleh, "Prosiding Konferensi Nasional Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik" dalam *Jurnal Umsu*, 2016, h 13.

⁸*Ibid*.

dapat berkomunikasi secara intensif, dan kemudian orang menyebutnya sebagai masyarakat digital (digital society). Salah satu media baru yang dikenal adalah media social.⁹

Media socialdijabarkan lebih lanjut sebagai sebuah alat komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi secara luas. Karena media sosial didukung oleh berbagai macam piranti komunikasi maka media sosial mengubah cara komunikasi organisasi, komunitas dan individu media sosial didukung oleh berbagai macam piranti komunikasi maka media sosial mengubah cara komunikasi organisasi, komunitas dan individu.¹⁰

Media sosial belakang ini telah menjadi budaya baru dalam proses penyebaran informasi. Hal ini menarik banyak perusahaan maupun lembaga nirlaba untuk menggunakan media sosial sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran yang dapat membantu memperkuat kesadaran merek, pembentukkan pemasaran dari mulut ke mulut bahkan memunculkan minat dan keputusan untuk membeli produk atau menggunakan jasa tertentu¹¹

Pemasaran dari mulut ke mulut atau word of mouth merupakan proses pemberian rekomendasi kepada orang lain yang dapat menarik minat para masyarakat untuk menjadi muzakki dan memberikan zakat, infaq dan sedekahnya pada suatu lembaga. Maka semakin banyak promosi yang dilakukan akan semakinbesar peluang untuk pencapaian target penghimpunan ZIS.¹²

Maka dari itu, Media sosial sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat karena pada zaman sekarang teknologi media sosial sudah menjadi suatu kebutuhan masyarakat yang utama dalam memperoleh informasi yang terbaru.

⁹*Ibid.*

¹⁰*Ibid.*

¹¹Mulyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan memberikan Donasi Pada Rumah Zakat*, Tesis, Jakarta: Fakultas ekonomi dan manajemen IPB Univercity, 2016, h. 2

¹²Ayu monalisa friandani, *Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap minat muzaki membayar zakat, infaq dan sedekah pada lazismu sragen*, Skripsi, Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019, h. 9.

Media sosial yang dibuat oleh Lazismu juga sebagai sarana untuk mempromosikan program mereka terhadap masyarakat-masyarakat yang belum mengetahui apa itu sebenarnya lazismu, karena masyarakat umum masih banyak yang belum mengetahui lembaga zakat muhammadiyah tersebut, dan masih banyak masyarakat yang belum mempercayai lembaga yang dibawah naungan Muhammadiyah.

Terdapat permasalahan yang penulis lihat, Lazismu kurang terkenal dikalangan masyarakat umum/ masyarakat yang tidak dalam naungan muhammadiyah, maka dari itu media sosial termasuk salah satu solusi untuk memperkenalkan apa sebenarnya Lazismu Kota Medan itu, dan media sosial termasuk salah satu penambahan suatu informasi selain dari mulut ke mulut.

Dari permasalahan yang penulis dapatkan diatas media sosial lazismu kurang dikenal/ diketahui di kalangan masyarakat umum, bukan hanya masyarakat umum saja yang tidak mengetahui media sosial lazismu, bahkan warga muhammadiyah sendiripun masih banyak yang belum mengetahui media sosial lazismu, akan tetapi di dalam penelitian penulis ini hanya terfokus kepada masyarakat umum saja, dengan menyebarkan kuisioner kepada masyarakat umum sebagai suatu pembuktian data penulis.

Dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Di Lazismu Kota Medan”**. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah postingan di media sosial Lazismu berpengaruh terhadap masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazimu Kota Medan.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan sesuatu untuk mempertajam berbagai unsur ataupun faktor yang terkait terhadap masalah yang akan diteliti, tetapi juga merupakan kejelasan atau rincian masalah yang akan dikemukakan sebagai latar bealakang masalah.

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Media Sosial Lazismu kurang dikenal luas di masyarakat umum.
2. Kurangnya pemahaman masyarakat umum mengenai Lazismu.
3. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk melihat informasi di media sosial tentang Lazismu.

C. Rumusan Masalah

Setelah memperhatikan permasalahan yang telah penulis kemukakan diatas, maka untuk lebih memperjelas dan mengarahkankan seusai tujuan yang penulis harapkan memeustuskan permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh media sosial lazismu terhadap minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan?
2. Seberapa besarkah dampak Media Sosial terhadap Minat Masyarakat untuk menjadi muzakki?
3. Apakah media sosial Lazismu Kota Medan dapat meningkatkan mayarakat untuk menjadi muzakki ?

D. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian tentunya mempunyai tujuan yang jelas sehingga nantinya dapat memahami banyak pengetahuan serta wawasan yang bersangkutan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dampak postingan media sosial Lazismu Kota Medan terhadap minat masyarakat untuk menjadi muzakki.
2. Untuk mengetahui postingan di media sosial Lazismu Kota Medan dapat meningkat masyarakat untuk menjadi muzakki.

E. Manfaat Penelitian

Setelah mengetahui apa tujuan dari penelitian ini, adapun manfaat dari penelitian ini antara sebagai berikut;

1. Secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teoritik konseptual terhadap perkembangan ilmu pengetahuan yang terkait, khususnya tentang zakat, infaq dan sedekah.

2. Secara praktisi

Secara praktisi, manfaat penelitian ini sebagai berikut;

a) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian yang diharapkan dapat menjadi suatu acuan untuk meningkatkan strategi yang digunakan, sehingga dapat mewujudkan kesejahteraan lembaga, Serta memperbaiki apabila ada kekurangan dalam menjalankan strategi tersebut.

b) Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi dari berbagai informasi dan sebagai bahan referensi atau kajian pustaka untuk menambah informasi pada penelitian selanjutnya atau penelitian yang terkait dengan strategi lembaga tersebut.

c) Bagi Penulis

Dengan adanya dan melakukan penelitian ini, penulis mendapatkan ilmu pengetahuan baru mengenai bagaimana cara LAZISMU dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki melalui Postingan ataupun Media sosial LAZISMU.

d) Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah banyak pengetahuan masyarakat tentang tujuan dan sosialisasi terhadap zakat yang dilakukan oleh lembaga zakat LAZISMU Kota Medan dalam meningkatkan penerimaan dana ZIS dan meningkatkan kepercayaan Muzakki melalui Media Sosial LAZISMU.

F. Sistematika Penulisan

Dalam sebuah penelitian ini terdiri dari lima bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan isi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah penulisan, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

2. BAB II : LANDASAN TEORETIS

Dalam Bab ini akan diuraikan mengenai Deskripsi teori yang bertujuan sebagai landasan pemikiran ketika melakukan pembahasan masalah, penelitian yang relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis.

3. BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam Bab ini berisikan tentang Metode Penelitian, Lokasi Dan Waktu Penelitian, Populasi Sempel Dan Teknik Penarikan Sempel, Variable Penelitian, Defenisi Operasional Variable, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, dan Teknik Analisis Data.

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

Bab ini akan membahas tentang Deskripsi Institusi, Deskripsi Karakteristik Responden, Penyajian Data, Analisis Data, Interpretasi Hasil Analisis Data.

5. BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan Saran sebagai masukan bagi Perusahaan dan Penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Deskripsi Teori

1. Pengertian Zakat.

a. Pengertian Zakat

Zakat Menurut Bahasa berarti tumbuh berkembang; kesuburan atau bertambah (HR. At-Tirmidzi). Dapat juga zakat diartikan dengan membersihkan atau mensucikan (Depag RI;1971:10)..¹³Mazhab Maliki mendefinisikan zakat dengan mengeluarkan sebagian dari harta yang khusus yang telah mencapai nishab (batas kuantitas minimal yang mewajibkan zakat) kepada orang-orang yang berhak menerimanya.¹⁴

Mazhab Hanafi mendefinisikan zakat dengan menjadikan sebagian harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus, yang ditentukan oleh syariat karena Allah. Menurut mazhab Syafia'I zakat adalah sebuah ungkapan keluarnya harta atau tubuh sesuai dengan cara khusus. Sedangkan menurut Mazhab Hanbali zakat adalah hak yang wajib dikeluarkan dari harta yang khusus untuk kelompok yang khusus pula, kelompok yang disyaratkan dalam alqur'an

Zakat sebagai rukun iman yang ketiga setelah shalat, dipandang sebagai kewajiban agama terpenting yang dibebankan kepada umat islam. Zakat adalah ibadah yang tidak bisa digantikan dengan model apapun, karena itulah Abu Bakar Shidiq, khalifah yang pertama setelah Nabi Muhammad wafat, memerangi orang-orang yang enggan membayar zakat.¹⁵

¹³Nurzannah, Model Pengembangan distribusi Zakat, Infaq, Shadaqoh di Persyarikatan Muhammadiyah Kota Medan, h. 4.

¹⁴Said Ahmad Sarhan Lubis, "Pemanfaatan Dana Zakat Bagi Pemberdayaan Ekonomi Umat" dalam Aghniya Jurnal Ekonomi Islam, vol. 1 No. 2, h.3.

¹⁵Rozalinda, "Ekonomi Islam: Teori dan aplikasinya pada aktivitas Ekonomi", (Depok: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, 2017), h. 247

Zakat secara bahasa berarti *an-numu wa az-ziyadah* (tumbuh dan bertambah), kadang-kadang dipakaikan dengan makna *ath-thaharah* (suci) dan *al-barakah* (berkah). Zakat dalam pengertian suci, adalah membersihkan diri, jiwa dan harta. Seseorang yang mengeluarkan zakat berarti dia telah membersihkan diri dan jiwanya dari penyakit kikir, membersihkan hartanya dari hak orang lain. Sementara itu, zakat dalam pengertian berkah adalah sisa harta yang sudah dikeluarkan zakatnya akan mendapatkan berkah dan akan berkembang.¹⁶

Zakat merupakan mengeluarkan bagian tertentu dari harta tertentu yang telah sampai nisabnya untuk orang-prang yang berhak menerimanya. Pada definisi lain, zakat juga bearti pemindahan kepemilikan harta tertentu untuk orang yang berhak menerimanya dengan syarat-syarat tertentu.¹⁷

Dalam bidang ekonomi, zakat mencegah terjadinya penumpukan kekayaan pada segelintir orang saja dan mewajibkan orang kaya untuk mendistribusikan harta kekayaan pada orang miskin. Zakat merupakan sumber dana yang potensial untuk mengentaskan kemiskinan, zakat juga dapat berfungsi sebagai modal kerja bagi orang miskin untuk dapat membuka lapangan pekerjaan, sehingga ia bisa berpenghasilan dan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.¹⁸

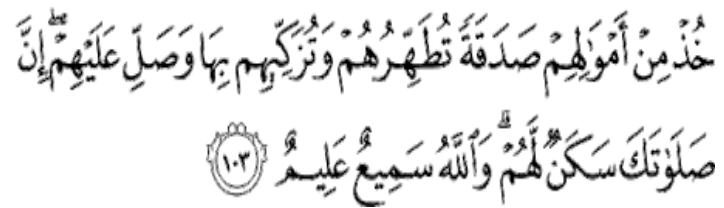
b. Dasar Hukum Zakat

Al-Quran sebagai sumber pertama hukum islam telah menjelaskan wajibnya syariat zakat. Kewajiban zakat itu pabila ditinjau dari kekuatan hukumnya sangat kuat karena mempunyai dasar hukum nash yang sudah pasti. Hal ini dapat dilihat dari ayat berikut: Q.S At-Taubah: 103

¹⁶*Ibid.*

¹⁷*Ibid.*

¹⁸*Ibid.*



Gambar 2.1 (Q.S At-Taubah: 103)

Artinya : *ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka, dan Allah Maha Mendengar lagi Maha mengetahui.*¹⁹

Dari ayat tersebut sudah sangat jelas bahwasanya kata “ambillah” merupakan perintah wajib dari Allah SWT untuk menunaikan zakat pada sebagian harta para muzakki. Karena dengan zakat itu para muzakki dapat membersihkan dan mensucikan harta-harta mereka. Dengan dikeluarkannya zakat hal ini akan membawa dampak positif bagi ketentraman jiwa para muzakki.²⁰

Dalam Sebuah Hadist juga Menjelaskan:

Artinya : Abu Abdurrahman Abdullah bin Umar bin Khaththab Radhiyallahu ‘Anhu berkata: *Aku pernah mendengar Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda “islam dibangun atas lima perkara. (1) Persaksian bahwa tiada Tuhan selain Allah, dan Muhammad Rasul Allah. (2) Mendirikan Shalat. (3) Mengeluarkan Zakat, (4) Melaksanakan Ibadah Haji, dan (5) Berpuasa Ramadhan”.* (HR. Bukhari dan Muslim).

Dalam hadist tersebut dijelaskan bahwasannya Islam itu suatu agama yang didirikan atas lima perkara yaitu bersaksi bahwa tiada Tuhan selain Allah dan Muhammad utusan Allah, mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, mengerjakan haji ke baitullah dan

¹⁹AL-Quran Surat At-taubah: 103.

²⁰Ahmad Muhklisin, “KAJIAN HUKUM ISLAM TERHADAP DINAMIKA PELAKSANAAN ZAKAT PADI,” *Jurnal Mahkamah: Kajian Ilmu Hukum dan Hukum Islam* 1, no.2 (Desember, 2016), h 430.

berpuasa pada bulan ramadhan, dan hal ini masuk kepada Rukun Islam.

Pada hakekatnya harta seorang muslim tidak dapat diambil sedikitpun kecuali berdasarkan nash yang telah ditentukan dan sudah diatur, sehingga dalam memungut sebuah zakat hendaknya berdasarkan tuntunan yang telah disyariatkan.

c. Syarat Zakat

Syarat-Syarat Muzakki (Orang yang Wajib Zakat);

- 1) Merdeka, menurut kesepakatan para ulama, zakat tidak wajib bagi hamba sahaya atau budak karena hamba sahaya tidak memiliki hal milik.
- 2) Islam, zakat merupakan ibadah yang diwajibkan bagi setiap muslim, ia merupakan salah satu pilar agama Islam, karena zakat adalah ibadah yang suci.
- 3) Baligh Berakal, menurut ulama mazhab Hanafi, orang yang wajib zakat adalah orang yang telah baligh dan berakal sehingga harta anak kecil dan orang gila tidak wajib dikeluarkan.

Selain syarat-syarat tersebut, ulama fiqh juga mengemukakan syarat lain dalam pelaksanaan zakat, yaitu:

- 1) Niat, zakat merupakan ibadah mahdah yang bertujuan mencapai pahala dan keridhaan Allah yang sama nilainya dengan ibadah-ibadah lain.
- 2) Bersifat Pemilikan, artinya, zakat yang diberikan tersebut menjadi milik dan dapat dimiliki secara penuh oleh mustahik yang bersangkutan. Oleh karena itu, bila harta tersebut diberikan dalam bentuk pembolehan pemanfaatannya saja ataupun bersifat pinjaman yang harus dikembalikan tidak dipandang zakat secara hukum dan zakatnya tidak sah.²¹

d. Jenis Zakat

²¹ Rozalinda, "Ekonomi Islam: Teori dan aplikasinya pada aktivitas Ekonomi", (Depok: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, 2017), h. 250.

Pada dasarnya zakat itu terbagi menjadi dua bagian, yaitu yang pertama Zakat Fitrah, dan yang kedua Zakat Mal;

1) Zakat Fitrah

Zakat fitrah ataupun Zakat jiwa secara etimologi adalah zakat yang sebab diwajibkannya adalah futur (berbuka puasa) pada bulan Ramadhan. Adapun secara terminologi, adalah zakat yang dikeluarkan berdasarkan jumlah atau anggota keluarga, perempuan dan laki-laki, kecil maupun dewasa wajib mengeluarkan zakat fitrah pada bulan Ramadhan.²² Zakat ini berfungsi untuk mengembalikan manusia muslim pada fitrahnya, dengan mensucikan jiwa mereka dari kotoran-kotoran (dosa-dosa). Bentuk dari zakat ini adalah berupa makanan pokok yang umum dimakan pada suatu daerah tersebut, seperti beras, jagung, tepung sagu dan lain sebagainya. Jumlah yang harus dikeluarkan dalam zakat fitrah adalah sebanyak satu sha; (3.5liter/ 2,5Kg) per jiwa.²³

2) Zakat Mal

Zakat mal menurut syara' adalah sejumlah harta tertentu yang diberikan kepada golongan tertentu dengan syarat-syarat tertentu. Zakat mal adalah kegiatan mengeluarkan sebagian harta kekayaan berupa binatang ternak, hasil tanaman (buah-buahan), emas dan perak, harta perdagangan dan kekayaan lain diberikan kepada yang berhak menerimanya dengan beberapa syarat.²⁴ Zakat mal dikeluarkan harus sesuai dengan ketentuan syarat Nisab dan Haul. Nisab bisa dikatakan sebagai patokan baku tentang jumlah minimum kepemilikan harta yang terkena wajib zakat, sedangkan Haul adalah sebagai patokan waktu pembayaran, yaitu apabila kepemilikan harta sudah genap satu tahun.²⁵

²²Qadariah Barkah, "Fikih: Zakat, Sedekah, dan Wakaf", (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, Februari 2020), h. 53.

²³Ani Mardiantari, "Peranan Zakat, Infaq Dan Sedekah(ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Metro" Jurnal, (Metro Lampung), h 6.

²⁴Qadariah Barkah, "Fikih: Zakat, Sedekah, dan Wakaf", (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, Februari 2020), h. 65.

²⁵Ani Mardiantari, "Peranan Zakat, Infaq Dn Sedekah(ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Metro" Jurnal, (Metro Lampung), h 6.

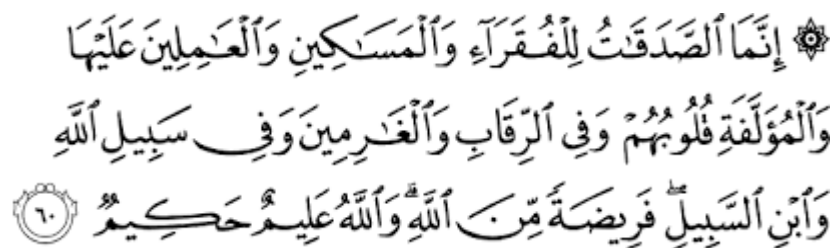
e. Tujuan Zakat

Ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam islam dibalik kewajiban membayar zakat, dan diantaranya adalah;

- 1) Mengangkat derajat fakir miskin dan membantu keluar dari kesulitan hidup dan penderitaan.
- 2) Membantu pemecahan permasalahan yang dihadapi oleh gharim, ibnussabil, mustahiq dan lain-lainnya.
- 3) Menghilangkan sifat dengki dan iri (kecemburuan sosial) dan hati orang orang miskin.
- 4) Menghilangkan sifat kikir.
- 5) Menjembatani jurang pemisah antara yang kaya dengan yang miskin.
- 6) Menumbuhkan dan mengembangkan rasa tanggungjawab sosial oada diri seseorang.
- 7) Mendidik manusia untuk berdisiplin menunaikan kewajiban.²⁶

f. Golongan Yang Berhak Menerima Zakat

Golongan ataupun orang yang berhak menerima zakat sudah diatur didalam Syariat Islamyakni ada Delapan Golongan yang berhak menerima zakat yaitu; Fakir, Miskin, Amil, Muallaf, Riqab, Gharim, Fisabilillah, Ibnu Sabil, dan hal ini sebagaimana sudah diatur didalam Q.S At-Taubah: 60.²⁷. 8 Golongan tersebut dijelaskan secara singkat sebagai berikut;²⁸



Gambar 2.2 (Q.S At-Taubah: 60)

²⁶*Ibid.*

²⁷*Ibid*, h 7.

²⁸Al-Quran Surat At-Taubah ayar 60.

1) Fakir

Fakir ialah orang yang tidak memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pokok hidupnya. Dengan bahasa lain fakir adalah orang yang bekerja satu hari hasilnya hanya mampu untuk memenuhi keperluan setengah hari.

2) Miskin

Miskin ialah orang yang memiliki penghasilan atau pekerjaan, namun tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri maupun keluarga yang ditanggungnya. Dengan bahasa lain, seseorang bekerja satu hari hanya dapat memenuhi kebutuhan satu hari dan tidak ada berlebih. Dengan demikian fakir itu statusnya lebih memprihatinkan dibanding dengan miskin.

3) Amil (Pihak yang mengurus Zakat)

Para ialah pengurus zakat baik yang diangkat oleh pemerintah atau masyarakat dalam melaksanakan penghimpunan zakat dan mendistribusikannya kepada masyarakat yang berhak menerimanya.²⁹

4) Muallaf

Muallaf adalah mereka yang diharapkan kecenderungan hatinya atau keyakinannya dapat bertambah pada Islam atau menghalangi niat jahat mereka atas kaum muslimin atau harapan akan ada manfaat mereka dalam membela dan menolong kaum muslimin dari musuh.

5) Riqab (Orang yang belum merdeka)

Riqab adalah budak yang tidak memiliki harta dan ingin memerdekakan dirinya, berhak mendapatkan zakat sebagai uang tebusan. Dalam konteks yang lebih luas, budak zaman sekarang seperti tenaga kerja yang dianiaya dan diperlakukan tidak manusiawi.

²⁹Siti Mujiatun, Model Pengembangan distribusi Zakat, Infaq, Shadaqoh di Persyarikatan Muhammadiyah Kota Medan", dalam *Jurnal Ekonomi*, h. 4.

6) Gharim (Orang yan berhutang)

Menurut Imam Malik Syafi'i Dan Hambali, bahwa orang yang memiliki hutang terbagu menjadi 2 golongan, yaitu;

- a) Orang yang mempunyai hutang untuk kemaslahatan dirinya sendiri, termasuk orang yang mnegalami bencana seperti terkena banjir, hartanya terbakar dan untuk menafkahi keluarganya.
- b) Orang yang mempunyai hutang untuk kemaslahatan masyarakat, sbagian ulama Syafi'i berpendapat bahwa orang yang berhutang untuk meramaikan mesjid, membebaskan tawanan, menghormati tamu hendaknya diberi bagian zakat, walaupun ia kaya, kaya dalam artian dengan memeiliki benda tidak bergerak bukan meiliki uang.

7) Fi Sabillilah (orang yang berjuang dijalan Allah SWT)

Menurut tafsir Ibnu Atsir Dalam An-Nihayah, arti kalimat sabalillah terbagi menjadi dua yaitu;

- a) Menurut bahasa adalah setiap amal perbuatan ikhlas yang dipergunakan untuk ber-taqarrub kepada Allah SWT, meliputi segala amal perbuatan salih, baik yang bersifat pribadi maupun yang bersifat kemasyarakatan.
- b) Arti bersifat mutlak adalah berperang dijalan Allah SWT, seolah-olah untuk berjihad dijalan Allah SWT.

8) Ibnu Sabil (Orang yang melakukan Perjalanan)

Ibnu Sabil adalah orang yang melakukan perjalanan. Misalnya orang yang berpergian dalam rangka untuk mencari rezki, mencari ilmu, berperang dijalan Allah SWT dan melaksanakan ibadah. Syarat memberi zakat kepada ibnu sabil adalah ia dalam keadaan membutuhkan dan perjalanannya bukan perjalanan maksiat namun perjalanan untuk ketaatan dan perjalanan untuk memenuhi kebutuhan.³⁰

³⁰*Ibid.*

2. Orang yang Wajib Berzakat (Muzakki)

Persoalan yang sangat terkait dengan kewajiban zakat adalah atas siapa diwajibkan berzakat itu. Orang yang wajib berzakat disebut dengan muzakki. Telah disepakati oleh umat islam bahwa zakat hanya memiliki kekayaan dalam jumlah tertentu dan syarat tertentu.³¹ Kesepakatan ini ada yang disepakati dan ada pula yang tidak.

Mengenai ketentuan yang pertama, para ulama telah sepakat bahwa zakat tidak diwajibkan kepada non muslim. Dasar pendapat mereka ini adalah hadis shahih yang menjelaskan tentang instruksi nabi kepada Mu'az bin Jabal ketika beliau mengutuskan ke Yaman: *“ Yang pertama yang harus kamu lakukan adalah mengajak mereka agar meyakini bahwa Tiada Tuhan selain Allah dan Muhammad adalah RasulNya. Apabila mereka menyambut seruanmu, maka ajarkanlah bahwa Allah mewajibkan mereka shalat lima kali dalam sehari. Dan bila mereka mengerjakannya, maka barulah kamu beritahukan kepada mereka bahwa Allah mewajibkan mereka berzakat, yang dipungut dari orang kaya mereka dan diberikan kepada orang yang miskin.”* Dengan ini jelaslah bahwa kewajiban zakat ini terkait dengan keislaman seseorang, dan ia merupakan salah satu dari lima landasan tempat berdirinya bangunan keislaman itu, yaitu syahadat, salat, zakat, puasa, dan haji ke Baitullah. Karena itu tidak diwajibkan bagi orang yang tidak islam.³²

Para ulama juga sepakat bahwa zakat hanya diwajibkan bagi Muslim yang merdeka. Zakat tidak wajib atas budak, karena budak tidak memiliki apa-apa, bahkan ia sendiri adalah milik tuannya. Kalaupun ia memiliki sesuatu, maka itu bukanlah pemilikan yang sempurna (penuh).³³

Sementara itu, para ulama berbeda pendapat tentang harta anak-anak dan orang gila, ada yang berpendapat tidak wajib, dan ada yang sebaliknya. Beberapa ulama seperti Abu Ja'far al-Baqir, Hasan, Mujahid, dan lain-lain

³¹Isnawati Rais, “Muzakki dan kriterianya dalam Tinjauan Fikih Zakat”, Al-Iqtishad, vol I, h. 9.

³²*Ibid.*

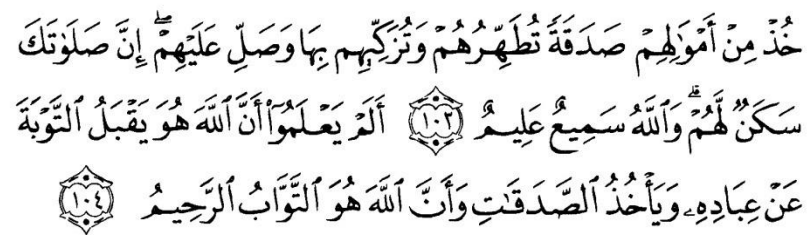
³³*Ibid.*

berpendapat bahwa hartaanak-anak dan orang gila tidak wajib dikeluarkan zakatnya. Mereka beralasan.³⁴

Pertama, zakat adalah ibadah *mahdhah* seperti salat, dan ibadah ini perlu niat, yang tidak dipunyai oleh anak-anak ataupun orang gila, dan walaupun mereka bisa melakukannya tidaklah dianggap. Karena itu, ibadah tidak wajib atas mereka, dan mereka tidak *dikhithab* dengannya.³⁵

Kedua, alasan di atas, menurut mereka didukung oleh hadis rufi'al qalam 'an tsalaatsattin: 'anish shabiyyi hatta yablughu, 'anin naa'imi hatta yastayqazha, wa 'anil majnuuni hattayfiqa. Terangkatnya pena berarti bebas dari tuntutan hukum, karena hukumnya hanya dibebankan kepada orang yang memahami maksud hukum, sedangkan tiga golongan yang disebutkan dalam hadis tidak memahami maksud tersebut.³⁶

Ketiga, dalil lain menurut mereka adalah firman Allah dalam QS. 9:103.



Gambar 2.3 (Q.S At-Taubah: 103)

Di sini dijelaskan bahwa tujuan dari perintah pemungutan zakat itu adalah untuk membersihkan dan mensucikan dari dosa, sedangkan anakanak dan orang gila tidak berdosa. Karena itu, tentu mereka tiak termasuk dalam tuntutan ayat ini.³⁷

Keempat, selain itu, kemashlahatan yang menjadi perhatian Islam dalam setiap penetapan hukumnya, menurut mereka tidak akan tercapai dengan mewajibkan zakat kepada harta mereka ini, karena ketidakmampuan mereka mengelola harta, maka penarikan zakat dari tahun ketahun

³⁴*Ibid*, h. 10

³⁵*Ibid*.

³⁶*Ibid*.

³⁷*Ibid*.

dikhawatirkan akan menghabiskan harta mereka dan menyebabkan mereka miskin.³⁸

Sementara itu Jumhur ulama dari kalangan sahabat, tabi'in dan orang yang sesudah mereka berpendapat bahwa harta anak-anak dan orang gila wajib dikeluarkan zakatnya. Alasan mereka adalah³⁹:

(1) Nash ayat dan hadis yang mewajibkan zakat bersifat umum, yang mencakup pada semua harta orang kaya, tanpa mengecualikan anak-anak dan orang gila. (2) Hadis riwayat Syafi'i dari Yusuf bin Mahak bahwa Rasulullah bersabda: "Terimalah/Ambillah oleh kalian zakat dari harta seorang anak yatim (yang kaya), atau harta kekayaan anak-anak yatim yang tidak mengakibatkan harta itu habis. (3) Selain itu mereka beralasan dengan tindakan para sahabat, seperti Umar, Ali, Abdullah bin Umar, Aisyah dan Jabir bin Abdullah yang mewajibkan zakat atas kekayaan anak-anak. (4) Kemudian mereka juga melihat dari sisi makna dari diwajibkannya zakat, yang menurut mereka adalah untuk membantu orang yang membutuhkan di samping untuk mensyukuri nikmat Allah, karena itu anak-anak dan orang gila, bila memang kaya tidak terlepas dari kewajiban zakat ini.⁴⁰

Setelah memperhatikan semua alasan dari kedua belah pihak, maka Yusuf Qardhawi berpendapat bahwa yang mewajibkan zakat harta anak dan orang gila lebih kuat dalilnya⁴¹. Lebih lanjut ia menegaskan bahwa kekayaan anak-anak dan orang gila wajib zakat, karena zakat merupakan kewajiban yang terkait dengan kekayaan bukan dengan orang, yang tidak gugur karena pemiliknya masih anak-anak atau orang gila.

Dengan paparan di atas jelaslah bahwa untuk penentuan muzakki itu tidaklah terlalu sulit, karena kriterianya sangat sederhana sekali. Telah dijelaskan bahwa muzakki itu adalah seorang muslim atau lembaga yang dimiliki oleh orang Islam yang memiliki harta yang diwajibkan zakat, baik sudah dewasa atau tidak, berakal atau tidak.⁴²

³⁸*Ibid.*

³⁹*Ibid.*

⁴⁰*Ibid.*, h. 11.

⁴¹*Ibid.*

⁴²*Ibid.* h.12

Untuk mempermudah pengidentifikasian terhadap muzakki dapat pula dibantu dengan adanya beberapa ketentuan terhadap harta yang akan dikenai wajib zakat. Secara ringkas hal itu akan dikemukakan pada bagian berikut.⁴³

a) Harta Yang dikenai Wajib Zakat

Tidak semua harta yang dimiliki seseorang dihitung sebagai kekayaan yang dikenai wajib zakat. Menyangkut hal ini ada beberapa batasan dan ketentuan yang perlu diperhatikan, yaitu bahwa harta yang diwajibkan zakat itu adalah:

- 1) Milik Penuh, artinya kekayaan itu berada di bawah kontrol dan kekuasaan si pemilik, sehingga memungkinkannya untuk mempergunakan dan mengambil seluruh manfaat harta itu,
- 2) Berkembang, artinya kekayaan itu dikembangkan dengan sengaja atau mempunyai potensi untuk berkembang.
- 3) Cukup satu nisab, artinya harta itu mencukupi jumlah minimal yang diwajibkan zakat padanya, misalnya 85 gram emas, 5 ekor unta, 30 ekor sapi dan lain-lain.
- 4) Lebih dari kebutuhan pokok biasa, seperti untuk makan, pakaian, tempat tinggal, kendaraan, sarana mencari nafkah dan lain-lain.
- 5) Bebas dari hutang, artinya harta yang sudah cukup senisab itu harus dihitung di luar hutang.
- (6) Berlalu satu tahun (dua belas bulan Qamariyah). Syarat satu tahun ini, tidak untuk semua kekayaan yang wajib zakat, tetapi hanya untuk ternak, uang, perdagangan/ perusahaan. Sedangkan zakat pertanian, harta qarun, barang tambang, dan semua yang dikategorikan pendapatan, tidaklah disyaratkan satu tahun.⁴⁴

b) Jenis Harta Kekayaan Yang Wajib Dikeluarkan Zakatnya

Menurut Yusuf Qardhawi jenis kekayaan yang wajib dikeluarkan zakatnya adalah:

⁴³*Ibid*, h.12

⁴⁴*Ibid*, h.13

- 1) Binatang ternak, yaitu unta, sapi, kambing, domba. Termasuk di sini perbedaan pendapat tentang kuda yang digembalakan sengaja untuk dikembang biakkan. Sedangkan kuda untuk diperdagangkan disepakati kewajiban zakatnya.
- 2) Emas dan perak, termasuk di sini zakat uang, zakat perhiasan dengan berbagai ketentuannya.
- 3) Perdagangan.
- 4) Pertanian.
- 5) Madu dan produksi hewani (sutera, susu, dan lain-lain).
- 6) Barang tambang dan hasil laut. Termasuk disini, ma'din, kanz dan rikaz, mutiara dan lain-lain yang dieksploitasi dari laut.
- 7) Investasi, seperti pabrik, gedung dan lain-lain.
- 8) Pencarian dan profesi
- 9) Saham dan obligasi,⁴⁵

Inilah jenis-jenis harta kekayaan yang wajib dikeluarkan zakatnya. Pengembangan pemahaman tentang jenis harta yang wajib dikeluarkan zakatnya ini merupakan persoalan baru yang perlu disosialisasikan kepada umat Islam, terutama para amil yang akan bertugas di lapangan dan para muzakki yang dibebani wajib zakat, supaya mereka mengerti kewajibannya dan mau melakukannya.⁴⁶

Pengembangan jenis harta yang wajib dikeluarkan zakatnya ini tentu akan sangat besar pengaruh positifnya terhadap jumlah harta zakat yang bisa dihimpun. Dan ini tentu akan punya pengaruh positif pula terhadap kesejahteraan umat, berupa perbaikan ekonomi para dhu'afa. Di samping itu lebih memungkinkan untuk menjembatani kesenjangan ekonomi umat, antara yang kaya dan yang miskin.⁴⁷

⁴⁵*Ibid.* h. 14.

⁴⁶*Ibid.*

⁴⁷*Ibid.*

3. Infaq dan Sedekah.

a. Pengertian Infaq

Infaq berasal dari kata “anfaqa” yang artinya keluar, yang berarti mengeluarkan sesuatu harta untuk kepentingan sesuatu yang tujuannya untuk mendapatkan ridho Allah Swt. Sedangkan menurut terminologi syariat, Infaq berarti mengeluarkan sebagian harta ataupun pendapatan/penghasilan untuk sesuatu yang diperintahkan ajaran Islam.⁴⁸

Jika zakat ada aturan nisbahnya sedangkan infaq tidak mengenal aturan nisbah, infaq dikeluarkan karena atas dasar keputusan diri sendiri. Infaq tidak memiliki batas waktu, besar kecilnya jumlah, akan tetapi infaq biasanya identik dengan harta yaitu sesuatu yang dikeluarkan dan diberikan untuk kebaikan, seperti jika ia berinfaq kebaikan itu akan kembali kepada dirinya sendiri dan Hukumnya adalah Sunnah.⁴⁹

b. Pengertian Sedekah

Sedangkan Sedekah berasal dari kata shadaqah, yang berarti jujur atau benar. Orang yang suka bersedekah adalah orang yang benar pangkuan imannya. Menurut terminologi syariat, pengertian sedekah sama dengan pengertian infaq, termasuk juga hukum dan ketentuannya. Hanya saja, jika infaq berkaitan dengan materi, sedangkan sedekah memiliki arti yang lebih luas, menyangkut hal yang bersifat non material.⁵⁰

4. Pengelolaan Zakat Infaq dan Sedekah di Indonesia

Zakat infaq dan sedekah (ZIS) merupakan suatu ibadah yang sangat berkaitan dengan perekonomian masyarakat saat ini, selain berfungsi sebagai suatu pembersih harta zakat juga berfungsi meminimalisir

⁴⁸Ani Mardiantari, “Peranan Zakat, Infaq Dn Sedekah(ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Metro” Jurnal, (Metro Lampung), h. 7.

⁴⁹*Ibid.*

⁵⁰*Ibid.*

ketimpangan sosial yang terjadi di masyarakat sehingga bisa menimbulkan rasa empati antar sesama muslim.⁵¹

Pengelolaan zakat, infaq dan sedekah (ZIS) yang baik dan transparan dapat menjadi potensi yang luar biasa besar bagi umat islam. Pengelolaan zakat mengatur semua kegiatan mulai dari perencanaan, pendistribusian, pengumpulan, dan pendayagunaan, serta sampai pada tahap pengawasan.⁵²

Zakat, Infaq, dan Sedekah perlu dikelola dengan mekanisme manajemen yang tersusun secara sistematis dan rapi. Organisasi/lembaga penyalur zakat, infaq dan sedekah perlu manajemen yang bagus. Lembaga pengelolaan zakat, infaq dan sedekah jika benar-benar menjalankan sistematika tersebut, maka lembaga zakat adalah lembaga yang mengarah pada profesionalisme kerja. Profesionalisme kerja itu sangatlah penting dan bagus sebagai sarana untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk menaruh zakat, infaq dan sedekahnya.⁵³

Dalam upaya mencapai tujuan pengelolaan zakat, dibentuklah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang berwenang melakukan tugas pengelolaan zakat secara nasional. Sedangkan dalam pelaksanaannya BAZNAS dibantu oleh LAZ (Lembaga Amil Zakat). Selain menerima zakat, BAZNAS atau LAZ juga dapat menerima infaq, sedekah dan dana sosial keagamaan lainnya. Pendistribusian dan pendayagunaan infaq, sedekah dan dana sosial keagamaan lainnya dilakukan sesuai syariat Islam dan dilakukan pencatatan dalam pembukuan.⁵⁴

⁵¹Qadariah Barkah, "Fikih: Zakat, Sedekah, dan Wakaf", (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, Februari 2020), h. 24

⁵²*Ibid.*

⁵³Qadariah Barkah, "Fikih: Zakat, Sedekah, dan Wakaf", (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, Februari 2020), h. 24

⁵⁴Ani Mardiantari, "Peranan Zakat, Infaq Dn Sedekah(ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Metro" Jurnal, (Metro Lampung), h 8

5. Peranan ZIS dalam Meningkatkan Perekonomian.

Zakat merupakan salah satu instrumen dalam mengentaskan kemiskinan di Indonesia karena masih banyak lagi sumber dana yang bisa dikumpulkan seperti infaq, sedekah, wakaf, hibah serta sejenisnya. Sumber dana-dana tersebut merupakan pranata keagamaan yang memiliki kaitan secara fungsional dengan upaya pemecahan masalah kemiskinan dan kepincangan sosial.⁵⁵

Zakat merupakan perwujudan sumber keuangan dari komitmen sosial ekonomi yang penting dari umat muslim untuk memenuhi kebutuhan semua orang tanpa meletakkan seluruh beban ke atas pundak perbendaharaan publik yang tanpa disadari telah dilakukan sosialisme dan Negara Kesejahteraan secular sekalipun. Lebih lanjutnya dijelaskan bahwa zakat yang dilaksanakan sebagai tindak rasional dapat menjamin kepentingan masa pendek dan masa panjang.⁵⁶

6. Media Sosial

a) Pengertian Media

Sosial media merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan berada dimanapun. Sosial media sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat berpotensi untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merk suatu produk.⁵⁷

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun

⁵⁵*Ibid.* h.9.

⁵⁶*Ibid.*

⁵⁷Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi,"

berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.⁵⁸

Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata Media Sosial sebagai konvergensi anatara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan publik untuk berbagai kepada siapa saja tanda ada kekhususan individu.⁵⁹

Menurut Body dalam Nasrullah (2015) Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling kolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.⁶⁰

Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual mapupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal yaitu, Sharing, Collaborating, dan Connecting.⁶¹

b) Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (cyber) dikarenakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber. Namun demikian menurut Nasrullah (2015) media sosial meiliki karakter khusus, yaitu:⁶²

1) Jaringan

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini

⁵⁸*Ibid.*

⁵⁹*Ibid.*

⁶⁰*Ibid*

⁶¹*Ibid.*

⁶²*Ibid.*

diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer, termasuk di dalamnya perpindahan data.

2) Informasi (Informations)

Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3) Arsip (Archive)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan biasa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4) Interaksi (Interactivity)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

5) Simulasi Sosial (Simulation Of Society)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsung masyarakat (society) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

6) Konten Oleh Pengguna (User-Generated Content)

Di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.⁶³

c) Jenis-Jenis Media Sosial

⁶³Ibid.

Menurut Nasullah (2015) setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni;

1) Media Jejaring Sosial (Sosial Networking)

Media jejaringan sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bias digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut didunia virtual.

Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan petemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu didunia nyata (offline) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaringan sosial yang banyak digunakan adalah facebook dan instagram.

2) Jurnal Online (Blog)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan oenggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang diaanggap menarik dan diperbaharui setiap harinnya.

Pada perkembangan selanjutnya, blog banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik meida dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengguna.

Secara mekanisme, jenis media sosial ini bisa dibagi menjadi dua, yaitu kategori personal homepage, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti wordpress atau blogspot.

3) Jurnal Online Sederhana Atau Microblog (Micro-Blogging)

Tidak berbeda dengan jurnal online (blog), microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatannya. Contoh microblogging yang paling banyak digunakan adalah Twitter.

4) Media Berbagi (Media Sharing)

Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, melalui dari dokumen (file), Video, Audio, Gambar dan sebagainya. Contoh media ini adalah, Youtube, Flickr, Photo-Bucket, ataupun Snapfish.

5) Penanda Sosial (Sosial Bookmarking)

Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs sosial bookmarking yang populer adalah, delicious.com, dan untuk diIndonesia ada LintasMe.com.

6) Media Konten Bersama Atau Wiki

Media sosial merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata.⁶⁴

d) Manfaat Sosial Media Dalam Efektivitas Komunikasi Pemasaran.

Sosial media sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain. Jadi wajar jika keberadaanya dijadikan sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah oleh suatu perusahaan maupun lembaga. Hal inilah yang akhirnya menarik para pelaku usaha untuk menjadikan media sosial sebagai media promosi

⁶⁴ *Ibid.*

andalan dengan ditopang oleh website/blog perusahaan yang dapat menampilkan profile perusahaan secara lengkap.⁶⁵

Sebagai situs jejaring, media sosial memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan media sosial dapat memainkan peran sebagai komunikasi. Komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra ataupun image yang bersifat konsisten bagi perusahaan ataupun lembaga.⁶⁶

Komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik, terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan suatu produk di pasar. Konsep yang secara umum digunakan untuk menyampaikan pesan, sering disebut sebagai bauran promosi (Promotion mix), yaitu semacam Periklanan, Promosi penjualan, Penjualan pribadi, dan Penjualan langsung.⁶⁷

7. Minat Masyarakat Menjadi Muzakki.

Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari pperasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan –kecenderungan lain mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.⁶⁸

Menurut Crow&Crow, minat atau internet bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong seseorang cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi penyebab kegiatan dan penyebab partisipasi dalam kegiatan.⁶⁹

⁶⁵*Ibid.*

⁶⁶*Ibid.*

⁶⁷*Ibid, h. 4.*

⁶⁸Ayu monalisa Friabdani, pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap minat muzakki membayar zakat, infak dan sedekah [ada lazismu sragen, skripsi, Sragen: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019, h. 48.

⁶⁹*Ibid.*

Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan yang berasal dari dalam diri individu dan faktor diluar diri individu untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut yang disertai dengan perasaan senang. Apabila kita menaruh minat, maka artinya kita bersikap positif terhadap objek dari minat tersebut dengan demikian akan cenderung untuk memberi perhatian serta melakukan tindakan lebih lanjut.⁷⁰

Jika seseorang tertarik pada sesuatu tetapi tidak mengambil tindakan nyata untuk menanggapi, Karena pada dasarnya jika kita tertarik pada sesuatu maka kita akan menunjukkan sikap yang ramah dan positif terhadap objek atau lingkungan tersebut. Misalnya, mereka yang tertarik untuk menguasai bahasa Inggris akan bekerja keras untuk memahami, memahami bahkan berkomunikasi dengan latar belakang bahasa Inggris.⁷¹

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka merasa berminat. Semua minat mempunyai dua aspek, yaitu aspek kognitif dan efektif.⁷²

Aspek kognitif didasarkan pada konsep yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan manusia dapat berupa persepsi, sedangkan aspek efektif adalah aspek yang berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang penting.⁷³

8. Pengaruh Media Sosial di Lembaga Zakat

Media sosial adalah media daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi dari jarak jauh, proses interaksi antara user satu dengan user

⁷⁰*Ibid.*

⁷¹*Ibid.*

⁷²*Ibid.*

⁷³Ayu monalisa Friabdani, pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap minat muzakki membayar zakat, infak dan sedekah [ada lazismu sragen, skripsi, Sragen: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019, h. 48.

lainnya, serta mendapatkan sebuah informasi melalui perangkat aplikasi khususnya menggunakan jaringan internet.⁷⁴

Media sosial belakangan ini telah menjadi kultur baru dalam proses penyebaran informasi. Hal ini menarik banyak perusahaan maupun lembaga nirkabel untuk menggunakan media sosial sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran yang dapat membantu memperkuat kesadaran merek, pembentukan pemasaran dari mulut ke mulut bahkan memunculkan minat dan keputusan untuk membeli produk atau menggunakan jasa tertentu. Rumah zakat adalah salah satu lembaga nirlabel di Indonesia yang bergerak dibidang penghimpunan donasi kemanusiaan. Rumah zakat saat ini secara intensif menggunakan media sosial dalam menggalang kampanye kemanusiaan.⁷⁵

B. Penelitian yang Relevan

Untuk lebih memudahkan peneliti dalam mengerjakan penelitian ini diperlukan berbagai macam referensi seperti penelitian yang relevan dengan judul penelitian yang peneliti buat, adapun penelitian yang relevan diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Yang Relevan

NO	NAMA PENULIS	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL	HASIL
1	Viranti Mustika Sari	PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) DI SOCIAL MEDIA TWITTER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN	Metode Kuantitatif X: Electronic Y: Word Of Mouth	1. Melalui twitter, saya mendapatkan rekomendasi yang berkaitan dengan restoran holycowsteak. 2. Melalui twitter, saya terbantu untuk mendapatkan

⁷⁴Mulyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Memberi Donasi Pada Rumah Zakat", didapat dari <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/82803>[home page on-line]: internet (diakses tanggal 11 mei 2021), h. 1.

⁷⁵*Ibid.*

		(Studi Pada Restoran Holycowsteak)		informasi mengenai pilihan produk di holycowsteak 3. Melalui twitter, saya dapat merasakan merasakan kepedulian orang lain saat merekomendasikan restoran holycowsteak 4. Melalui twitter, saya mendapatkan informasi mengenai kualitas restoran holycowsteak. ⁷⁶
2.	Yesi Arum Puspitasari	PENGARUH HARAPAN, MINAT BELI ULANG, WORD OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE HEEHJEK DI KABUPATEN NGANJUK	Metode Kuantitatif X1: Harapan X2: Minat Beli Ulang X3: Word Of Mouth X4: Harga Y: Kepuasan Konsumen.	Harapan minat beli ulang word of mouth dan harga terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap jasa transportasi ojek online. ⁷⁷

⁷⁶Viranti Mustika Sari, *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) DI SOCIAL MEDIA TWITTER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Restoran Holycowsteak)*, Skripsi, Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UI, 2012, h. 63.

⁷⁷ Yesi Arum Puspitasari, *PENGARUH HARAPAN, MINAT BELI ULANG, WORD OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE HEEHJEK DI KABUPATEN NGANJUK*, Skripsi, Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN, 2021, h. 10.

3.	Fikri Kautsar Afdloli	Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Niat Berzakat Profesi di Baznas (Studi Pada Karyawan Swasta di ESQ Group)	Metode Kuantitatif X: Word Of Mouth Y: Niat Berzakat Profesi di Baznaz	Word Of Mouth berpengaruh signifikan terhadap niat berzakat profesi di Baznaz. ⁷⁸
4.	Patra Rusdianto	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat menjadi Muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa	Metode Kuantitatif X1: Promosi X2: Kualitas Pelayanan X3: Religiusitas Y: Minat Masyarakat Menjadi Muzakki pada LAZ Dompot Dhuafa	Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menjadi muzakki. ⁷⁹

C. Kerangka Berfikir

Penghimpunan dana zakat, infaq, dan sedekah yang masih rendah dari potensi yang ada. Penyebabnya karena minimnya minat orang-orang untuk membayar dana ZIS di lembaga zakat, maka dari itu perlu memperdalam suatu promosi yang sering dilakukan untuk menarik minat orang-orang agar membayar dan ZIS pada lembaga zakat.

Media sosial juga bisa melakukan promosi, pemasaran melalui media sosial adalah hal yang strategis untuk berinteraksi kepada peorangangan maupun dengan banyak orang dan terhubung secara online. Video, gambar, dan teks yang dipublikasikan melalui media sosial lembaga

⁷⁸ Fikri Kautsar Afdloli, *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Berzakat Profesi di Baznaz*, Skripsi, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN, 2016, h. 51.

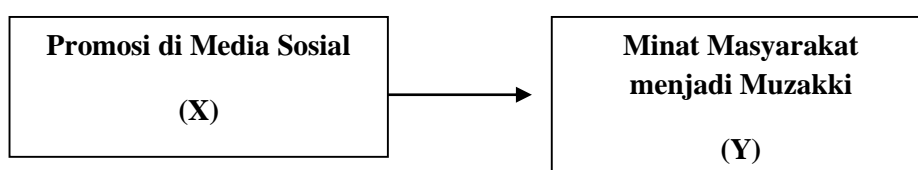
⁷⁹ Patra Rusdianto, *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat menjadi Muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa*, Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekoomi dan Bisnis UIN, 2016, h. 67.

zakat berisikan tentang kegiatan penghimpunan dan pendistribusian Dana ZIS, dan kegiatan lainnya yang dilakukan oleh Lazismu Kota Medan.

Di era Global ini masyarakat memanfaatkan internet sebagai sarana untuk mencari suatu informasi dan berbagai informasi, melalui media sosial juga seseorang dapat berkomunikasi dengan banyak orang, kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Penelitian ini berharap bahwa semakin banyaknya masyarakat yang mengetahui tentang informasi khususnya tentang zakat, infaq, dan sedekah dari akun Lazismu, maka akan membuat masyarakat semakin percaya terhadap lembaga zakat, dan hal tersebut dapat menambah ataupun menarik minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 2.4
Kerangka Berfikir Penelitian

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban sementara atas permasalahan penelitian yang memerlukan data menguji kebenaran dugaan tersebut. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Landasan teori dan kerangka pemikiran diatas menunjukkan bahwa :

H_{a1} : Media Sosial Lazismu berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.

H_{o1} : Media Sosial Lazismu tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.

H_{a2} : Media Sosial berdampak positif terhadap minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.

H₀₂ : Media Sosial tidak berdampak positif terhadap minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.

H_{a3} : Media Sosial Lazismu dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.

H₀₃ : Media Sosial Lazismu tidak dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data berbentuk numerik/angka. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen (Y) Minat masyarakat menjadi Muzakki di Lazismu Kota Medan dan untuk variabel independen (X) Promosi di Media Sosial.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan peneliti lakukan di Lembaga Amil Zakat, Infaq, Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU) Kota Medan yang beralamat di Jl. Mandala By Pass No.140, Bantan, Kecamatan. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian data akan dilakukan pada bulan April sampai Oktober tahun 2021 .

C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sebagian sekelompok orang, maka populasi penelitian ini adalah Seluruh Muzakki dan Sebagian Masyarakat yang mengetahui tentang Lazismu Kota Medan tahun 2020. Maka dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah sebagian masyarakat yang mengetahui tentang Lazismu Kota Medan sebanyak 110 orang.

2. Sampel

Sedangkan Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk dijadikan objek penelitian yang hasilnya digunakan untuk mempresentasikan populasi secara menyeluruh. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu dan sampel dari penelitian ini berjumlah 88 masyarakat.

3. Teknik Penarikan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ataupun bagian dari populasi yang diambil. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik pemilihan sampel *non-probability*, yaitu dengan pemilihan *sampling* jenuh dan *sampling Purposive*.

Ada beberapa teknik yang digunakan dalam menentukan seberapa banyak teknik sampel dari suatu populasi penelitian, yaitu menggunakan teknik slovin dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error)

Batas kesalahan yang ditolerir ini untuk setiap populasi tidak sama, ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10%.

Untuk mengetahui banyak sampel yang akan digunakan perlu diselesaikan dengan rumus, berikut penyelesaiannya:

$$\text{Maka, } \frac{110}{1 + (0.05)^2} = \frac{110}{1,25} = 88$$

D. Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu konsep ataupun konstruksi yang akan dipahami dan kemudian diambil kesimpulannya dalam suatu penelitian. Suatu variabel bisa saja bervariasi maupun memiliki lebih dari satu nilai.

⁸⁰Adapun variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yakni;

1. Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan jenis variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, biasanya dinotasikan dengan simbol X. Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Postingan di Media Sosial Lazismu Kota Medan.

2. Variabel Terikat

Variabel terikat ini adalah variabel yang memberikan respon apabila dihubungkan dengan variabel bebas dan biasa dinotasikan dengan simbol Y. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat Masyarakat menjadi Muzakki di Lazismu Kota Medan.⁸¹

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel merupakan bagian yang menjelaskan definisi dari sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi ataupun indikator dari suatu konsep/variabel.⁸² Adapun yang akan menjadi definisi operasional penelitian ini yaitu Pengaruh Media Sosial terhadap Minat masyarakat menjadi muzakki. Variabel bebas X (Media Sosial Lazismu) dan variabel terikat Y (Minat Masyarakat Menjadi Muzakki).

⁸⁰Ayu monalisa Friabdani, pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap minat muzakki membayar zakat, infak dan sedekah [ada lazismu sragen, skripsi, Sragen: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019, h. 76.

⁸¹*Ibid.*

⁸²Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2012), h. 9.

1. Media Sosial

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.⁸³ Media sosial sangatlah berpengaruh untuk menambah jumlah para muzakki di Lembaga Zakat, dikarenakan masyarakat yang tidak terlepas dari dunia sosial media sosial.

2. Minat Masyarakat Menjadi Muzakki

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka merasa berminat. Maka jika masyarakat yang terus menerus mendapatkan informasi yang disebarakan oleh Lazismu Kota Medan, dengan berita ataupun informasi terbaru tentang penyaluran dana mereka itu akan menambah kepercayaan dan minat masyarakat menjadi muzakki tetap di Lazismu Kota Medan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data yang berkaitan langsung dengan obyek penelitian yang dapat disesuaikan dengan judul skripsi yang telah diajukan. Data yang didapat diperoleh melalui hasil kuisisioner dan responden masyarakat umum yang akan menjadi muzakki ataupun donatur di LAZISMU Kota Medan yang menggunakan daftar dan beberapa pertanyaan yang akan disampaikan langsung kepada responden. Dalam menjawab kuisisioner ini peneliti menggunakan skala likert yang diukur dengan menggunakan skala 5 point, yaitu dengan cara sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

⁸³Ahmad Setiadi, Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi, dalam AMIK BSI Karawang, h. 2

No	Jawaban	Nilai Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

G. Instrumen Penelitian

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya dalam penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai instrumen penelitian. Untuk itu, demi meyakinkan kualitas kuisioner ini digunakan untuk penelitian yang benar-benar baik dan akan menggambarkan keadaan yang sesungguhnya maka perlu dilakukannya pengujian. Pengujian intrumen tersebut dilakukan dengan cara sebagai berikut :

Tabel 3.3 Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	Media Sosial Lazismu Kota Medan (X)	Media Sosial	1 & 2
		Penyebar Berita	3
		Lembaga Transparansi	4
		Komunikasi	5
		Program	6 & 10
		Documen	7
		Acara	8
		Postingan	9
2	Minat Masyarakat Menjadi Muzakki (Y)	Definisi Minat	1
		Minat	2 & 3
		Niat Terhadap Allah SWT	4
		Sadar Akan Sedekah	5
		Pengelolaan Zakat	6 & 7

		Menjadi Muzakki	8, 9 & 10
--	--	-----------------	-----------

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid merupakan instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁸⁴

2. Uji Reliabel

Uji Reliabel digunakan untuk apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama juga.⁸⁵

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan suatu cara sederhana yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model Regresi merupakan model yang baik atau buruk. Analisis Regresi Berganda dapat dilakukan jika memenuhi syarat dalam uji asumsi klasik.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu teknik yang digunakan mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan, metode analisis datang yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode regresi linear sederhana.

1. Regresi Linear Sederhana

⁸⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, cv.2016), h. 121

⁸⁵*Ibid*, h.121

Persamaan regresi linier sederhana merupakan suatu model persamaan yang menggambarkan hubungan satu variabel bebas/ predictor (X) dengan satu variabel tak bebas/ response (Y), teknik analisis regresi linear sederhana ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, yakni: Pengaruh media sosial terhadap minat masyarakat menjadi muzakki. Model regresi yang digunakan adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Minat Masyarakat Menjadi Muzakki

X = Media Sosial Lazismu Kota Medan

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi yaitu perubahan rata-rata pada Y untuk setiap unit perubahan pada variabel X.

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (uji persial)

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pada regresi berganda, mungkin variabel X1 sampai Xk secara bersama-sama berpengaruh nyata. Namun demikian belum tentu secara indivifu atau persial seluruh variabel dari X1 samapi Xk berpengaruh nyata terhadap variabel terikatnya (Y).⁸⁶

⁸⁶Suharyadi & Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. (Jakarta:Penerbit Salemba Empat, 2016),h. 244

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t_{hitung} = Nilai signifikan (t hitung) yang nantinya dibandingkan dengan t tabel

r = Koefisien kolerasi

n = Banyaknya sampel

- 1) Jika nilai T-hitung > T-tabel, maka Ho ditolak, yang berarti variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen
- 2) Jika nilai T-hitung < T-tabel, maka Ho diterima, berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.⁸⁷

b. Koefisien determinasi.

Koefisien determinasi dinyatakan dengan R^2 untuk pengujian regresi linier berganda yang mencakup lebih dari dua variabel. Koefisien determinasi adalah untuk mengetahui proporsi keragaman total dalam variabel tak bebas Y yang dapat dijelaskan atau diterangkan oleh variabel-variabel bebas X yang ada didalam model persamaan regresi linier berganda secara bersama-sama.⁸⁸ Rumus untuk mencari koefisien determinasi dengan 2 variabel independen adalah sebagai berikut:

⁸⁷Ibid.

⁸⁸Arnita, *Pengantar Statistik*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 153

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

ryx_1 = Korelasi sederhana (product moment pearson) antara X_1 dengan Y

ryx_2 = Korelasi sederhana antara X_2 dengan Y

rx_1x_2 = Korelasi sederhana antara X_1 dengan X_2

Copyright@Fatkhon.web.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Sejarah Singkat LAZISMU Kota Medan

Lembaga amil zakat, infaq dan shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Kota Medan adalah lembaga nirlaba tingkat Kota yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, shadaqah dan dana keagamaan lainnya, baik dari perseorangan maupun lembaga.⁸⁹

Lazismu Kota Medan berdiri sejak tanggal 08 oktober 2018 yang ditandai dengan terbitnya surat keputusan Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kota Medan berkaitan dengan penetapan personalia Lazismu Kota Medan dan pada bulan Januari 2019 terbitlah surat Keputusan dari Lazismu Pimpinan Pusat Muhammadiyah.⁹⁰

Lazismu Kota Medan berdiri sebagai institusi pengelolaan zakat ditingkat daerah dengan manajemen modern yang diharapkan dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dan penyelesaian masalah (Problem Solver) atas kondisi kemasyarakatan yang terus berkembang, dengan budaya kerja amanah, profesional dan transparansi.⁹¹

Dalam operasional programnya, Lazismu Kota Medan didukung oleh beberapa kantor Layanan yang tersebar di kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Medan. Yang menjadikan program-program pendayagunaan Lazismu Kota Medan mampu menjangkau wilayah-wilayah rawan kemiskinan di Kota Medan secara focus dan tepat sasaran.⁹²

Latar belakang berdirinya LAZISMU terdiri atas dua faktor. Pertama, fakta Indonesia yang berselimut dengan kemiskinan yang masih meluas,

⁸⁹ https://lazismumedan.org/?page_id=733

⁹⁰*Ibid*

⁹¹*Ibid*

⁹²*Ibid.*

kebodohan dan indeks pembangunan manusia yang sangat rendah. Semuanya berakibat dan berakibat dan sekaligus disebabkan tatanan keadilan sosial yang lemah. Kedua, zakat diyakini mampu bersumbangsih dalam mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia dan mampu mengentaskan kemiskinan. Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi zakat, infaq dan wakaf yang terbilang cukup tinggi.⁹³

Dengan budaya kerja amanah, profesional dan transparan, LAZISMU berusaha mengembangkan diri menjadi Lembaga Amil Zakat terpercaya. Seiring waktu, kepercayaan publik semakin menguat. Dengan spirit kreativitas dan inovasi, LAZISMU senantiasa memproduksi program-program pendayagunaan yang mampu menjawab tantangan problem dalam perubahan sosial masyarakat yang berkembang.⁹⁴

Dengan spirit kreatifitas dan inovasi, LAZISMU senantiasa memproduksi program-program pendayagunaan yang mampu menjawab tantangan perubahan dan problem sosial masyarakat yang berkembang. Dalam operasional programnya, Lazismu didukung oleh jaringan konsolidasi lembaga zakat yang tersebar di seluruh propinsi (berbasis kabupaten/kota) yang menjadikan program-program pendayagunaan LAZISMU mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia secara cepat, terfokus dan tepat sasaran.⁹⁵

2. Visi dan Misi Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Shodaqah.

VISI :Menjadi Lembaga Amil Zakat Terpercaya.

MISI :

- 1) Optimalisasi pengelolaan ZISKA yang amanah, profesional dan transparan;
- 2) Optimalisasi pendayagunaan ZISKA yang kreatif, inovatif dan produktif;
- 3) Optimalisasi pelayanan donatur.

⁹³*Ibid*

⁹⁴LAZISMU Kota Medan, “*Struktur LAZISMU Kota Medan*”, didapat dari https://lazismumedan.org/?page_id=733[home[page on-line]: diakses 16 September 2021

⁹⁵*Ibid*.

3. Tujuan Lazismu Kota Medan

Adapun tujuan Lazismu Kota Medan Berdiri Lazismu ialah sebagai berikut:

- a) Membangkitkan motivasi sesama umat islam untuk membantu masyarakat yang kurang mampu dalam meningkatkan perekonomian umat.
- b) Meningkatkan kualitas dakwah sosial sosial muhammadiyah agar lebih terasa secara riil oleh masyarakat khususnya kaum dhuafa,
- c) Menumbuhkan solidaritas gerakan beramal (ZIS) dikalangan warga Muhammadiyah dan umat Islam.
- d) Memaksimalkan potensi ZIS warga Muhammadiyah khususnya dan umat Islam pada umumnya untuk dikelola secara profesional dan cerdas pemanfaatannya dalam karidor gerakan dakwah sosial.
- e) Melakukan aksi sosial yang tepat sebagaimana visi dan misi Muhammadiyah dan Lazismu Medan.⁹⁶

4. Pilar Program Utama Aksi Layanan LAZISMU Kota Medan

1) Pendidikan

Program yang diarahkan untuk meningkatkan sumber daya manusia dan kader-kader keumatan dan kebangsaan melalui kegiatan pendidikan, penyediaan beasiswa, pelatihan guru, dan memperkuat peran strategis fasilitas pendidikan, baik di tingkatan sekolah dasar, menengah dan perguruan tinggi.

Pilar Pendidikan ada 6 Program dalam pilar ini;

- a) **Beasiswa Mentari**, gerakan kepedulian sosial untuk menjamin keberlangsungan pendidikan melalui pola pengasuhan dalam bentuk beasiswa untuk siswa yang berasal dari keluarga dhuafa.
- b) **Beasiswa Sang Surya**, gerakan peningkatan akses pendidikan lanjut yang berkualitas, dengan memberikan kesempatan generasi muda yang berprestasi namun menghadapi kendala ekonomi untuk menempuh pendidikan tinggi yang berkualitas.

⁹⁶LAZISMU Kota Medan, “*Struktur LAZISMU Kota Medan*”, didapat dari [https://lazismumedan.org/?page_id=733\[home](https://lazismumedan.org/?page_id=733[home)[page on-line]: diakses 16 September 2021.

- c) **Sekolah Cerdas**, program berkelanjutan yang membangun kesiapsiagaan sekolah dari resiko bencana dan kekerasan, dengan harapan dapat meminimalisir dampak kemungkinan risiko yang ditimbulkan dari bencana alam, maupun sosial.
- d) **Peduli Guru**, gerakan sosial dan pendidikan untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan guru baik honorer, guru agama dan relawan.
- e) **Save Our School**, penggabungan pembangunan sistem pengajaran, pembangunan sarana prasarana, peningkatan kualitas sumber daya dan pemberian beasiswa sehingga tata kelola sekolah dapat menjadi lebih baik.
- f) **Lazismu, Goes To Campus**, pemberdayaan kaum muda berbasis kampus atau komunitas untuk meningkatkan partisipasi dalam menggali gagasan yang kreatif dikampus.

2) Kesehatan

Program yang diarahkan untuk meningkatkan layanan di bidang kesehatan masyarakat, khususnya di kalangan keluarga yang kurang mampu melalui tindakan kuratif maupun kegiatan preventif (berupa penyuluhan) maupun kampanye.

Pilar Kesehatan ada 4 Program dalam pilar ini;

- a) **Peduli Kesehatan**, program yang fokus pada upaya promosi kesehatan sebagai tindakan preventif dan meningkatkan akses bidang Kesehatan bagi masyarakat.
- b) **Indonesia Mobile Clinic**, ditujukan khusus untuk melayani dan membantu masyarakat di lokasi atau daerah rawan kesehatan dan jauh akses puskesmas atau rumah sakit
- c) **Timbang (Tingkatkan Kemampuan Gizi Seimbang)**, agar dapat tumbuh dan berkembang secara optimal dan maksimal, dengan disertai kemampuan emosional dan sosial.
- d) **Pesantren Bebas Skabies**, peningkatan kesadaran hidup sehat, pengobatan sekaligus pencegahan di lingkungan pesantren.

3) Ekonomi

Program yang diarahkan untuk mendorong kemandirian dan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan serta semangat kewirausahaan melalui kegiatan ekonomi dan pembentukan usaha yang halal dan memberdayakan.

Pilar Ekonomi ada 4 Program dalam pilar ini;

- a) **Pemberdayaan UMKM**, melalui pemberian modal usaha dan penguatan usaha dengan skema kemitraan kepada individu atau kelompok usaha.
- b) **Rias@ Corner**, program pemberdayaan perempuan dalam bidang ekonomi khususnya profesi tata rias melalui kegiatan pelatihan, mentoring dan bantuan modal.
- c) **Tani Bangkit**, program pemberdayaan petani melalui sistem pertanian terpadu dan ramah lingkungan berbasis komunitas.
- d) **Peternakan Masyarakat Mandiri**, melalui sistem peternakan terpadu dan ramah lingkungan berbasis komunitas untuk meningkatkan kualitas harga dan memiliki daya saing.

4) Dakwah

Program yang diarahkan untuk gerakan dakwah kemasyarakatan yang berdampak langsung dengan menciptakan masyarakat islami dan menjangkau partisipasi aktif kelompok masyarakat rentan baik di daerah miskin perkotaan maupun di daerah-daerah terpencil dengan semangat dakwah islam.

Pilar Dakwah ada 4 Program dalam pilar ini;

- a) **DA'I Mandiri**, yang fokus mengembangkan sumber daya da'i yang bertugas didaerah pedalaman atau kawasan 3T (tertinggal, terdepan, terluar) di seluruh Indonesia.

- b) **DA'I Perkotaan**, untuk khatib, imam sholat, kajian rutin, kegiatan evaluasi Al-Qur'an, serta pelatihan dan seminar, seperti pelatihan pengurusan jenazah, dan seminar pendidikan keluarga.
- c) **Back To Masjid**, program menyemarakkan masjid sebagai pusat pembinaan dan pemberdayaan bagi masjid yang kurang di perhatikan.
- d) **Pemberdayaan Mualaf**, dengan melakukan pendampingan dan pembinaan.

5) Sosial-Kemanusiaan

Program yang diarahkan untuk penanggulangan bencana dan misi kemanusiaan, baik dalam bentuk kesiapsiagaan bencana, tanggap darurat, rehabilitasi, dan rekonstruksi yang dilakukan secara sistematis dan melibatkan mitra internal Muhammadiyah dan eksternal.

Pilar Sosial-Kemanusiaan ada 7 Program dalam pilar ini;

- a) **Muhammadiyah Senior Care(MSC)**, yang fokus pada upaya peningkatan layanan terhadap lansia.
- b) **Pemberdayaan Difabel**, pemberdayaan penyandang distabilitas untuk mengupayakan pencapaian kesejahteraan sosial dengan menggali dan memperdalam kemampuan.
- c) **Sanitasi Untuk Masyarakat**, untuk meningkatkan kapasitas sumber daya masyarakat dan kelembagaan yang berperan dalam menangani masalah pengelolaan sanitasi.
- d) **Bedah Rumah Smart**, program perbaikan ringan sampai berat yang diberikan kepada mustahik agar mustahik dapat hidup lebih tenang dan nyaman.
- e) **Indonesia Siaga**, program respons tanggap darurat dan pascabencana.
- f) **Muhammadiyah AID**, untuk membantu masalah kemanusiaan di level internasional seperti bencana alam, kelaparan, konflik, dan peperangan.

- g) **Pemberdayaan Panti**, pelayanan kesejahteraan sosial kepada anak penyandang masalah sosial.

5. Logo / Lambang LaZISMU



Gambar 4.1

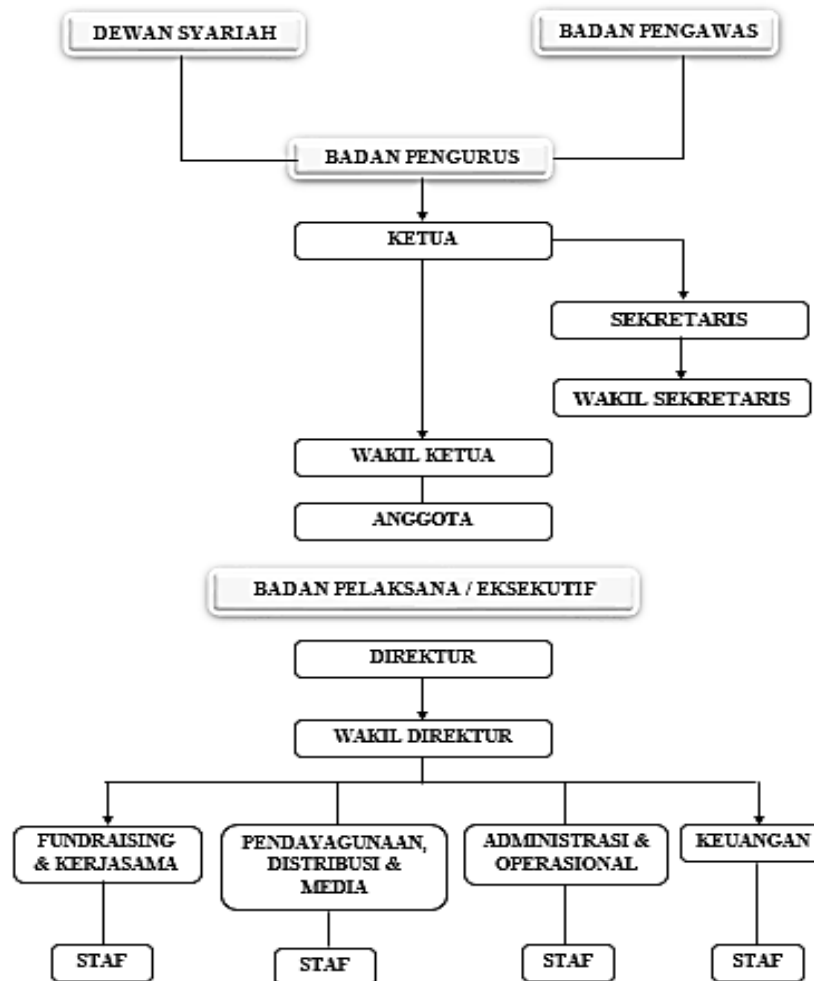
Logo LAZISMU

Lambang LAZISMU adalah tulisan LAZISMU dan gambar delapan butir padi yang tersusun melingkar, satu butir padi mengarah keatas sebagai simbol tauhid, juga sebagai simbol Shadaqah terbaik yang akan tumbuh menjadi tujuh butir (digambarkan dengan tujuh butir padi lainnya yang saling terkait).

Delapan butir padi juga memiliki makna memberi manfaat delapan arah mata angin atau seluruh penjuru dunia (Rahmatan lill'alam).Warna oren melambangkan warna matahari yang mengacu pada Muhammadiyah sekaligus *spirit* dan *passion* untuk berlomba-lomba dalam kebaikan (*fastabiqul khairat*).⁹⁷

⁹⁷ LAZISMU Kota Medan, “Profil LAZISMU Kota Medan”, didapat dari https://lazismumedan.org/?page_id=733[home page on-line); diakses 16 September 2021.

6. Struktur LAZISMU Kota Medan dan Deskripsi Tugas



Gambar 4.2

Struktur Organisasi Perusahaan

Deskripsi tugas LAZISMU Kota Medan ialah sebagai berikut :

1) **DEWAN SYARIAH**

Ketua : Dr. Sudirman Suparmin, LC,MA

Anggota : Drs. Kemal Fauzi

Fungsi :

Memberikan fatwa saran dan rekomendasi tentang ketentuan syariah, pengembangan hukum dan pemahaman mengenai pengelolaan zakat.

Tugas :

- a) Menetapkan, memutuskan dan mengeluarkan rekomendasi dan fatwa fatwa pengembangan hukum dan pemahaman mengenai pengelolaan zakat.
- b) Menampung, mengkaji dan menyampaikan pendapat tentang hukum dan pemahaman pengelolaan zakat.⁹⁸

2) BADAN PENGAWAS

Ketua : Dr. H. Bahril Datuk S, SE., MM, QIA

Anggota : Mohd. Idris Dalimunte, SE., M.SI., M.Ak

Badan pengawas adalah orang yang melaksanakan internal atas operasional kegiatan yang dilaksanaka Badan Pengurus.

Tugas :

- a) Melakukan pengawasan dan pembinaan yang berkaitan dengan pengelolaan LAZISMU Kota Medan kepada Badan Pengurus dan Badan Pelaksana.
- b) Mengeluarkan rekomendasi dan penelitian terhadap kinerja Badan Pengurus dan Badan Pelaksana.⁹⁹

3) BADAN PENGURUS

Ketua : Muhammad Arifin Lubis, SE.Sy., M.E

Wakil Ketua I : Putrama Al-Khair, SE

Wakil Ketua II : Veriyansyah Veriyadna,SE

Sekretaris : Muhammad Rifki, SE.Sy

Wakil Sekretaris : Yudha Pratama, S.Pd

Anggota : Aswin Fahmi, SE.Sy., ME

- a) Tugas Pokok Ketua
 - Memimpin rapat-rapat yang dilaksanakan Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU).
 - Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan dan pelaksanaan program yang dilakukan oleh Badan Pelaksana (eksekutif).

⁹⁸ LAZISMU Kota Medan, “*Struktur LAZISMU Kota Medan*”, didapat dari https://lazismumedan.org/?page_id=733[home page on-line]: diakses 16 September 2021.

⁹⁹Ibid.

- Dapat menyetujui dan memerintah realisasi atau pembayaran bantuan dan pembiayaan program yang telah ditetapkan dengan atau tanpa melalui persetujuan rapat badan pengurus.
- Bersama sekretaris menandatangani surat-surat berharga atau administrasi yang berhubungan dengan pihak perbankan.
- Sendiri atau bersama sekretaris dapat bertindak untuk dan atas nama LAZISMU Kota Medan mengadakan perjanjian dan kerjasama dengan pihak lain.
- Bersama sekretaris menandatangani surat keputusan pengangkatan Badan Pelaksana (Eksekutif) LAZISMU Kota Medan.
- Bersama dengan pengurus membuat laporan dan mempertanggungjawabkan kepada PD Muhammadiyah Kota Medan.¹⁰⁰

b) Tugas Pokok Wakil Ketua:

- Memimpin rapat yang dilaksanakan LAZISMU Kota Medan apabila ketua berhalangan.
- Bertanggungjawab atas kegiatan dan pelaksanaan program yang dilaksanakan oleh bidang Penghimpunan atau bidang Pendayagunaan bidang Keuangan.
- Diminta atau tidak diminta, dapat memberi pertimbangan kepada Ketua ketika hendak mengambil keputusan yang berhubungan dengan operasional organisasi dan pelaksanaan program.
- Mewakili LAZISMU Kota Medan untuk menghadiri undangan pihak lain apabila Ketua berhalangan.
- Bersama sekretaris dapat menandatangani surat-surat organisasi yang berhubungan dengan administrasi umum LAZISMU Kota Medan.

c) Tugas Pokok Sekretaris

¹⁰⁰LAZISMU Kota Medan, "*Struktur LAZISMU Kota Medan*", didapat dari https://lazismumedan.org/?page_id=733[home page on-line]: diakses 16 September 2021.

- Memimpin rapat yang dilaksanakan LAZISMU apabila Ketua berhalangan.
- Bertanggungjawab atas kegiatan dan pelaksanaan Operasional Kantor, Administrasi dan Kesekretaratan Umum LAZISMU.
- Bersama Ketua dapat bertindak atas nama LAZISMU mengadakan perjanjian dan kerja sama dengan pihak lain.
- Bersama Ketua menandatangani surat-surat berharga atau administrasi yang berhubungan dengan pihak perbankan dan surat Keputusan Pengangkatan Badan Pelaksana (eksekutif) LAZISMU.
- Bersama wakil ketua atau sekretaris dapat menandatangani surat-surat Organisasi yang berhubungan dengan administrasi umum LAZISMU.¹⁰¹

4) BADAN PELAKSANA

a) Direktur

Tugas :

- Merencanakan, merancang seluruh program kelembagaan kemudian disampaikan kepada Wali Amanah, Dewan Syariah, Badan Pengawas dan Badan Pengurus untuk mendapat persetujuan dan pengesahan.
- Mengkoordinasikan dan mengorganisasikan pelaksanaan program yang telah mendapat persetujuan dari Wali Amanah, Dewan Syariah, Badan Pengawas dan Badan Pengurus.
- Bertanggungjawab atas seluruh pelaksanaan program yang dilaksanakan oleh seluruh direktur program.
- Membuat dan menyampaikan laporan pertanggungjawaban kepada Badan Pengurus secara periodik satu tahun sekali.
- Dapat menyetujui atau memerintah realisasi pembayaran program atau bantuan yang besarnya atau nilainya telah

¹⁰¹LAZISMU Kota Medan, "*Struktur LAZISMU Kota Medan*", didapat dari https://lazismumedan.org/?page_id=733[home page on-line): diakses 16 September 2021.

ditentukan, tanpa atau dengan persetujuan Badan Pengurus terlebih dahulu.¹⁰²

b) Penghimpunan

Tugas :

- Merencanakan dan merancang program penghimpunan dana dan pelayanan LAZISMU kemudian disulkan kepada Direktur.
- Mengkoordinasikan dan mengorganisasikan pelaksanaan program penghimpunan LAZISMU yang telah mendapat persetujuan dari Wali Amanah, Dewan Syariah, Badan Pengawas dan Badan Pengurus.
- Bertanggungjawab atas seluruh pelaksanaan program penghimpunan.
- Membuat dan menyampaikan laporan kepada direktur.
- Direktur program penghimpunan membawahi dan bertanggungjawabkan atas kegiatan dan kinerja divisi dibawahannya.¹⁰³

c) Pendayagunaan

Tugas :

- Merancang dan merencanakan program pendayagunaan kemudian diusulkan kepada Direktur.
- Mengkoordinasikan dan mengorganisasikan pelaksanaan program pendayagunaan yang telah mendapatkan persetujuan dari Wali Amanah, Dewan Syariah, Badan Pengawas dan Badan Pelaksana.
- Bertanggungjawab atas seluruh pelaksanaan program pendayagunaan.
- Membuat dan menyampaikan laporan kepada Direktur.

¹⁰² LAZISMU Kota Medan, “*Struktur LAZISMU Kota Medan*”, didapat dari https://lazismumedan.org/?page_id=733[home page on-line]; diakses 16 September 2021.

¹⁰³Ibid.

- Direktur program penghimpunan membawahi dan bertanggungjawabkan atas kegiatan dan kinerja divisi dibawahannya¹⁰⁴

d) Keuangan

Tugas :

- Merancang dan merencanakan program pendayagunaan kemudian diusulkan kepada Direktur.
- Mengkoordinasikan dan mengorganisasikan pelaksanaan keuangan program yang telah mendapatkan persetujuan dari Wali Amanah, Dewan Syariah, Badan Pengawas dan Badan Pelaksana.
- Bertanggungjawab atas seluruh pelaksanaan program pendayagunaan.
- Membuat dan menyampaikan laporan kepada Direktur.
- Direktur program Keuangan membawahi dan bertanggungjawabkan atas kegiatan dan kinerja divisi dibawahannya.¹⁰⁵

e) Administrasi dan Kesekretariatan

Tugas :

- Bersama sekretaris dan Direktur merencanakan dan merancang kebutuhan kantor.
- Menata dan mengorganisasikan pelaksanaan administrasi dan distribusi surat menyurat dan kearsipan.
- Bertanggungjawab atas seluruh pelaksanaan kebutuhan kantor.¹⁰⁶

B. DESKRIPSI KARAKTERISTIK RESPONDEN

Penelitian ini menggunakan data utama yang dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden yaitu masyarakat umum secara langsung.

¹⁰⁴ LAZISMU Kota Medan, “*Struktur LAZISMU Kota Medan*”, didapat dari https://lazismumedan.org/?page_id=733[home page on-line); diakses 16 September 2021.

¹⁰⁵*Ibid.*

¹⁰⁶*Ibid.*

Jumlah data yang berhasil didapatkan sebanyak 88 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Berikut ini penjabarannya:

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah masyarakat umum Kota Medan. Maka untuk mendapatkan gambaran mengenai karakteristik responden yang akan diteliti maka dilakukanlah yang namanya pengolahan data mentah menggunakan perhitungan statistik deskriptif. Karakteristik responden dalam penelitian, berupa jenis kelamin, pendidikan dan usia. Dengan demikian, akan diperoleh suatu gambaran tentang sample responden dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan gambaran deskriptif dari responden yang terdiri dari 88 responden berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	43	48.9	48.9	48.9
	PEREMPUAN	45	51.1	51.1	100.0
	TOTAL	88	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah dari SPSS 24.0

Dari diatas memperlihatkan bahwa sebagian besar responden penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 43 orang atau sebesar 48,9% dan sisa 45 orang atau sebesar 51,1% merupakan perempuan. Maka berarti secara garis besar responnden penelitian ini umumnya terdistribusi kepada jenis kelamin perempuan .

2. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.2
PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	7	8.0	8.0	8.0
	SMP	9	10.2	10.2	18.2
	SMA	19	21.6	21.6	39.8
	DIPLOMA	42	47.7	47.7	87.5
	SARJANA	11	12.5	12.5	100.0
	TOTAL	88	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah dari SPSS 24.0

Tabel diatas memperlihatkan sebagian besar responden penelitian ini berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini adalah SD sebanyak 7 orang (8.0%), SMP sebanyak 9 orang (10.2%), SMA sebanyak 19 orang (21.6%), DIPLOMA sebanyak 42 orang (47.7%) dan SARJANA sebanyak 11 orang (12.5%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pendidikan terakhir masyarakat umum (responden), adalah DIPLOMA (D3).

3. Karakteristik responden berdasarkan Usia

Tabel 4.3
USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 Sampai 20 Tahun	11	12.5	12.5	12.5
	21 Sampai 25 Tahun	43	48.9	48.9	61.4
	26 Sampai 30 Tahun	20	22.7	22.7	84.1
	31 Sampai 40 Tahun	14	15.9	15.9	100.0

TOTAL	88	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--

Sumber : Data Diolah dari SPSS 24.0

Tabel diatas memperlihatkan sebagian besar responden penelitin ini berdasarkan Usia dalam penelitian ini pada kelompok 15-20 Tahun sebanyak 11 orang (12.5%), 21-25 Tahun sebanyak 43 orang (48.9%), 26-30 Tahun sebanyak 20 orang (22.7%), 31-40 Tahun sebanyak 14 orang (15.9%).

C. PENYAJIAN DATA

Berdasarkan penyebaran angket kepada Masyarakat Umum Kota Medan diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden dari kuisisioner yang penulis sebarakan. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut :

a) Deskripsi hasil analisis persentase jawaban responden tentang variabel Media Sosial Lazismu (X)

Tabel 4.4

Skor Angket Untuk Variabel Media Sosial Lazismu (X)

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	36	41%	52	59%	0	-	0	-	0	-	88	100%
2	38	43%	50	57%	0	-	0	-	0	-	88	100%
3	44	50%	44	50%	0	-	0	-	0	-	88	100%
4	36	41%	52	59%	0	-	0	-	0	-	88	100%
5	10	11%	45	51%	33	38%	0	-	0	-	88	100%
6	9	10%	42	48%	37	42%	0	-	0	-	88	100%
7	41	47%	45	51%	2	2%	0	-	0	-	88	100%
8	2	3%	46	52%	40	45%	0	-	0	-	88	100%
9	9	10%	53	60%	26	30%	0	-	0	-	88	100%
10	32	36%	56	64%	0	-	0	-	0	-	88	100%

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang Media sosial adalah alat komunikasi multifungsi, responden menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang (41%), setuju sebanyak 52 orang (59%).

2. Jawaban responden tentang Media sosial bukan hanya alat komunikasi tetapi juga memberikan informasi dan promosi, responden menjawab sangat setuju sebanyak 38 orang (43%), setuju sebanyak 52 orang (57%).
3. Jawaban responden tentang Media sosial dapat berperan sebagai penyebar berita yang positif di suatu lembaga, responden menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang (50%), setuju sebanyak 44 orang (50%).
4. Jawaban responden tentang Lazismu adalah lembaga yang transparansi, responden menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang (41%), setuju sebanyak 52 orang (59%).
5. Jawaban responden tentang Lazismu juga memiliki komunikasi yang baik terhadap masyarakat dan mampu memahami kebutuhan masyarakat, responden menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang (11%), setuju sebanyak 45 orang (51%), dan kurang setuju sebanyak 33 orang (38%).
6. Jawaban responden tentang Lazismu Kota Medan mempunyai Program-program yang mampu memberdayakan masyarakat, responden menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang (10%), setuju 42 orang (48%), dan kurang setuju sebanyak 37 orang (42%).
7. Jawaban responden tentang Foto maupun video yang di share oleh akun Media sosial Lazismu adalah hal-hal yang telah memberdayakan masyarakat, responden menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang (47%), setuju sebanyak 45 orang (51%), dan kurang setuju sebanyak 2 orang (2%).
8. Jawaban responden tentang Lazismu juga sering mengadakan ataupun mendukung acara-acara sosial untuk masyarakat, responden menjawab sangat setuju sebanyak 2 orang (3%), setuju sebanyak 46 orang (52%), dan kurang setuju sebanyak 40 Orang (45%).
9. Jawaban responden tentang Media Sosial Lazismu juga sering memposting kata-kata yang membuat saya termotivasi akan indahnnya bersedekah, responden menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang

(10%), setuju sebanyak 53 orang (60%), dan kurang setuju sebanyak 26 orang (30%).

10. Jawaban responden tentang Program-program yang telah disalurkan adalah hal-hal untuk memberdayakan masyarakat kecil, responden menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang (36%), setuju sebanyak 56 orang (64%).

b) Deskripsi hasil analisis persentase jawaban responden tentang variabel Minat Masyarakat Menjadi Muzakki (Y).

Tabel 4.5

Skor Angket Untuk Variabel Minat Masyarakat Menjadi Muzakki(Y)

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	37	42%	51	58%	0	-	0	-	0	-	88	100%
2	44	50%	44	50%	0	-	0	-	0	-	88	100%
3	5	5%	50	57%	33	38%	0	-	0	-	88	100%
4	40	45%	48	55%	0	-	0	-	0	-	88	100%
5	45	51%	43	49%	0	-	0	-	0	-	88	100%
6	41	47%	47	53%	0	-	0	-	0	-	88	100%
7	9	10%	53	60%	26	30%	0	-	0	-	88	100%
8	6	7%	44	50%	34	39%	4	5%	0	-	88	100%
9	36	41%	52	59%	0	-	0	-	0	-	88	100%
10	23	26%	40	45%	25	29%	0	-	0	-	88	100%

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang Minat dapat diartikan sebagai perasaan tertarik seseorang terhadap sesuatu yang menimbulkan keinginan dan dorongan yang kuat untuk untuk melakukannya, responden menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang (42%), setuju sebanyak 51 orang (59%).
2. Jawaban responden tentang Setelah mengetahui arti dari suatu Lembaga Amal Zakat Infaq dan Sedekah maka saya berminat untuk mengeluarkan zakat melalui lembaga tersebut, responden menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang (50%), setuju sebanyak 44 orang (50%).

3. Jawaban responden tentang Saya juga berminat untuk mengeluarkan infaq & sedekah melalui lembaga pengelolaan zakat ini, responden menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang (5%), setuju sebanyak 50 orang (57%), dan kurang setuju sebanyak 33 orang (38%).
4. Jawaban responden tentang Saya menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Lazismu karena niat saya terhadap Allat SWT dan dibantu dengan melihat postingan Lazismu yang selalu mengayomi dan memberdayakan masyarakat kecil, responden menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang (45%), setuju sebanyak 48 orang (55%).
5. Jawaban responden tentang Saya menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Lazismu karena keinginan diri sendiri dan sadar akan pentingnya berzakat, infaq dan sedekah, responden menjawab sangat setuju sebanyak 45 orang (45%), setuju sebanyak 43 orang (49%).
6. Jawaban responden tentang Saya meyakini bahwa zakat, infaq dan sedekah yang saya sumbangkan kepada Lazismu akan dikelola dengan baik terhadap lembaga ini, responden menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang (47%), dan setuju 47 orang (53%).
7. Jawaban responden tentang Saya juga menyakini bahwa dana yang telah saya sumbangkan dikelola dengan membuahkan hasil yang positif terhadap masyarakat kecil, responden menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang (10%), setuju sebanyak 53 orang (60%), dan kurang setuju sebanyak 26 orang (30%).
8. Jawaban responden tentang Dengan adanya Program-program memberdayakan masyarakat kecil, saya jadi semakin yakin untuk menjadi muzakki di lazismu, responden menjawab sangat setuju sebanyak 6 orang (7%), setuju sebanyak 44 orang (50%), kurang setuju sebanyak 34 Orang (39%), dan tidak setuju sebanyak 4 orang (5%).
9. Jawaban responden Saya berminat menajdi muzakki di Lazismu, karena adanya penaruh dari media sosial yang kreatif dan inovatif, responden menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang (41%), dan setuju sebanyak 52 orang (59%).

10. Jawaban responden tentang Saya benar-benar yakin untuk menjadi muzakki di Lazismu, responden menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang (26%), setuju sebanyak 40 orang (45%), dan kurang setuju sebanyak 25 orang (29%).

D. ANALISIS DATA

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Program yang digunakan untuk menguji validitas instrument adalah program komputer *Statistical Program For Social Science (SPSS)* versi 24.0. uji validitas digunakan untuk menguji apakah data tersebut valid atau tidaknya.

Pengujian validitas tiap instrumen dengan cara mengkolerasikan tiap butir pernyataan tersebut, syarat minimum untuk memenuhi syarat apakah setiap pernyataan valid atau tidak valid dengan membandingkan r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%). Maka dapat di katakan item kuisisioner tersebut valid. Apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka hal ini dapat dinyatakan item kuisisioner tersebut tidak valid.

Berdasarkan data yang sudah terkumpul, terdapat 10 butir pernyataan untuk variabel Media Sosial Lazismu (X), dan 10 butir pernyataan untuk variabel Minat Masyarakat menjadi Muzakki (Y).

1) Variabel Media Sosial Lazismu (X)

Tabel 4.6

Hasil Analisis Penyajian Data Media Sosial Lazismu

Item	Nilai Kolerasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0.292	0.006	Valid
Item 2	0.244	0.022	Valid
Item 3	0.412	0.000	Valid
Item 4	0.392	0.000	Valid
Item 5	0.238	0.025	Valid
Item 6	0.368	0.000	Valid
Item 7	0.242	0.023	Valid

Item 8	0.427	0.000	Valid
Item 9	0.543	0.000	Valid
Item 10	0.214	0.045	Valid

Sumber : Diolah dari SPSS 24.0

Berdasarkan perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa untuk variabel (X) adalah Valid. Data dinyatakan valid apabila nilai kolerasi lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.209) dan nilai probabilitas tidak melebihi 0.05.

2) Variabel Minat Masyarakat Menjadi Muzakki (Y)

Tabel.4.7

Hasil Analisis Penyajian Data Minat Masyarakat Menjadi Muzakki

Item	Nilai Kolerasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0.277	0.009	Valid
Item 2	0.277	0.009	Valid
Item 3	0.365	0.000	Valid
Item 4	0.270	0.011	Valid
Item 5	0.279	0.009	Valid
Item 6	0.460	0.000	Valid
Item 7	0.248	0.020	Valid
Item 8	0.448	0.000	Valid
Item 9	0.389	0.000	Valid
Item 10	0.561	0.000	Valid

Sumber : Diolah dari SPSS 24.0

Berdasarkan perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa untuk variabel (Y) adalah Valid. Data dinyatakan valid apabila nilai kolerasi lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.209) dan nilai probabilitas tidak melebihi 0.05.

b) Uji Reliabilitas

Berikutnya item yang valid diatas diuji di reliabilitasnya untuk mengetahui apakah seluruhnya item pernyataan dari tiap variabel sudah

menerangkan tentang variabel yang diteliti, uji reabilitasnya dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Maka kriteria dari penilaian menguji reliabilitas adalah apabila *Cronbach's Alpha* > 0.5 , maka dapat disimpulkan bahwa angket tersebut reliabel dan jika *Cronbach's Alpha* < 0.5 , maka dapat disimpulkan bahwa angket tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabel Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of item	Status
Media Sosial Lazismu (X)	0.135	10	Tidak Reliabel
Minat Masyarakat Menjadi Muzakki (Y)	0.271	10	Tidak Reliabel

Sumber: Data diolah dari SPSS 24.0

Tabel menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* variabel Media Sosial Lazismu sebesar 0.135, dan Nilai *Cronbach's Alpha* variabel Minat Masyarakat Menjadi Muzakki sebesar 0.271. Nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil ($< 0,5$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuisisioner ini tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Pengujian normalitas data yang dilakukan untuk melihat apakah didalam model regresi variabel dependen dengan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis dialog dan mengikuti arah garis dialog maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

Uji normalitas data dapat dilihat dengan grafik histogram dengan normal kurva yang disajikan dalam output SPSS. Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* adalah sebagai berikut:

Jika probabilitas yang dihitung $>$ probabilitas ditetapkan sebesar 0,05 pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* (Asymp. Sig. (2-tailed) \geq a0,05) maka data normal, dan jika probabilitas yang dihitung \leq probabilitas ditetapkan sebesar 0,05 pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* (Asymp. Sig. (2-tailed) \leq a0,05) maka data tidak normal.

Tabel 4.9

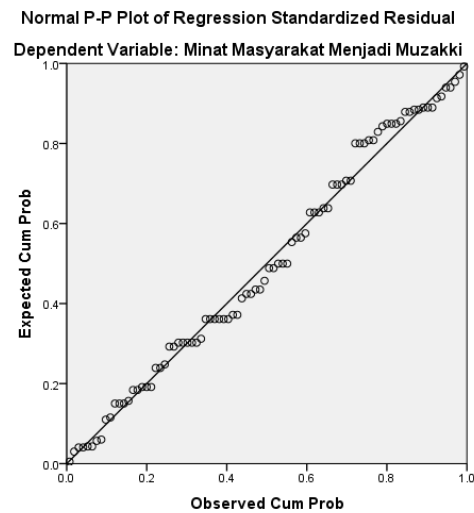
Hasil Uji Normalitas Kolomogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92172478
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.061
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.140 ^c

Sumber : Data Diolah dari SPSS 24.0

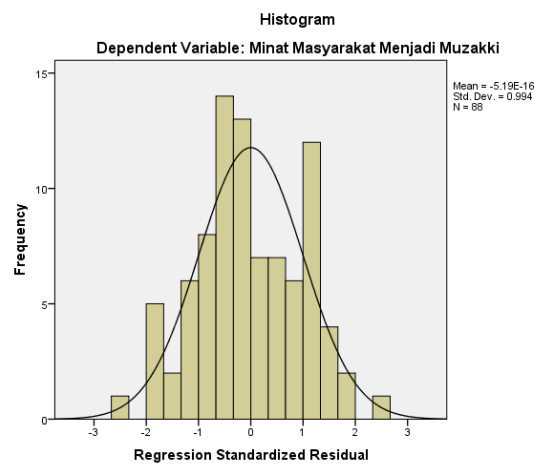
Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa data yang telah terdistribusi secara normal. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Dimana signifikansi 0,140 $>$ 0,05 level signifikansi (α) sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil Uji One-Simple Kolmogorov Smirnov Test diatas juga didukung oleh analisis grafiknya normal probability plot-nya maupun grafik histogram seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.3 Normal Plot

Pada gambar p-plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.4 Normalitas

Bisa dilihat pada chart diatas yang terbentuk seperti lonceng terbalik yang memenuhi grafik lonceng yang berarti data dapat dikatakan berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas adalah dengan melihat besaran kolerasi antar variabel

independen dan besarnya tingkat kolinearitas yang masih dapat ditolerir dasar pengambilan keputusannya dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel. 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandar dized Coefficient s		Standar dized Coeffci ents			Colline arity Statisti cs	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig,	Tolera nce	VIF
1	(Constant)	28.756	3.852		7.464	0.00 0		
	Media sosial Lazismu	0.315	0.093	0.344	3.399	0.00 1	1.000	1.000

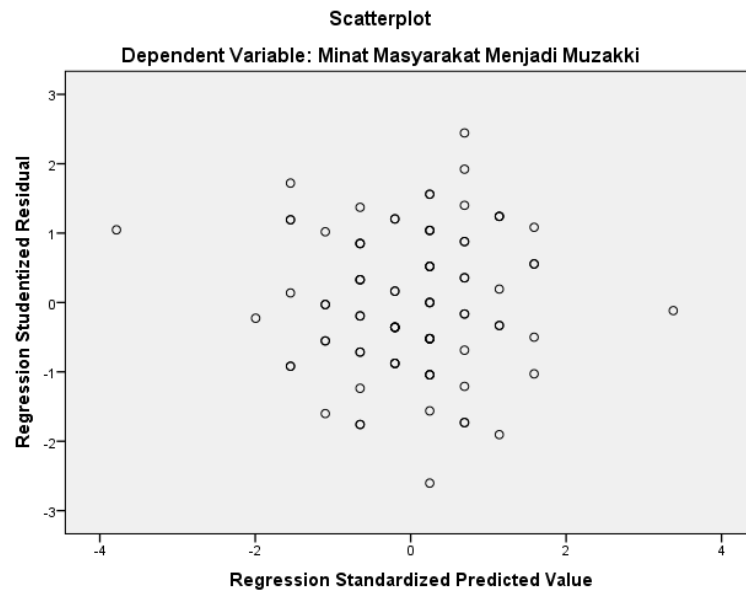
Sumber : Diolah dari SPSS 24.0

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai Varian Inflation Factor (VIF), yaitu lebih kecil dari 10, berdasarkan tabel 4.12 nilai VIF untuk variabel Media Sosial Lazismu (X) $1.000 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat dikatakan terbatas dari multikolinearitas.

Nilai tolerance untuk variabel Media Sosial Lazismu (X) adalah $1.00 > 0.01$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

c) Uji Heterokedastisitas

Apabila terdapat pola seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur sehingga menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, maka terjadilah heterokedastisitas dan sebaliknya jika pola tersebut tidak teratur maka tidak terjadilah heterokedastisitas.



Sumber : Diolah dari SPSS 24.0

Gambar 4.5 Uji Heterokedastisitas

Gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dengan ini tidak terjadinya heterokedastisitas pada penelitian ini.

B. Regresi Linear Sederhana

Hasil dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS tentang pengaruh Media Sosial Lazismu terhadap Minat masyarakat menjadi Muzakki dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.	
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	28.756	3.853		7.464	0.000		
	Media Sosial Lazismu	0.315	0.093	0.344	3.399	0.001		

Diketahui:

Nilai Constant (a) sebesar 28.756, sedangkan

Nilai Media sosial Lazimu (b/koeffisien regresi) sebesar 0.315,

Sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 28.756 + 0.315X$$

Keterangan :

Y = Variabel Minat masyarakat menjadi muzakki

a = Konstanta

bX = Variabel Media sosial Lazismu

- 1) Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas, nilai a adalah sebesar 28.756 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel minat masyarakat menjadi muzakki belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel media sosial lazimu (X). Jika variabel independen tidak ada maka variabel sistem kepuasan donatur tidak mengalami perubahan.
- 2) b (nilai koeffisien regresi X) sebesar 0.315, menunjukkan bahwa sistem media sosial lazismu mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan donatur yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel media sosial lazismu maka akan mempengaruhi minat masyarakat menjadi muzakki sebesar 0.315, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Uji Hipotesis

a) Uji t

Uji statistik dalam penelitian dilakukan untuk menguji pengaruh dari variabel dependen terhadap independen secara individu. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig t yang dihasilkan dari perhitungan. Apabila nilai sig t < 0,05 maka variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya jika nilai sig t > 0,05 maka variabel independen secara individu tidak berpengaruh dengan variabel dependen.

Ha 1 : $\beta \neq 0$ (Media Sosial Lazismu berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan)

Ho 1 : $\beta = 0$ (Media Sosial Lazismu tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan)

Ha 2 : $\beta \neq 0$ (Media Sosial berdampak positif terhadap minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan)

Ho 2 : $\beta = 0$ (Media Sosial tidak berdampak positif terhadap minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan)

Ha 3 : $\beta \neq 0$ (Media Sosial Lazismu dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan)

Ho 3 : $\beta = 0$ (Media Sosial Lazismu tidak dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan).

Dalam uji t ini dilakukan dengan derajat kebebasan (dk) yaitu $(n-k-1)$ dimana jumlah n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel, Maka $= 88 - 2 - 1 = 85$, $= 1.992$ (dilihat dari t_{tabel})

Tabel 4.12
Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.	
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	28.756	3.853		7.464	0.000		
	Media Sosial Lazismu	0.315	0.093	0.344	3.399	0.001		

Sumber : Data diolah dari SPSS 24.0

a. Dependent Variabel : Minat Masyarakat Menjadi Muzakki (Y)

Hasil pengujian data diatas terlihat bahwa nilai signifikansi $0.001 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.399 > t$ tabel 1.992 , sehingga dapat disimpulkan H1 ditolak dan H2 di terima, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikansi antara variabel bebas dan variabel terikat.

Maka Media Sosial Lazismu berpengaruh Positif terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di Lazismu Kota Medan.

b) Uji Determinasi

Mengetahui sejauh mana kontribusi atau presentase pengaruh Media Sosial Lazismu terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki, maka dapat diketahui uji determinasi yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Sid. Error of the Estimate
1	344 ^a	0.118	0.108	1.93287

Sumber : Data diolah SPSS 24.0

- a. Predictors: (Constant), Media Sosial Lazismu (X)
- b. Dependent Variabel : Minat Masyarakat Menjadi Muzakki (Y)

Nilai adjusted R square diketahui 0.108 atau 10.8% menunjukkan sekitar 10.8% variabel Minat masyarakat menjadi Muzakki (Y) dipengaruhi oleh Media Sosial Lazismu (X).

PEMABAHASAN

1. Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki

Hasil pengujian terlihat bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Lebih rinci hasil analisis dari pengujian tersebut dapat dijelaskan lebih detail sebagai berikut :

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh variabel X (Media Sosial Lazismu) terhadap variabel Y (Minat Masyarakat Menjadi Muzakki) menyatakan nilai t_{hitung} 3.399 dengan derajat kebebasan (dk) $n-k-1 = 88-2-1 = 85$ adalah 1.992 t_{tabel} , hal ini dilihat dari nilai t nilai $0.001 < 0.05$, dan nilai t_{hitung} $3.399 > 1.992 t_{tabel}$ menunjukkan bahwa $H_a 1$ diterima dan $H_o 1$ ditolak, berarti *Media Sosial Lazismu berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di Lazismu Kota Medan pada taraf 0.05*, $H_a 2$ diterima dan $H_o 2$ ditolak, berarti *Media sosial berdampak positif terhadap minat masyarakat mejadi muzakki di Lazismu Kota Medan pada taraf 0.05*, dan $H_a 3$ diterima dan $H_o 3$ ditolak, berarti *Media Sosial Lazismu dapat meningkatkan minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan dengan taraf 0.05*. Maka dariitu hasil yang ditunjukkan dengan data statistik yang telah diolah peneliti dengan nilai signifikan lebih dari Alpha 0.05.

Maka dari itu hasil hipotesis dapat dilihat dari data jumlah muzakki mulai dari tahun 2020 sampai dengan 2021, sebagai berikut;

Tabel 4.14

JUMLAH DONATUR TETAP PERORANGAN LAZISMU KOTA MEDAN

BULAN	JUMLAH MUZAKKI
Januari	143
Februari	144
Maret	130
April	104
Mei	104

Juni	104
Juli	104
Agustus	105
September	110
Oktober	83
November	83
Desember	90
JUMLAH	1304

BULAN	JUMLAH MUZAKKI
Januari	82
Februari	87
Maret	87
April	87
Mei	87
Juni	89
Juli	93
Agustus	95
September	95
Oktober	306
November	306
JUMLAH	1414

Dari hasil data diatas menyatakan bahwa dari tahun 2020 dengan jumlah muzakki sebanyak 1304 orang mengalami peningkatan pada tahun 2021 dengan jumlah muzakki sebanyak 1414.¹⁰⁷Maka dari itu media sosial itu sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.

¹⁰⁷ Ulfa, Staf Administrasi dan Keuangan Lazismu Kota Medan, Wawancara di Medan tanggal 10 November 2021.

2. Deskripsi Data

Data penelitian ini, penulis menggunakan data dalam bentuk angket menggunakan 88 masyarakat umum/ responden, dengan mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 45 orang (51.1%), dan laki-laki sebanyak 43 orang (48.9%). Frekuensi responden berusia 15-20 Tahun sebanyak 11 orang (12.5%), 21-25 Tahun sebanyak 43 orang (48.9%), 26-30 Tahun sebanyak 20 orang (22.7%), 31-40 Tahun sebanyak 14 orang (15.9%), Dan mayoritas pendidikan responden adalah Diploma (D3), sebanyak 42 orang (47,7%).

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan diantaranya :

1. Hasil penelitian yang dilakukan mengenai berpengaruh positif Media Sosial Lazismu terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di Lazismu Kota Medan adalah berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menjadi muzakki. Dari hasil data diatas menyatakan bahwa dari tahun 2020 dengan jumlah muzakki sebanyak 1304 orang mengalami peningkatan pada tahun 2021 dengan jumlah muzakki sebanyak 1414. Maka dari itu media sosial itu sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan
2. Hasil penelitian yang dilakukan mengenai berdampak Positif Media Sosial Berdampak Positif Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Di Lazismu Kota Medan adalah berdampak positif terhadap minat masyarakat menjadi muzakki, dapat dilihat adanya peningkatan data muzakki dari tahun 2020 sampai dengan 2021.
3. Hasil penelitian yang dilakukan mengenai Media Sosial Lazismu Dapat Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menjadi Muzakki Dilazismu Kota Medan hasilnya positif dikarenakan jumlah muzakki dapat meningkat dan mendapatkan informasi dari media sosial yang di share oleh Media Sosial Lazismu Kota Medan.

B. SARAN

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mempengaruhi hasil dan dapat menjadi bahan pengembangan pada penelitian selanjutnya, terdapat beberapa saran yang terkait dengan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Hasil dari Media Sosial Lazismu berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang berpengaruh positif, maka dari itu penulis hanya dapat

memberikan saran untuk terus mempertahankan pelayanan yang baik terhadap masyarakat dan muzakki.

2. Hasil dari Media Sosial Lazismu berdampak positif terhadap minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan, dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang berdampak positif, maka dari itu penulis hanya dapat memberikan saran untuk lebih ditingkatkan untuk meyakinkan masyarakat agar menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.
3. Hasil dari Media Sosial Lazismu dapat meningkatkan minat masyarakat menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan, dalam penelitian ini menunjukkan hasil terdapat peningkatan jumlah muzakki, maka dari itu penulis dapat memberikan saran untuk lebih dekat dan lebih sering dalam penyampaian suatu informasi kepada masyarakat melalui media sosial maupun secara langsung, agar masyarakat lebih mendalami apa itu sebenarnya Lazismu, dan tetap mempercayai zakat, infaq dan sedekah yang telah mereka berikan kepercayaan untuk dikelola oleh Lazismu itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Setiadi, “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi,” h. 2.
- Ani Mardiantari, “Peranan Zakat, Infaq Dan Sedekah(ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Metro” Jurnal, (Metro Lampung), h 6.
- Amsari Syahrul, “Analisis Efektif Penyandangan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Mustahik (Studi Kasus Lazismu Pusat)” Jurnal Ekonomi Islam. Aghniya. Vol. 1, No. 2, Juni 2019, hal. 332.
- Arnita, *Pengantar Statistik*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 153
- Ayu Monalisa Fiabdani, “Pengaruh promosi di media sosial dan word of mout terhadap minat muzakki membayar zakat, infaq dan sedekah pada Lazismu sragen, Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019. H. 48
- Barkah, Qodariah: *Fikih.; Zakat, Sedekah, dan Wakaf* Jakarta: Prenandamedia Sroup, 2020 h. 53
- Hajar Siti, “Prosiding Konferensi Nasional Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik”, *Jurnal Umsu*, Medan, 2016, h. 13.
- Isnawati Rais, “Muzakki dan kriterianya dalam Tinjauan Fikih Zakat”, *Al-Iqtishad*, vol I, h. 9.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2012), h. 9
- LAZISMU Kota Medan, “*Struktur LAZISMU Kota Medan*”, didapat dari [https://lazismumedan.org/?page_id=733\[home\]](https://lazismumedan.org/?page_id=733[home])[page on-line]: diakses 16 September 2021
- LAZISMU, “*Mengelola zakat dengan manajemen modern*”.
<https://lazismu.org/view/tentang-kami>.(Diakses 30 September 2021).

- Lubis Said Ahmad Sarhan, “Pemanfaatan Dana Zakat bagi pemberdayaan ekonomi umat (analisis fatwa MUI Tahun 1982)”, *Jurnal Ekonomi Islam*. Aghniya. Vol. 2, No. 2, Juni 2019, hal. 318.
- Mujiatun Siti, “Model Pengembangan distribusi Zakat, infaq, shadaqoh di persyarikatan Muhammadiyah”, *Jurnal Ekonomi*, Medan, h. 4.
- Mulyono, “Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Memberi Donasi Pada Rumah Zakat”, didapat dari <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/82803> [home page on-line]: internet (diakses tanggal 11 mei 2021), h.1
- Nurzannah, “Model Pengembangan distribusi Zakat, infaq, shadaqoh di persyarikatan Muhammadiyah”, *Jurnal Ekonomi*, Medan, h. 3.
- Peraturan Pemerintah RI No. 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- Peraturan Menteri Agama RI No.52 Tahun 2014 tentang Syarat dan Tata Cara Perhitungan Zakat Mal dan Zakat Fitrah Serta Pendayagunaan Zakat Untuk Usaha Produktif.
- Rozalinda, “Ekonomi Islam: Teori dan aplikasinya pada aktivitas Ekonomi”, (Depok: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, 2017), h. 247
- Said Ahmad Sarhan Lubis, “Pemanfaatan Dana Zakat Bagi Pemberdayaan Ekonomi Umat” dalam Aghniya *Jurnal Ekonomi Islam*, vol. 1 No. 2, h.3
- Saleh Arifin, “Prosiding Konferensi Nasional Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik”, *Jurnal Umsu*, Medan, 2016, h. 13.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, cv.2016), h. 121
- Suharyadi & Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. (Jakarta:Penerbit Salemba Empat, 2016),h. 244

Undang-Undang Republik Indonesia, “Usaha Mikro Kecil Menengah”.

<https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/UndangUndang%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20Tentang%20Usaha%20Mikro,%20Kecil,%20dan%20Menengah.pdf>.

(Diakses tanggal 21 April 2021).



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada : Yth Dekan FAI UMSU
Di
Tempat

17 Sya'ban 1442 H
31 Maret 2021 M

Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Widya Ningsih
Npm : 1701270017
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumalatif : 3,73
Megajukan Judul sebagai berikut :



No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Analisis Strategi Komunikasi Lembaga Zakat, Infak, Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki.	/	/	/
2	Pengaruh Media Sosial LAZISMU Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan.	ACC 5/2021 /4	DRS. Saroso Edi M.A.	6/4/2021
3	Analisis Konsep Manajemen Marketing Zakat, Infaq, Shadaqah di LAZISMU Kota Medan.	/	/	/

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Widya Ningsih

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, M.E.I
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi M.A

Nama Mahasiswa : Widya Ningsih
Npm : 1701270017
Semester : IX (Ganjil)
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
6-Sept-2021	1) Jelaskan Diskripsi lazismu ke to medan. Hipo tesis		
7-9-2021	2) Buat uji Hipo tesis 3) Buat buat kesimpulan di akhir dari hasil uji Hipo tesis 4) Buat bab I nya tambah M. Qorib		
7-9-2021	5) Revisi bab I nya 2 sheet 1.2a dari di sebut Dr nya 2. Bab I pendahuluan A. Latar Belakang masalah cukup dan		

Medan, 08 Oktober 2021

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, M.E.I

Pembimbing Skripsi

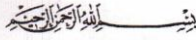
Drs. Sarwo Edi, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
 Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
 Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, M.E.I
 Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi M.A

Nama Mahasiswa : Widya Ningsih
 Npm : 1701270017
 Semester : IX (Ganjil)
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadikan Muzakki di LAZISMU Kota Medan.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
8 okt 2021	Acc.		

Medan, 08 Oktober 2021

Diketahui/Disetujui
 Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
 Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, M.E.I

Pembimbing Skripsi

Drs. Sarwo Edi, MA



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Dia menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi M.A

Nama Mahasiswa : Widya Ningsih
Npm : 1701270017
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
22 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Bab I : landasan teori , diganti menjadi tentang Lazismu. - Bab II : Penambahan materi tentang orang yg wajib berzakat. - Bab II : Mengubah penulisan tabel menjadi sebuah paragraf. 		
	<ul style="list-style-type: none"> - Bab III : Waktu penelitian di cacatkan antara schedule dan tabel dan di-susun dengan rapih. - Bab III : Perbaikan materi populasi dan sampel. 		

Medan, 22 Juni 2021

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi M.A



UMSU

Unggul Cerdas Terpecahan
Dita menjabar surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA
 Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi M.A

Nama Mahasiswa : Widya Ningsih
 Npm : 1701270017
 Semester : VIII (Delapan)
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
12 Juli 2021	- Bab III : Jadwal dan waktu penelitian diperbaiki. - Buat Hal, kata pengantar, dan Daftar ISI.		
14 Juli 2021			

Medan, 22 Juni 2021

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi M.A



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 93/II.3./UMSU-01/F/2021
Lamp : -
Hal : *Mohon Izin Riset*

02 Safar 1443 H
09 September 2021 M

Kepada Yth :
Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sadaqah (LAZISMU)

di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warohamtullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Widy Ningsih
NPM : 1701270017
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syar'iah
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Di Lazismu Kota Medan

Demikianlah permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih. Semoga Allah meridhoi segala amaal yang telah kita perbuat, amin.

Wassalamu'alaikum Warohamtullahi Wabarokatuh



Dekan,

Dr. Muhammad Gurib, MA

NIDN : 0103067503



No. : 143.BP/III.17/G/2021
Lamp : -
Hal : **Surat Balasan Mohon Izin Riset**

Medan, 13 Shafar 1443 H
20 September 2021 M

Kepada Yth,
**Pimpinan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Di
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.,

Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Kota Medan telah menerima surat dari Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor: 93/II.3.UMSU-01/F/2021 tanggal 09 September 2021 M perihal: *Mohon Izin Riset*, berdasarkan keputusan Pimpinan LAZISMU Kota Medan dengan ini memberikan Izin Riset kepada Mahasiswa/i yang bersangkutan.

Nama : Widya Ningsih
NPM : 1701270017
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syari'ah
Judul Skripsi/ T.A : PENGARUH MEDIA SOSIAL LAZISMU TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI MUZAKKI DILAZISMU KOTA MEDAN

Demikian Surat balasan Mohon Izin Riset ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya, seraya berdoa kiranya Allah SWT meridhoi atas segala usaha dan upaya yang kita lakukan. Aamiin.

**BADAN PENGURUS
LAZIS MUHAMMADIYAH KOTA MEDAN**



Muhammad Arifin Lubis, S.E.Sv, M.E
Ketua



Muhammad Rifki, SE.Sv
Sekretaris





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada Hari
Jumat, 20 Agustus 2021 dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Widya Ningsih
Npm : 1701270017
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan.

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 01 September 2021

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Dr. Rahmayati, M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Pembimbing

(Drs. Sarwo Edy, M.A)

Pembahas

(Dr. Rahmayati, M.E.I)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan
Wakil Dekan I

Zulfani, S.PdI, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 663
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH

Pada hari **Jumat, 20 Agustus 2021** telah diselenggarakan Seminar Program Studi Perbankan Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Widya Ningsih
Npm : 1701270017
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan.

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan.
Bab I	Penambahan materi di Latar Belakang tentang Media Sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat.
Bab II	Penambahan di Hipotesis.
Bab III	Revisi Populasi harus jelas berapa populasi yang akan diambil.
Lainnya	Setiap paragraf harus mempunyai footnote.
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 01 September 2021

Tim Seminar

Ketua

(Dr. Rahmayati, M.E.I)

Perubimbanng

(Drs. Sarwo Edi, M.A)

Sekretaris

(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Pembahas

(Dr. Rahmayati, M.E.I)

Daftar Riwayat Hidup

Nama Lengkap : Widya Ningsih
Tempat Tanggal Lahir : BatuBara. 31 Agustus 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pendidikan Terakhir : Sekolah Menengah Atas (SMA)
Alamat : Jl. Malaka Gg Saudara No. 99, Kel. Pandau Hilir,
Kec. Medan Perjuangan, Kota Medan, Sumatera
Utara
No Telpon/ Hp : 0831-8143-6538

Nama Orang Tua

Nama Ayah : Mahmuddin
Nama Ibu : Nurul Huda
Alamat : Jl. Malaka Gg Saudara No. 99, Kel. Pandau Hilir,
Kec. Medan Perjuangan, Kota Medan, Sumatera
Utara

Pendidikan

Tahun Ajaran 2009/2010 : SD Negeri 060801 Medan
Tahun Ajaran 2012/2013 : SMP Negeri 12 Medan
Tahun Ajaran 2015/2016 : SMA Swasta Josua Medan.

Yang Menyatakan



Widya Ningsih

**PENGARUH MEDIA SOSIAL LAZISMU TERHADAP MINAT
MASYARAKAT MENJADI MUZAKKI DI LAZISMU KOTA
MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Perbankan Syariah*

Oleh :

WIDYA NINGSIH
NPM: 1701270017

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing

Drs. Sarwo Edi, MA

UMSU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

LAMPIRAN

1. UJI VALIDAS DAN RELIABILITAS

		Correlations										
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL_X
X1	Pearson Correlation	1	-.025	.231*	.201	-.057	-.269*	.045	-.019	-.040	.140	.292**
	Sig. (2-tailed)		.814	.030	.061	.600	.011	.679	.857	.710	.194	.006
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X2	Pearson Correlation	-.025	1	.000	.021	-.250*	.145	.007	.060	.051	-.087	.244*
	Sig. (2-tailed)	.814		1.000	.845	.019	.179	.950	.579	.635	.422	.022
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X3	Pearson Correlation	.231*	.000	1	.324**	-.018	.035	-.063	.042	-.057	.047	.412**
	Sig. (2-tailed)	.030	1.000		.002	.871	.746	.559	.697	.599	.662	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X4	Pearson Correlation	.201	.021	.324**	1	-.164	-.019	.045	-.019	.075	.044	.392**
	Sig. (2-tailed)	.061	.845	.002		.128	.857	.679	.857	.486	.686	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X5	Pearson Correlation	-.057	-.250*	-.018	-.164	1	.126	.039	.002	-.042	-.096	.238*
	Sig. (2-tailed)	.600	.019	.871	.128		.241	.720	.984	.697	.373	.025
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X6	Pearson Correlation	-.269*	.145	.035	-.019	.126	1	-.213*	.062	.250*	-.139	.368**
	Sig. (2-tailed)	.011	.179	.746	.857	.241		.046	.566	.019	.197	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X7	Pearson Correlation	.045	.007	-.063	.045	.039	-.213*	1	-.084	.159	-.095	.242*
	Sig. (2-tailed)	.679	.950	.559	.679	.720	.046		.436	.140	.377	.023
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X8	Pearson Correlation	-.019	.060	.042	-.019	.002	.062	-.084	1	.304**	.080	.427**
	Sig. (2-tailed)	.857	.579	.697	.857	.984	.566	.436		.004	.461	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X9	Pearson Correlation	-.040	.051	-.057	.075	-.042	.250*	.159	.304**	1	.007	.543**
	Sig. (2-tailed)	.710	.635	.599	.486	.697	.019	.140	.004		.947	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X10	Pearson Correlation	.140	-.087	.047	.044	-.096	-.139	-.095	.080	.007	1	.214*
	Sig. (2-tailed)	.194	.422	.662	.686	.373	.197	.377	.461	.947		.045
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
TOTAL_X	Pearson Correlation	.292**	.244*	.412**	.392**	.238*	.368**	.242*	.427**	.543**	.214*	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.022	.000	.000	.025	.000	.023	.000	.000	.045	
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88

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

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.207	-.129	-.269*	.096	.358**	-.033	.038	-.053	-.036	.277**
	Sig. (2-tailed)		.053	.230	.011	.375	.001	.762	.724	.622	.738	.009
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y2	Pearson Correlation	.207	1	-.119	-.183	-.250*	.023	-.057	.166	.185	.092	.277**
	Sig. (2-tailed)	.053		.271	.089	.019	.833	.599	.122	.085	.392	.009
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y3	Pearson Correlation	-.129	-.119	1	.267*	.092	.160	.118	-.157	.058	.063	.365**
	Sig. (2-tailed)	.230	.271		.012	.396	.136	.273	.143	.588	.558	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y4	Pearson Correlation	-.269*	-.183	.267*	1	-.021	.108	-.048	-.055	-.017	.214*	.270*
	Sig. (2-tailed)	.011	.089	.012		.848	.316	.654	.614	.876	.046	.011
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y5	Pearson Correlation	.096	-.250*	.092	-.021	1	.457**	.064	-.119	-.019	-.092	.279**
	Sig. (2-tailed)	.375	.019	.396	.848		.000	.553	.269	.861	.396	.009
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y6	Pearson Correlation	.358**	.023	.160	.108	.457**	1	.073	-.107	-.036	-.095	.460**
	Sig. (2-tailed)	.001	.833	.136	.316	.000		.500	.319	.741	.380	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y7	Pearson Correlation	-.033	-.057	.118	-.048	.064	.073	1	-.026	-.040	-.164	.248*
	Sig. (2-tailed)	.762	.599	.273	.654	.553	.500		.807	.710	.127	.020
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y8	Pearson Correlation	.038	.166	-.157	-.055	-.119	-.107	-.026	1	.092	.454**	.448**
	Sig. (2-tailed)	.724	.122	.143	.614	.269	.319	.807		.394	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y9	Pearson Correlation	-.053	.185	.058	-.017	-.019	-.036	-.040	.092	1	.276**	.389**
	Sig. (2-tailed)	.622	.085	.588	.876	.861	.741	.710	.394		.009	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y10	Pearson Correlation	-.036	.092	.063	.214*	-.092	-.095	-.164	.454**	.276**	1	.567**
	Sig. (2-tailed)	.738	.392	.558	.046	.396	.380	.127	.000	.009		.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.277**	.277**	.365**	.270*	.279**	.460**	.248*	.448**	.389**	.567**	1
	Sig. (2-tailed)	.009	.009	.000	.011	.009	.000	.020	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.135	10

RELIABILITY

```
/VARIABLES=X3 Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.349	11

2. LAMPIRAN UJI ASUMSI KLASIK NORMALITAS, MULTIKOLINEARITAS, HETEROKEDASTISITAS, UJI T DAN KOEFISIEN DETERMINASI.

```
REGRESSION  
/MISSING LISTWISE  
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL  
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)  
/NOORIGIN  
/DEPENDENT Y  
/METHOD=ENTER X  
/SCATTERPLOT=(+SRESID , +ZPRED)  
/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)  
/SAVE RESID.
```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Media Sosial Lazismu ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat Menjadi Muzakki

b. All requested variables entered.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92172478

Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.061
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.140 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.344 ^a	.118	.108	1.93287

- a. Predictors: (Constant), Media Sosial Lazismu
b. Dependent Variable: Minat Masyarakat Menjadi Muzakki

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.150	1	43.150	11.550	.001 ^b
	Residual	321.293	86	3.736		
	Total	364.443	87			

- a. Dependent Variable: Minat Masyarakat Menjadi Muzakki
b. Predictors: (Constant), Media Sosial Lazismu

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	28.756	3.852		7.464	.000		
	Media Sosial Lazismu	.315	.093	.344	3.399	.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat Menjadi Muzakki

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalu e	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Media Sosial Lazismu
1	1	1.999	1.000	.00	.00
	2	.001	37.368	1.00	1.00

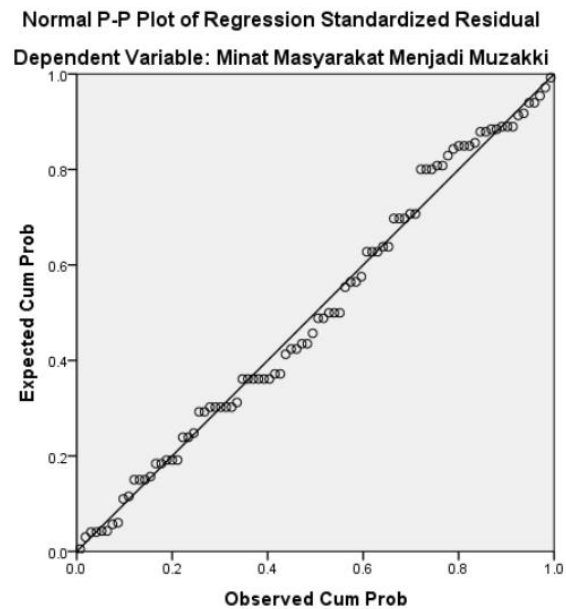
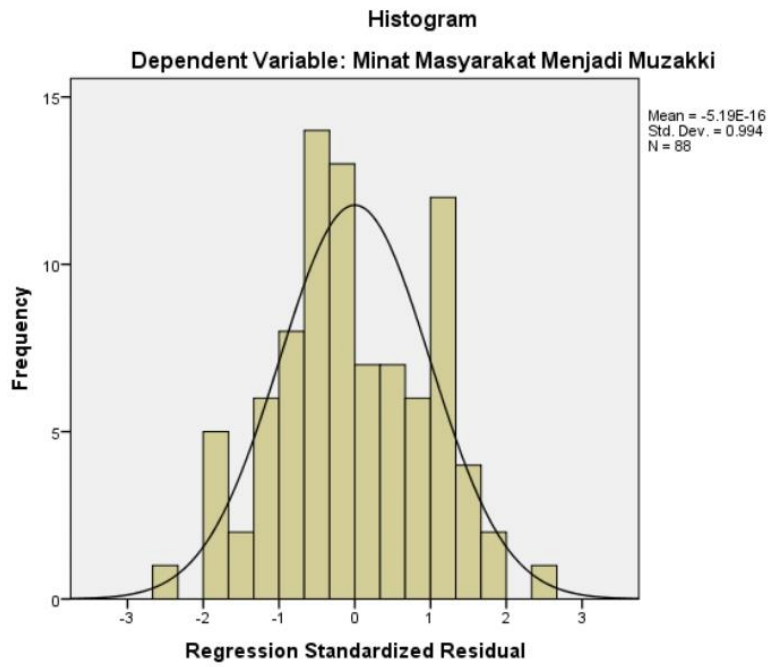
a. Dependent Variable: Minat Masyarakat Menjadi Muzakki

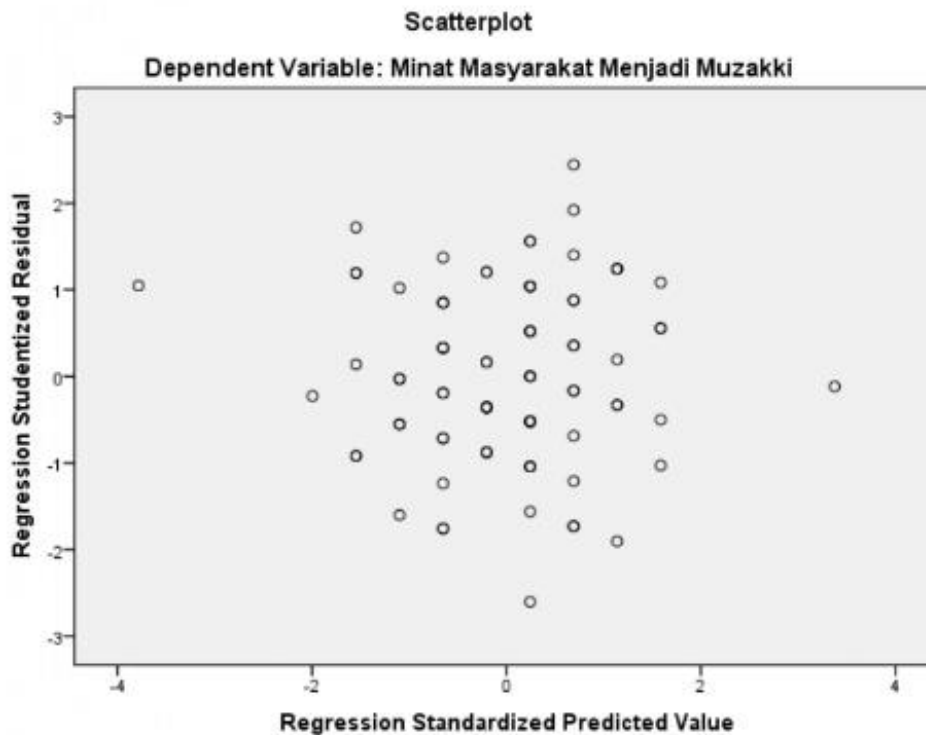
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximu m	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	39.1631	44.2092	41.8295	.70426	88
Std. Predicted Value	-3.786	3.379	.000	1.000	88
Standard Error of Predicted Value	.210	.811	.275	.098	88
Adjusted Predicted Value	38.7704	44.2440	41.8240	.72358	88
Residual	-5.00157	4.68305	.00000	1.92172	88
Std. Residual	-2.588	2.423	.000	.994	88
Stud. Residual	-2.603	2.444	.001	1.005	88
Deleted Residual	-5.06257	4.76340	.00554	1.96386	88
Stud. Deleted Residual	-2.697	2.518	.001	1.015	88
Mahal. Distance	.041	14.335	.989	2.029	88
Cook's Distance	.000	.117	.011	.017	88
Centered Leverage Value	.000	.165	.011	.023	88

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat Menjadi Muzakki

Charts





NPAR TESTS
 /K-S(NORMAL)=RES_1
 /MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92172478
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.061
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.140 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

3. LAMPIRAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

```
FREQUENCIES VARIABLES=JENIS_KELAMIN PENDIDIKAN USIA
  /BARCHART=FREQ
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

[DataSet0]

Statistics

		JENIS_KELAMIN	PENDIDIKAN	USIA
		N		
N	Valid	88	88	88
	Missing	0	0	0

Frequency Table

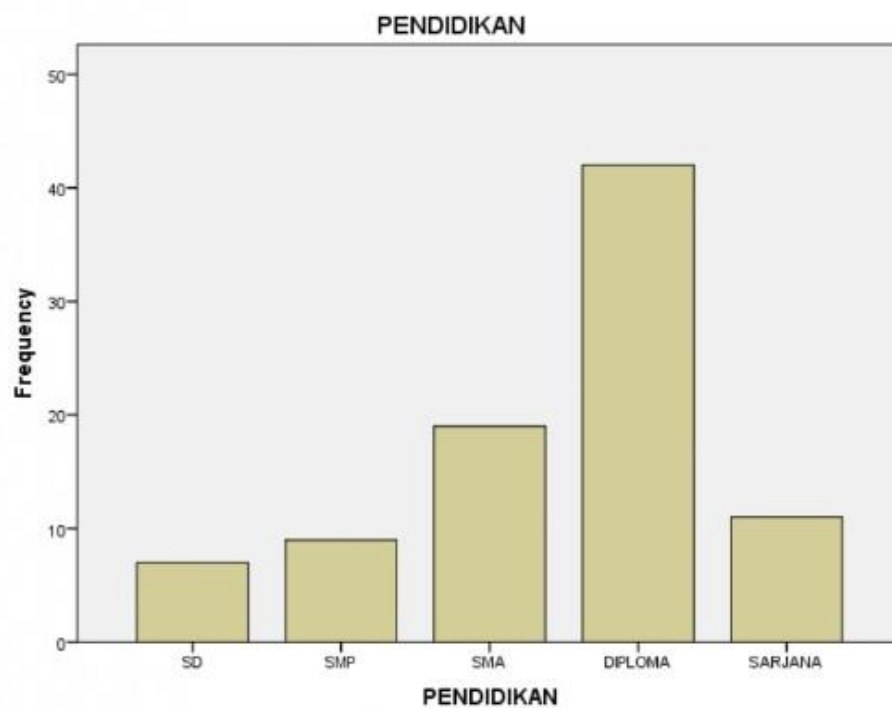
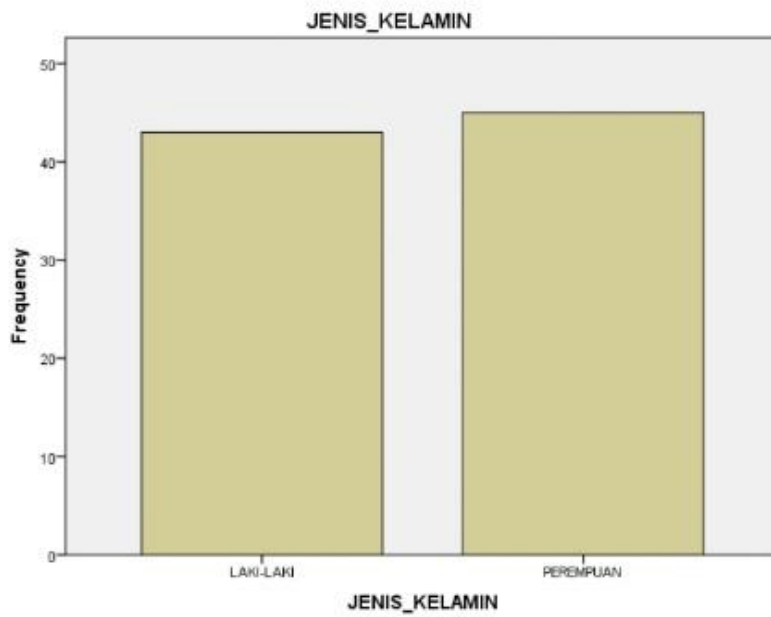
JENIS_KELAMIN

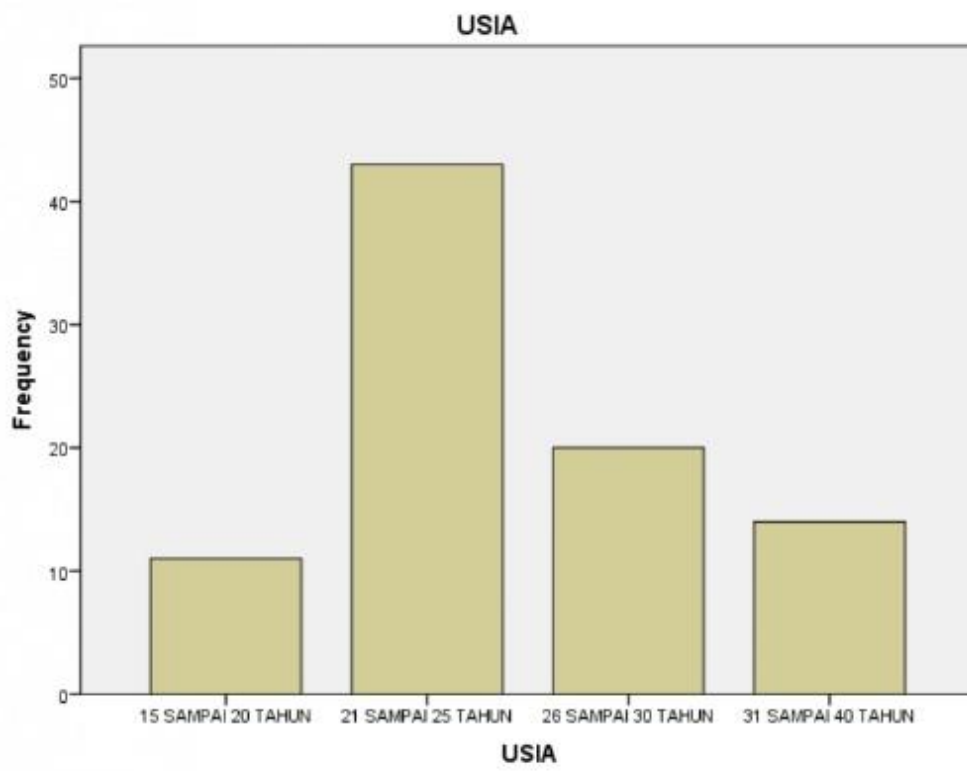
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	43	48.9	48.9	48.9
	PEREMPUAN	45	51.1	51.1	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	7	8.0	8.0	8.0
	SMP	9	10.2	10.2	18.2
	SMA	19	21.6	21.6	39.8
	DIPLOMA	42	47.7	47.7	87.5
	SARJANA	11	12.5	12.5	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

Bar Chart





Distribusi Nilai t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.346	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.846
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Tabel Daftar Pernyataan Angket

PENGARUH MEDIA SOSIAL LAZISMU TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI MUZAKKI DI LAZISMU KOTA MEDAN.

1. Media Sosial Lazismu Kota Medan.

No	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1	Media Sosial adalah alat komunikasi multifungs					
2	Media sosial bukan hanya alat untuk komunikasi melainkan juga untuk memberikan informasi dan promosi					
3	Media sosial dapat berperan sebagai penyebar berita yang positif di suatu lembaga					
4	Lazismu adalah lembaga yang transparansi, sehingga berapa dana yang terkumpul untuk Memberdayakan Masyarakat tertera didalam Web Lazismu Kota Medan.					
5	Lazismu juga memiliki komunikasi yang baik terhadap masyarakat maupun muzakki dan mampu memahami kebutuhan masyarakat kecil.					
6	Lazismu Kota Medan mempunyai Program-program yang mampu memberdayakan masyarakat					
7	Foto maupun video yang di share oleh akun Media sosial Lazismu adalah hal-hal yang telah memberdayakan masyarakat.					
8	Lazismu juga sering mengadakan ataupun mendukung acara-acara sosial untuk masyarakat.					
9	Media Sosial Lazismu juga sering memposting kata-kata yang membuat saya termotivasi akan indahnnya bersedekah.					
10	Program-program yang telah disalurkan adalah hal-hal untuk memberdayakan masyarakat kecil.					

2. Minat Masyarakat Mejadi Muzakki

No	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1	Minat dapat diartikan sebagai perasaan tertarik seseorang terhadap sesuatu yang menimbulkan keinginan dan dorongan yang kuat untuk untuk melakukan hal tersebut					
2	Setelah mengetahui arti dari suatu Lembaga Amal Zakat Infaq dan Sedekah maka saya berminat untuk mengeluarkan zakat melalui lembaga pengelolaan zakat ini.					
3	Saya juga berminat untuk mengeluarkan infaq & sedekah melalui lembaga pengelolaan zakat ini.					
4	Saya menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Lazismu karena niat saya terhadap Allat SWT dan dibantu dengan melihat postingan Lazismu yang selalu mengayomi dan memberdayakan masyarakat kecil.					

PENGARUH MEDIA SOSIAL LAZISMU TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI MUZAKKI DI LAZISMU KOTA MEDAN.

5	Saya menunaikan zakat, infaq dan sedekah di Lazismu karena keinginan diri sendiri dan sadar akan pentingnya berzakat, infaq dan sedekah.				
6	Saya meyakini bahwa zakat, infaq dan sedekah yang saya sumbangkan kepada Lazismu akan dikelola dengan baik terhadap lembaga ini.				
7	Saya juga meyakini bahwa dana yang telah saya sumbangkan dikelola dengan membuahakan hasil yang positif terhadap masyarakat kecil.				
8	Dengan adanya Program-program Memberdayakan Masyarakat Kecil, Saya jadi semakin yakin untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.				
9	Saya berminat menjadi Muzakki di Lazismu Kota Medan, karena adanya pengaruh dari Media Sosial yang kreatif dan Inovatif.				
10	Saya Benar-benar yakin untuk menjadi muzakki di Lazismu Kota Medan.				