

Media Sosial, Pengetahuan, dan Altruisme terhadap Minat Bersedekah Karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus

Aulia Rahma¹, Amirus Sodiq²

IAIN Kudus¹, IAIN Kudus²

Email: aulara782@gmail.com¹, amirussodiq@iainkudus.ac.id²

Abstract

Almsgiving is an activity that is carried out by everyone, so there are several factors in a person that can be the background to this activity. This research aims to determine the factors that can influence interest in giving alms by taking the variables of social media, knowledge, and altruism. This type of research is quantitative research using the case study method. The population taken was employees of Menara Kudus Printing and Publishing company. The number of samples taken using the Slovin formula is 59 employees. The data collection technique used was a questionnaire. The analysis method uses multiple linear regression analysis with the SPSS 26 software application. The results obtained from this research are that the social media variable does not have a significant influence on interest in giving alms, while the knowledge and altruism variables have a significant influence on interest in giving alms. For testing using the f test, it was found that all variables together had a significantly significant effect on interest in giving alms. From the coefficient determination test, all independent variables also contributed to the dependent variable by 45.3%.

Keywords: *Social Media; Knowledge; Altruism; Interest in Charity.*

Abstrak

Sedekah merupakan kegiatan yang banyak dilakukan oleh semua orang, sehingga ada beberapa faktor dari seseorang yang dapat melatarbelakangi sebuah kegiatan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang dapat memengaruhi minat bersedekah dengan mengambil variabel media sosial, pengetahuan, dan altruisme. Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan metode studi kasus. Populasi yang diambil yaitu karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus dengan jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin dan didapatkan angka sebanyak 59 orang karyawan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan aplikasi software SPSS 26. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu variabel media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah sedangkan untuk variabel pengetahuan dan altruisme memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat bersedekah. Untuk pengujian dengan uji f didapatkan seluruh variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat bersedekah. Dari hasil pengujian uji determinasi koefisiensi seluruh variabel independen juga memberikan kontribusi terhadap variabel dependen sebesar 45,3%.

Kata Kunci: Media Sosial; Pengetahuan; Altruisme; Minat Bersedekah.

PENDAHULUAN

Keberlangsungan hubungan antarmanusia tak luput dari ajaran agama yang menjadi unsur utama terpenting dalam terlaksananya kehidupan bersosial. Peran agama menjadi pondasi kuat yang pengaruhnya dapat dirasakan secara nyata dalam kehidupan umat manusia dalam aspek aspek kehidupan. Dari nilai dan kepercayaan agama dapat mempengaruhi tatanan hidup bersosial (Nasution & Albani, 2015).

Sisi lain karena didikan agama, saling membantu juga memiliki nilai kemasyarakatan yang bisa dikatakan cukup tinggi. Dikarenakan dalam kehidupan sosial permasalahan sering terjadi pada lingkungan sekitar seperti ketimpangan sosial. Faktor yang biasa terjadi di lingkungan sekitar masyarakat paling utamanya ialah kemiskinan (Alia Akhmad, 2021).

Dalam hal di atas maka sesama makhluk tuhan beragama harus memiliki solusi dalam menyelesaikan masalah sosial. Sebagaimana contohnya ialah dengan melakukan gerakan kedermawanan atau yang bisa disebut dengan filantropi. Kegiatan filantropi yaitu memberikan sebagian harta yang dimiliki untuk membantu sesama yang membutuhkan, seperti zakat infaq dan sedekah (Farma & Umuri, 2021). Dengan melihat potensi filantropi di Indonesia terutama sedekah diharapkan dapat mengurangi masalah sosial seperti kemiskinan. Potensi sedekah pada tingkat nasional dinilai cukup tinggi dikarenakan pada data BAZNAS dana infaq dan sedekah tahun 2021 mencapai nominal sebesar Rp2.674.463.060.421,00. Dikatakan dalam data tersebut mengalami peningkatan dalam pengumpulannya sebesar 13.59 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan peningkatan layanan yang awalnya di serahkan secara langsung menjadi layanan digitalisasi yang dapat mempermudah anak generasi muda menyalurkan sedekah (Syifa S. Mukrimaa et al., "Outlook Zakat Indonesia," Pusat Kajian Strategis BAZNAS 6, August 2023). Tahun 2024 data yang terkumpul dari sedekah subuh, sedekah awal tahun, paket gizi nusantara, serta keutamaan sedekah jumat sudah mencapai Rp710.605.116,00 yang mana pada nominal angka tersebut akan terus bertambah seiring berjalannya waktu.

Sedekah yang didapatkan dengan nominal telah dipaparkan pada dasarnya dilaksanakan atas dasar keinginan pribadi, sukarela tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga tidak diwajibkan oleh agama. Untuk mendapatkan sumbangan sedekah dapat dilakukan dengan mengadakan galang dana oleh organisasi tertentu atau lembaga yang sudah dibentuk oleh pemerintah. Bentuk sedekah itu dapat berupa materi dan non-materi yang selanjutnya diberikan kepada orang yang membutuhkan sesuai dengan kebutuhan. Sebelum seseorang melakukan sedekah pasti ada alasan mengapa dirinya melakukan hal tersebut entah setelah dirinya melihat iklan layanan masyarakat di media sosial atau karena pengetahuan ilmu agama mengenai sedekah yang mereka pelajari membuat rasa ingin

berbagi menjadi meningkat atau karena sifat altruisme dalam diri mereka yang membuat mengutamakan membantu sesama lebih penting di bandingkan diri sendiri. Dengan contoh sikap altruisme adalah dengan berdonasi kepada rekan yang sedang tertimpa musibah, orang tua atau kerabat karyawan pada perusahaan sudah berpulang ke rahmatullah maka disaat itulah karyawan yang lain mengumpulkan donasi seikhlasnya.

Salah satu perusahaan yang dapat memberikan contoh bersedekah atau melakukan sebuah donasi ialah perusahaan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus dengan menggunakan dana CSR, walaupun tidak dianggarkan. Akan tetapi setiap pengeluaran donasi di perusahaan tersebut telah dicatat akuntansinya sehingga dapat mengeluarkan donasi. Berikut merupakan data donasi yang dikeluarkan oleh perusahaan Percetakan Menara, yaitu:

Tabel 1
Data Donasi Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus

Tanggal	Keterangan	Banyak Barang/ Nominal
17/08/2023	Bantuan dana event Maulid Nabi Muhammad SAW	Rp200.000,00
06/09/2023	Bantuan sedekah	Rp200.000,00
08/10/2023	Bantuan pembangunan masjid	Rp300.000,00
25/09/2023	Al-Quran kecil	10 mushaf
25/09/2023	Al-Quran terjemahan	25 mushaf
20/12/2023	Donatur tetap	Rp100.000,00
28/12/2023	Sumbangan Haul KHR. Asnawi Benda Kerjasaan Kudus	Rp300.000,00

Sumber: Data PT Percetakan Menara Kudus

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *research gap* pada penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Musyaffak Kholil (Kholil, 2020) memperoleh kesimpulan dalam jurnalnya bahwa variabel altruisme tidak berpengaruh secara signifikan terhadap zakat pertanian yaitu masih rendah dikarenakan sebagian orang berfikir, kebutuhan harian mereka lebih penting. Sedangkan dalam penelitian Era Pramukti Utami (Utami, 2020) memperoleh kesimpulan pada skripsinya bahwa variabel altruisme berpengaruh terhadap minat berwakaf uang dan perilaku altruisme sangat tinggi. Kemudian tentang media sosial oleh beberapa penelitian terdahulu Iswahyuni (Iswahyuni, 2021), media sosial berpengaruh signifikan dalam loyalitas muzaki dalam membayar zakat, infaq, dan bersedekah.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini berfokus pada variabel media sosial, pengetahuan, dan altruisme serta memiliki

tujuan guna mengetahui apakah variabel tersebut mempengaruhi minat bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

KAJIAN LITERATUR

Teori Prosocial

Ahli Penner, Dovidio, Piliavin, dan Schroeder memiliki pendapat bahwa perilaku sosial atau yang dapat disebut dengan prososial behavior merupakan perilaku yang memiliki tujuan sebagai memprioritaskan keuntungan orang lain. Dalam perkembangan prososial dilihat sebagai pengertian yang berkaitan dengan sosialisasi dan empati (Rafif, 2023). Dari pengertian tersebut maka dapat dimaknai sebagai perilaku prososial maka dapat disimpulkan bahwa membantu seseorang dengan meringankan beban orang lain. Mulai dari beban psikologi hingga fisik, serta ikut mendorong dengan tenaga dan pikiran. Caranya dengan memperhatikan kesejahteraan orang lain tanpa memikirkan diri sendiri.

Ada beberapa teori dalam perilaku sosial menurut Sarwono dan Meinarno (Tartila & Aulia, 2021) yaitu sebagai berikut:

1. Teori evolusi, ini diartikan sebagai teori ketika seseorang menolong orang lain dikarenakan ingin mempertahankan jenisnya sendiri. Contoh seperti perlindungan terhadap kerabat dekat atau golongan terdekat dari seseorang tersebut.
2. Teori belajar, ini diartikan sebagai teori seseorang menolong dikarenakan adanya proses pembelajaran melalui pengamatan terhadap model prososial dan ketika seseorang bertingkah laku sosial sebagai pertukaran dengan memberi dan menerima.
3. Teori empati, ini diartikan sebagai teori seseorang cenderung menjadi seorang penolong ketika dihadapi oleh keadaan melihat orang lain mengalami kesulitan hingga memunculkan sifat empati.

Sedekah

Sedekah menurut bahasa berasal Bahasa Arab shadaqa yang memiliki arti benar. Sedangkan menurut terminologi syariat mengenai pengertian sedekah mengeluarkan sebagian dari harta yang dimiliki untuk kepentingan yang disyariatkan oleh agama Islam akan tetapi dengan cakupan yang lebih luas tak hanya terpaku dengan jenis sedekah materi tapi juga nonmateri (Didin Hafidhuddin, 1998). Sedangkan menurut M. Zaidi Abdad (Abdad, 2003) menerjemahkan sedekah sebagai sesuatu dari orang muslim secara tulus atau ikhlas tidak terikat oleh ketentuan waktu dan jumlah nominal tertentu, pemberian oleh seseorang diperuntukkan orang lain dengan mengharap rida Allah SWT serta pahala yang berlimpah. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa sedekah merupakan perbuatan berderma untuk kemaslahatan umat, dengan melihat kemampuan orang yang bersedekah. Bisa dengan materi seperti uang, barang barang yang memiliki manfaat untuk penerima tanpa sebuah ikatan

ketentuan yang mengikat seperti halnya zakat, bisa juga dengan nonmateri terikat dengan cara sedekah tenaga ataupun sedekah ilmu. Menjadikan makna sedekah menjadi lebih luas tanpa terbatas dimensi ruang dan waktu.

Menurut Nasroen Harun (Harun, 2007), macam macam sedekah di aplikasikan dalm bentuk prilaku manusia, yaitu:

1. Memberikan materi kepada orang lain.
2. Selalu berbuat amar ma'ruf nahi munkar dalam keseharian.
3. Berperilaku adil dalam menghadapi masalah yang terjadi.
4. Siap dalam membantu orang yang membutuhkan pertolongan.
5. Menyingkirkan halauan rintangan yang dapat mengganggu kelancaran lalu lintas jalan.
6. Selalu mengingat Allah dengan melakukan dzikir, bertasbih, takbir, serta istigfar.
7. Memberikan senyuman.
8. Segala perbuatan yang mengandung kebaikan bagi diri sendiri dan orang lain.

Media Sosial

Media sosial menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berawal dari kata media yang memiliki arti perantara atau penghubung yang menghubungkan antara dua individu orang atau lebih. Sedangkan kata sosial adalah berkenaan dengan antar manusia atau masyarakat (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008). Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah perantara untuk menghubungkan orang orang melalui jejaring internet. Menurut Munadhil Abdul Muqsith (Muqsith, 2022) media sosial adalah suatu tempat, wadah sebuah media online yang para penggunanya untuk dapat berpartisipasi, membagikan, menciptakan ruang virtual. Berupa blog, jejaring sosial, wiki, serta forum diskusi didunia maya. Dari pengertian tersebut media sosial adalah jejaring internet yang menghubungkan antara individu satu dengan lainnya atau antar kelompok tanpa saling bertatap muka. Oleh karena itu media sosial sangat efektif jika digunakan sebagai perantara yang digunakan oleh lembaga guna mempromosikan produk yang mereka tawarkan, dan itu berguna menyebarluaskan tanpa mengeluarkan dan dapat menekan biaya yang banyak.

Ada beberapa jenis media sosial dalam internet menurut Agus Yulistiono (Ginting et al., 2021), menggolongkannya sebagai berikut:

1. Media jejaring sosial (*social networking*). Sarana ini paling lumrah untuk melakukan hubungan sosial, yang mana pada setiap penggunanya dapat menjalin hubungan pertemanan baik dalam kehidupannyata maupun maya.

2. Jurnal online (blog). Media sosial jenis ini seringkali digunakan sebagai membagikan kegiatan seharian, dapat saling berbagi dan mengomentari melalui tautan maupun website.
3. Jurnal online sederhana atau microblog (micro-blogging). Hampir sama dengan jurnal online akan tetapi terdapat perbedaan, untuk microblog sendiri hanya memfasilitasi para pengguna dengan menulis secara padat dan mempublikasikan aktifitas atau pendapat yang ingin dibagikan.
4. Media berbagi (*media sharing*). Media sosial sharing merupakan jenis yang difasilitasi untuk membagikan dokumen seperti video, gambar, audio, dan lainnya.
5. Penanda sosial (*social bookmarking*). Media ini digunakan sebagai media informasi atau suatu berita yang didapatkan secara online.
6. Konten bersama atau wiki. Wiki merupakan hasil kolaborasi dari para penggunanya seperti dalam kamus serta ensiklopedia yang merupakan kumpulan artikel yang dikerjakan bersama sama untuk mengisi konten dalam situs ini.

Pengetahuan

Sebuah ilmu pengetahuan secara harfiah merupakan ilmu yang memiliki penjelasan mengenai apa yang telah menjadikannya objek kajiannya, bagaimana ilmu tersebut terbentuk dan apa yang membuatnya terbentuk serta bagaimana prosedur serta manfaat yang akan didapatkan oleh umat manusia dalam mempelajarinya (Ridwan et al., 2021). Menurut Mukhtar Latif bahwa pengetahuan adalah sesuatu yang ada secara pasti pada dalam diri setiap individu manusia. Maka dari itu pengetahuan didapatkan manusia melalui penalaran dari yang ingin diketahui (Latif, 2015).

Ilmu pengetahuan dalam perkembangannya terus mendorong seseorang untuk mencari kebenaran, semakin banyak orang yang berusaha mencari kebenaran dengan menguji teori baru berlandaskan teori yang lama sehingga akan didapatkan ilmu baru. Oleh sebab itu maka, sebagai makhluk ciptaan Allah manusia wajib aktif mencari solusi dari problematika yang mereka hadapi. Dalam al-Quran Allah telah berfirman mengenai umat manusia yang dianjurkan untuk terus mencari ilmu pengetahuan pada al-Qur'an surah at-Taubah 9: ayat 122 (Lubis, 2016).

Menerangkan bahwa Allah mengutus umatnya untuk menuntut ilmu dibandingkan dengan berjihad di jalan Allah dengan cara berperang lebih diutamakan untuk menuntut ilmu. Oleh sebab itu ilmu pengetahuan sangat penting dalam keseharian umat manusia. Dengan mendalami ilmu sama dengan membantu dalam menyiarkan agama Islam dengan dakwah Islam terutama dalam pengajaran nilai *ukhuwah islamiyah* sesama manusia.

Dalam konteks manajemen zakat infaq dan sedekah, masyarakat Islam memiliki tingkatan ilmu pengetahuan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Dengan adanya tingkatan pengetahuan tersebut

maka dapat digunakan untuk menafsirkan sebuah informasi baru yang menimbulkan peningkatan minat masyarakat terhadap minat bersedekah.

Altruisme

Awal mula kata altruisme diambil dari Bahasa Spanyol yang merupakan kata "altrui" memiliki makna arti orang lain. Dalam Bahasa Latin, altruisme dari kata "alter" merupakan yang lain atau lain. Dalam Bahasa Inggris, altruisme disebut sebagai "altruism" artinya memikirkan kepentingan orang lain. Dalam penjabarannya altruisme menurut Agusute Comte sebagai orang yang pertama kali dalam menggunakan istilah altruisme mengemukakan bahwa altruis merupakan suatu dorongan atau motif untuk membantu seseorang. Adapun ketika seseorang lebih mementingkan orang lain dibanding melihat keadaan dirinya sendiri (Rahmat et al., 2021). Sedangkan menurut Baron dan Byrne merupakan suatu ketulusan yang diberikan dari seseorang ditujukan kepada keorang lain tanpa mengharapkan utang budi terhadap orang yang yang ditolong. Dengan maksud bahwa sikap altruisme ini dapat melatih keikhlasan seseorang untuk sesamanya (Fakhriyah & Aulia, 2019) dimana sikap altruisme dinyatakan sebagai kebalikan dari sikap egois.

Ditinjau dari prespektif agama, Islam tidak mengenal dengan istilah altruisme. sebagai gantinya agama Islam mengenal dengan kata "itsar" yang kurang lebih sama dengan kata altruisme akan tetapi dengan batasan tertentu (Sarasati & Jaenudin, 2021). Apabila dikaitkan dengan ajaran Islam hal mendasar dari altruisme dapat ditemukan pada ayat Al-Qur'an yaitu surah Al-Maidah (5) ayat 2 (Rahman, 2017). Pada ayat tersebut perintah Allah SWT mengenai tolong menolong (*itsar*) sudah sangat jelas tertera dalam tafsir Al-Quran. Akan tetapi pada praktiknya tidak banyak orang lebih mementingkan kepentingan orang lain dengan mengorbankan kepentingan dirinya sendiri. Karena hal ini tak mudah untuk dijalankan. Padahal akhlak mulia seperti ini merupakan akhlaq tertinggi dari *ukhawah islamiyah*. Dalam agama Islam, hal ini bukanlah sesuatu yang mustahil untuk dijalankan.

Ditinjau dari prespektif Islam, altruisme sama dengan sifat *al-itsar* yaitu sikap serta perilaku utama yang dilakukan oleh manusia yang sanggup dan tidak hanya memberikan simpati semata serta berempati kepada orang lain tapi juga berkorban dan memberi sesuatu yang memiliki nilai bagi orang lain meski dirinya juga berharap keberkahan dari Allah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus (Darmawan, 2013). Populasi yang ada dalam penelitian ini karyawan yang bekerja di Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus dengan jumlah karyawan sebanyak 139 orang, denga sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin didapatkan

sebanyak 59 orang (Umar, 2003). Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari para karyawan. Metode analisis adalah dengan analisis regresi linier berganda dikarenakan untuk menguji hipotesis untuk membuktikan dugaan sementara tersebut. Aplikasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 26.

PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus. Jenis kelamin responden rata-rata laki-laki dengan jumlah 43 dengan presentase 72,9% sedangkan perempuan berjumlah 16 dengan presentase 27,1%. Usia karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus pada usia 16-25 tahun terdapat 12 orang karyawan dengan presentase 20,3%, usia 26-35 tahun terdapat 18 orang karyawan dengan presentase 30,5%, usia 36-45 tahun terdapat 11 orang karyawan dengan presentase 18,6%, kemudian untuk usia 45 keatas terdapat 18 orang karyawan dengan presentase 30,5%. Karakteristik responden melalui pendidikan terakhir dapat diketahui bahwa pendidikan sekolah dasar (SD) terdapat 2 orang karyawan dengan presentase 3,4%, pendidikan sekolah menengah pertama (SMP/SLTP) terdapat 1 orang karyawan dengan presentase 1,7%, pendidikan sekolah menengah atas (SMA/SLTA) terdapat 42 orang karyawan dengan presentase 71,2% menjadikan pendidikan tingkat SMA merupakan pendidikan akhir terbanyak oleh karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus. Diikuti oleh pendidikan sarjana yang terdapat 10 orang karyawan dengan presentase 16,9%, kemudian untuk pendidikan diploma terdapat 3 orang karyawan dengan presentase 5,1%, selanjutnya untuk pendidikan lainnya yaitu seperti lulusan pondok pesantren terdapat 1 orang karyawan dengan presentase 1,7%. Karakteristik yang terdapat pada pendapatan perbulan karyawan menunjukkan karyawan yang mendapat pendapatan kurang dari Rp1.500.000,00 terdapat 7 orang karyawan dengan presentase 11,9%, pendapatan Rp1.500.000,00 - Rp2.500.000,00 perbulan terdapat 40 orang karyawan dengan presentase 67,8% ini menjadikan pendapatan ini paling banyak diterima oleh para karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus, pendapatan Rp2.500.000,00 - Rp3.500.000,00 terdapat 8 orang karyawan dengan presentase 13,6%, untuk karyawan dengan pendapatan perbulan lebih dari Rp3.500.000,00 terdapat 4 orang karyawan dengan presentase 6,8%.

Uji Validitas

Guna mengetahui nilai angka pada r_{tabel} dapat digunakan sebuah rumus yaitu degree of freedom (df) = $n - 2$, (df) = $59 - 2 = 57$. Maka dari itu hasil perhitungan pada nilai r_{tabel} tersebut diketahui terdapat pada nilai 0,2564.

Tabel 2
Hasil Instrument Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Item-Total Correlation (r_{hitung})	Standart Value Correlation (r_{tabel})	Keterangan
Media Sosial (X1)	X1_1	0,764	0,2564	Valid
	X1_2	0,842	0,2564	Valid
	X1_3	0,713	0,2564	Valid
	X1_4	0,638	0,2564	Valid
	X1_5	0,527	0,2564	Valid
Pengetahuan (X2)	X2_1	0,515	0,2564	Valid
	X2_2	0,594	0,2564	Valid
	X2_3	0,775	0,2564	Valid
	X2_4	0,681	0,2564	Valid
	X2_5	0,695	0,2564	Valid
	X2_6	0,714	0,2564	Valid
Altruisme (X3)	X3_1	0,616	0,2564	Valid
	X3_2	0,730	0,2564	Valid
	X3_3	0,859	0,2564	Valid
	X3_4	0,797	0,2564	Valid
Minat Bersedekah (Y)	Y1_1	0,683	0,2564	Valid
	Y1_2	0,746	0,2564	Valid
	Y1_3	0,675	0,2564	Valid
	Y1_4	0,760	0,2564	Valid
	Y1_5	0,670	0,2564	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Uji validitas memiliki tujuan sebagai mengukur seberapa tingkat kevalidan pada suatu item pertanyaan. Kesimpulan dari data yang telah diolah menggunakan SPSS 26 pada Tabel 2 bahwa besaran nilai pada r_{hitung} memiliki nilai lebih tinggi daripada nilai r_{tabel} sehingga dapat diartikan bahwa keseluruhan item pertanyaan yang ada pada masing-masing variabel dapat dinyatakan "valid".

Uji Reabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Standart Value Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Media Sosial	0,6	0,740	Realiabel
Pengetahuan	0,6	0,714	Realiabel
Altruisme	0,6	0,735	Realiabel

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Mengambil kesimpulan dari data yang telah diolah menggunakan SPSS dalam Tabel 3 bahwa masing-masing variable memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6. Sehingga semua instrumen pada variabel memenuhi kriteria reabilitas yang baik.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		59
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80146262
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.093
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.166 ^c

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Mengambil kesimpulan dari data yang telah diolah menggunakan SPSS 26 dalam Tabel 4 bahwa asymp sig sebesar 0,166 yang mana nilai ini lebih besar dari kriteria nilai tolerance uji normalitas yaitu 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut telah berdistribusi dengan normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Tabel 5
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Standart Value Significant	Significant
Media Sosial (X1)	0,05	0,134
Pengetahuan (X2)	0,05	0,256
Altruisme (X3)	0,05	0,235

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Menampilkan data yang telah diolah pada SPSS 26 dalam Tabel 5 bahwa seluruh variabel dalam pengujian ini memiliki nilai signifikansi yang lebih besar daripada nilai standar 0,05. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak adanya indikasi heterokedastisitas.

3. Uji Multikolonieritas

Tabel 6
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	Collinearity Statistics	VIF	Collinearity Statistics VIF
Media Sosial	0,1	0,992	10,00	1,008
Pengetahuan	0,1	0,636	10,00	1,573
Altruisme	0,1	0,639	10,00	1,566

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Kesimpulan yang dapat diambil melalui analisa Tabel 6 yang terjadi pada pengujian multikolonieritas adalah seluruh nilai variabel yang terdapat pada nilai Collinearity Statistics Tolerance lebih besar dibandingkan dengan nilai tolerance yaitu 0,1. Sedangkan pada nilai Collinearity Statistics VIF memiliki nilai kecil dibandingkan dengan nilai VIF yaitu $1,008 < 10,00$ dan $1,573 < 10,00$ dan $1,566 < 10,00$. Oleh sebab itu dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa dalam pengujian ini tidak terdapat multikolinieritas.

Analisis Regresi Linier berganda

Tabel 7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.563	2.901		-.194	.847
Media Sosial	.113	.078	.140	1.439	.156
Pengetahuan	.310	.117	.323	2.654	.010
Altruisme	.536	.151	.431	3.545	.001

a. Dependent Variable: Minat Bersedekah

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Dari Tabel 7, maka diperoleh persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu $Y = -0,563 + 0,113 X_1 + 0,310 X_2 + 0,536 X_3 + e$.

Uji R² (koefisiensi Determinasi)

Tabel 8
Hasil Uji R² (Koefisiensi Diterminan)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 ^a	.481	.453	1.850

a. Predictors: (Constant), Altruisme, Media Sosial, Pengetahuan

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Dari Tabel 8 diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,453. Oleh sebab itu dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa variable media sosial, pengetahuan, dan altruisme memiliki kontribusi yang berpengaruh sebesar 45,3%. Sedangkan pengaruh selebihnya yaitu dengan nilai 54,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada pada penelitian ini.

Uji F (Simultan)

Guna mengetahui nilai angka pada F_{tabel} dapat digunakan sebuah rumus yaitu $F(k;n-k) = F(3;59-3) = F(3;56) = 2,769$, maka dari hasil perhitungan di atas nilai pada F tabel dapat diketahui yaitu terdapat pada nilai 2,769.

Tabel 9
Hasil Uji F (Simultan)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174.758	3	58.253	17.022	.000 ^b
	Residual	188.226	55	3.422		
	Total	362.983	58			

a. Dependent Variable: Minat Bersedekah

b. Predictors: (Constant), Altruisme, Media Sosial, Pengetahuan

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Kesimpulan yang dapat diambil melalui analisa tabel yang terjadi pada pengujian F (simultan) adalah pada nilai $F_{hitung} 17.022 > F_{tabel} 2,769$. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial, pengetahuan, dan altruisme secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

Uji T (Parsial)

Guna mengetahui nilai angka pada t_{tabel} dapat digunakan sebuah rumus yaitu $df = n-k-1$, $df = 59-3-1 = 55$, sedangkan untuk nilai signifikansi yaitu pada nilai $0,05/2 = 0,025$, maka t_{tabel} diperoleh 2,004.

Tabel 10
Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	Standart Value t_{tabel}	t_{hitung}	Standart Sig.	Sig.	keterangan
Media Sosial (X1)	2,004	1.439	0,05	0,156	Tidak Pengaruh
Pengetahuan (X2)	2,004	2.654	0,05	0,010	Berpengaruh
Altruisme (X3)	2,004	3.545	0,05	0,001	Berpengaruh

Sumber: Data Diolah SPSS 26

1. Uji Parsial Variabel Media Sosial (X1)

Hasil dari nilai t_{hitung} yaitu $1.439 < t_{tabel}$ dengan nilai 2,004, serta dengan nilai signifikansi dari variabel media sosial yang terdapat pada tabel kolom sig bernilai $0,156 > 0,05$. Oleh sebab itu dapat ditunjukkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak, yang artinya media sosial (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

2. Uji Parsial Variabel Pengetahuan (X2)

Hasil dari nilai t_{hitung} yaitu $2.654 > t_{tabel}$ dengan nilai 2,004, serta dengan nilai signifikansi dari variabel media sosial yang terdapat pada tabel kolom sig bernilai $0,010 < 0,05$. Oleh sebab itu dapat ditunjukkan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak, yang artinya pengetahuan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

3. Uji Parsial Variabel Altruisme (X3)

Hasil dari nilai t_{hitung} yaitu $3.545 > t_{tabel}$ dengan nilai 2,004, serta dengan nilai signifikansi dari variabel media sosial yang terdapat pada tabel kolom sig bernilai $0,001 < 0,05$, oleh sebab itu dapat ditunjukkan bahwa H3 diterima dan H0 ditolak, yang artinya altruisme (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

KESIMPULAN

Didasarkan atas penelitian yang telah dilakukan diperoleh simpulan yaitu media sosial tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap minat bersedekah, pengetahuan mempengaruhi secara signifikan terhadap minat bersedekah, dan altruisme mempengaruhi secara signifikan terhadap minat bersedekah karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus. Jika dilihat secara uji simultan pada ketiga variabel media sosial, pengetahuan, altruisme bersama sama mempengaruhi variabel minat bersedekah. Selain itu, kontribusi yang didapatkan dari variabel independen terhadap variable dependen adalah sebesar 45,3%. Sedangkan pengaruh selebihnya yaitu dengan nilai 54,7% dipengaruhi oleh variable lainnya yang tidak ada pada penelitian ini.

Saran yang dapat dijadikan pertimbangan khususnya pada karyawan percetakan dan penerbitan menara kudus untuk mulai memahami mengenai kemudahan yang didapat melalui bersedekah lewat media sosial sehingga dapat meningkatkan minat saling membantu tolong menolong.

DAFTAR PUSTAKA

Abdad, M. Z. (2003). *Lembaga Perekonomian Umat di Dunia Islam* (1st ed.). Bandung: Angkasa.

- Alia Akhmad, K. (2021). Peran Pendidikan Kewirausahaan Untuk Mengatasi Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, Vol 2(6), 174. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/419>
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Didin Hafidhuddin. (1998). *Panduan Praktis Tentang Zakat Infaq Sedekah* (1st ed.). Jakarta: Gema Insani Press.
- Fakhriyah, F., & Aulia, P. (2019). Hubungan Kecerdasan Emosional dengan Altruisme Siswa SMA yang Mengikuti Kegiatan Ekstrakurikuler Pramuka. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(3), 3.
- Farma, J., & Umuri, K. (2021). Filantropi Islam dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat. *JEIPS: Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah*, Vol 1(1), 15.
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., P.S, T. E. A., Djaya, T. R., Ayu, A. S., & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Harun, N. (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Iswahyuni, I. (2021). Pengaruh Iklan Zakat melalui Media Online Terhadap Loyalitas Muzaki di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Bali. *Widya Balina*, Vol 6(2), 273–283. <https://doi.org/10.53958/wb.v6i2.105>
- Kholil, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Altruisme, dan Pemahaman Zakat Terhadap Petani Membayar Kewajiban Zakat. *Etheses IAIN Ponorogo*, 35.
- Latif, M. (2015). *Orientasi ke Arah Pemahaman Filsafat Ilmu* (1st ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lubis, A. Y. (2016). *Filsafat Ilmu Klasik Hingga Kontemporer* (1st ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., Yulia, C. A., Schulz, N. D., Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2023). Outlook Zakat Indonesia. *Pusat Kajian Strategis BAZNAS*, Vol 6(August), 128.
- Muqsith, M. A. (2022). *Pesan Politik di Media Sosial Twitter*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Nasution, & Albani, M. S. (2015). *Ilmu Sosial Budaya Dasar* (1st ed.). Jakarta: Rajawali pers.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2008). Kamus Bahasa Indonesia. In *Statewide Agricultural Land Use Baseline 2015* (Vol. 1). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rafif, A. H. R. (2023). Pengaruh Perilaku Prosocial terhadap Minat Bersedekah (Pada Alumni STIE Muhammadiyah Jakarta Angkatan 96-97 Jurusan Akuntansi). 12.
- Rahman, A. A. (2017). *Psikologi Sosial Integrasi Pengetahuan Wahyu dan Pengetahuan Empirik* (1st ed.). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rahmat, H. K., Pernanda, S., Casmini, C., Budiarto, A., Pratiwi, S., & Anwar, M. K. (2021). Urgensi Altruisme Dan Hardiness pada Relawan Penanggulangan Bencana Alam: Sebuah Studi Kepustakaan. *Acta Islamica Counsonesia: Counselling Research and Applications*, Vol 1(1), 49. <http://alisyraq.pabki.org/index.php/aicra/article/view/87/59>
- Ridwan, M., Syukri, A., & Badarussyamsi, B. (2021). Studi Analisis tentang Makna Pengetahuan dan Ilmu Pengetahuan serta Jenis dan Sumbernya. *Jurnal*

- Geuthèë: *Penelitian Multidisiplin*, Vol 4(1), 39.
<https://doi.org/10.52626/jg.v4i1.96>
- Sarasati, B., & Jaenudin, U. (2021). Altruisme Pengobat Alternatif. *Jurnal Psikologi Integratif*, Vol 9(2), 262. <https://doi.org/10.14421/jpsi.v9i2.2216>
- Tartila, M. F., & Aulia, L. A.-A. (2021). Kecerdasan Interpersonal dan Perilaku Prososial. *Jurnal Psikologi : Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, Vol 8(1), 57. <https://doi.org/10.35891/jip.v8i1.2649>
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, P. E. (2020). Pengaruh Religiusitas, Perilaku Altruistik, dan Literasi terhadap Minat Berwakaf Uang Masyarakat Muslim Kabupaten Grobogan. *E-Print Walisongo*, Vol 21(1), 101.