

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA/I
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA JURUSAN EKONOMI
SYARIAH 2023 UNTUK BERDONASI DARI SISA PENGEMBALIAN UANG
BELANJA DI MINIMARKET**

Aulia Zahira Virki¹, Dillah Awaliyah², Ratu Fathia Nurfaiza³, Tajul Fazzari⁴, Titania Mukti⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: 5554230064@untirta.ac.id

ABSTRAK

This study was conducted to determine the effect of attitudes and behavior of Sultan Ageng Tirtayasa University students class of 2023 majoring in Sharia Economics on the decision to donate from the remaining shopping change at Minimarket. Quantitative research using multiple linear regression analysis methods. The method used for data collection is the questionnaire method as a tool for collecting primary data. The results stated that there was a positive influence between religiosity on student donation interest with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a calculated T value of $3.693 > T$ table value of 1.995 . There is no effect of demographic characteristics on student donation interest with a significance value of $0.504 > 0.05$ and a T value of $-0.671 < T$ table value 1.995 . There is no effect of education on student donation interest with a significance value of $0.512 > 0.05$ and a calculated T value of $0.660 < T$ table value 1.995 . The results also show that there is a positive and significant effect of religiosity, demographic characteristics, and education simultaneously on student donation interest with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Donation, Minimarket, Student Decision

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial yang senantiasa saling membutuhkan satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari kegiatan perekonomian. Tidak ada hari yang berlalu tanpa melewati kegiatan ekonomi. Tujuan akhirnya adalah untuk terpenuhinya kebutuhan hidup, kemudian dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia melakukan tukar menukar atau biasa disebut dengan jual beli, Jual beli adalah tukar-menukar benda dengan benda lain dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan (Sulthonuddin & Ali, 2023). Di dalam Islam transaksi lebih dikenal dengan istilah muamalah. Adapun pengertian dari muamalah itu sendiri merupakan suatu kegiatan tukar menukar barang yang memberikan manfaat tertentu. Pada dasarnya ada banyak sekali kegiatan yang termasuk ke dalam muamalah, sehingga bagi umat Islam bisa memilih macam muamalah yang sesuai dan saling

¹ Corresponding author : 5554230064@untirta.ac.id

memberikan manfaat antar satu dengan yang lainnya. Secara terminologi, muamalah dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu pengertian muamalah dalam arti luas dan dalam arti sempit (Dr Prilla Kurnia Ningsih. Lc., 2021). Pengertian muamalah dalam arti luas yaitu menghasilkan duniawi supaya menjadi sebab suksesnya ukhrawi (Dr Prilla Kurnia Ningsih. Lc., 2021).

Islam sebagai suatu sistem kehidupan manusia mengandung suatu tatanan nilai dalam mengatur semua aspek kehidupan manusia baik menyangkut sosial, politik, budaya, hukum, ekonomi dan sebagainya. Syariat Islam mengandung suatu tatanan nilai yang berkaitan dengan aspek akidah, ibadah, akhlaq dan muamalah (Ahmad Afan Zaini, 2021). Pada hakikatnya, manusia sebagai makhluk sosial mempunyai kodrat hidup dalam masyarakat. Dalam hidup bermasyarakat, disadari atau tidak bahwa manusia selalu berhubungan satu sama lain dalam menghadapi kebutuhan hidupnya, karena manusia diciptakan oleh Allah SWT. sebagai makhluk-Nya yang paling mulia bila dibandingkan dengan makhluk yang lain, hal ini ditunjukkan dengan disertakan akal pikiran dalam setiap diri manusia.

Kegiatan jual-beli atau perdagangan, Allah SWT memerintahkan kepada umatnya untuk berbuat jujur, adil, dan menegakkan kebenaran, karena setiap orang dituntut untuk mencari nafkah dengan cara yang benar. Perilaku jujur ini pasti dimiliki oleh sebagian besar Mahasiswa/i Ekonomi Syariah, mereka juga memiliki jiwa sosialisasi yang kuat dalam bersedekah karena mereka bukan hanya mempelajari ekonomi secara umum, melainkan dengan kaidah-kaidah Islam. Seiring dengan perkembangan zaman, manusia sebagai pelaku ekonomi memang tidak akan pernah berhenti dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang bertambah banyak dan beraneka ragam. Hal tersebut ditangkap oleh mereka yang mempunyai jiwa bisnis sebagai peluang besar yang dapat memberikan keuntungan yang besar. (Qotrunnada, Kholil, & Emiliyani, 2022)

Di zaman sekarang bermuamalah menjadi semakin beragam dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, salah satunya dengan berbelanja di minimarket. Minimarket adalah salah satu toko modern yang sedang berkembang saat ini, keberadaan minimarket semakin diterima masyarakat untuk mencari kebutuhan sehari-hari dengan lokasi yang lebih dekat karena minimarket sudah tersebar di beberapa desa atau kelurahan. Saat ini masyarakat lebih suka berbelanja kebutuhan sehari-hari di toko swalayan yang berforma minimarket contohnya Alfamart dan Indomaret, kedua outlet ini sudah banyak membuka cabang gerai sampai ke pelosok desa di seluruh Kota dan Kecamatan. Berbelanja di minimarket sering kali menjadi pilihan sebagian masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Saputra, Rifda Ilahy Rosihan, Widya Spalanzani, Ratih Kumalasari, & Hany Riyanti, 2022).

Cara bermuamalah sendiri semakin kompleks dan beragam dalam upaya manusia memenuhi kebutuhan hidup. Bagi sebagian orang, belanja telah menjadi aktivitas rutin untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Belanja barang dapat dilakukan dengan berbagai cara, jika dulu belanja sering dilakukan di pasar atau di toko-toko eceran biasa, namun dengan perkembangan waktu, belanja sudah banyak dilakukan di minimarket.

Ada kondisi tertentu di mana saat pembeli membayar barang belanjanya dengan uang lebih, konsekuensinya adalah penjual harus mengembalikan sisa uang. Misalnya ketika konsumen berbelanja di minimarket sebesar Rp. 49.000,00 sementara

konsumen membayar dengan uang pecahan Rp. 50.000,00 maka kembalian yang seharusnya di pegang konsumen sebesar Rp. 1.000,00 yang kemudian, kasir minimarket akan memberikan penawaran kepada konsumen untuk memberikan uang lebih tersebut untuk di donasikan, yang nantinya uang tersebut akan diberikan kepada pihak yang menurut mereka layak untuk menerimanya.

Pengalihan sisa uang pembeli yang dialihkan sebagai donasi itu dapat menimbulkan penyimpangan dari kaidah hukum Islam yang telah ditetapkan, sebab kegiatan tersebut terlihat memaksa dan akan merugikan jika konsumen tidak rela. Begitu pula dengan penarikan uang kembalian untuk donasi, pihak konsumen tidak mengetahui dan tidak ada pemberitahuan terlebih dahulu oleh pihak manajemen minimarket mengenai kepada siapa dana sosial tersebut diberikan. Sebagaimana yang terdapat pada UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Qotrunnada, Kholil, & Emiliyani, 2022).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka kelompok peneliti tertarik untuk mengkaji dan menyusun penelitian ini dengan judul *"Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa/i Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Jurusan Ekonomi Syariah 2023 Untuk Berdonasi dari Sisa Pengembalian Uang Belanja di Minimarket."*

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Donasi

Donasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan sumbangan tetap (berupa uang) dari penderma kepada perkumpulan derma atau pemberian hadiah (KBBI, 2023). Menurut (Maulana, 2020) terdapat beberapa jenis donasi yaitu: Donasi dalam Rangka Penanggulangan Bencana, Donasi dalam Rangka Penelitian dan Pengembangan, Donasi Fasilitas Pendidikan, Donasi Sosial Kemasyarakatan untuk Pengentasan Kemiskinan.

Pengalihan uang kembalian untuk donasi apabila dikaitkan dengan posisi hukum ekonomi syariah, karena dalam bahasa fiqh, pengalihan sisa uang kembalian untuk donasi dapat dikatakan dengan sedekah, hibah, ataupun infak. Jika pemberian kepada orang lain dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. dan diberikan kepada orang lain yang membutuhkan tanpa mengharapkan pengganti pemberian tersebut dinamakan sedekah. Allah SWT. berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 271 sebagai berikut:

إِنْ تُدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَيَكْفُرْ عَنْكُمْ مِّنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: "Jika kamu menampakkan sedekahmu, itu baik. (akan tetapi,) jika kamu menyembunyikannya dan memberikannya kepada orang-orang fakir, itu lebih baik bagimu. Allah akan menghapus sebagian kesalahanmu. Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan". (QS. Al-Baqarah (2): 271).

Agama Islam sangat menganjurkan untuk bersedekah atau berinfaq. Nabi SAW. juga menganjurkan setiap Muslim memiliki kesanggupan untuk bersedekah pada setiap harinya. Makna sedekah ataupun infak tidak hanya fokus menggunakan harta untuk hal-hal yang baik. Namun, terdapat makna sosial yang hendak menyelamatkan kehidupan orang miskin, anak yatim, para pengemis, pemulung, dan peminta-minta. Melalui donasi, secara tidak langsung, telah

melaksanakan dakwah atau ajaran kepada masyarakat untuk selalu gemar bersedekah, walaupun dengan uang receh sekalipun (Maulana, 2020).

B. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi

1. Religiusitas

Dalam KBBI, untuk terminologi asing dari “*religiosity*” diubah menjadi “religiositas” yang ditetapkan sebagai Bahasa Indonesia serapan. Lebih jauh dalam KBBI dijelaskan bahwa kata “religiositas” dijelaskan sebagai “pengabdian terhadap agama; kesalehan (KBBI, 2023). Religiusitas adalah tingkat keimanan agama seseorang yang dicerminkan dalam keyakinan, pengalaman dan tingkah laku yang menunjuk kepada aspek kualitas dari manusia yang beragama untuk menjalani kehidupan sehari-hari dengan baik (Najoan, 2020). Menurut (Aziz, Nurwahidin, & Chailis, 2019) semakin tinggi kualitas nilai religius seseorang, maka semakin positif pengaruhnya terhadap keputusan seseorang untuk berdonasi. Untuk mengukur tingkat keimanan atau religiusitas seseorang dapat dilihat dari 5 dimensi religiusitas menurut Stark dan Glock dalam (Salmawati & Fitri, 2018), yang terdiri dari:

- a. *Ideological dimension (religious belief)*
- b. *Ritualistic dimension (religious practice)*
- c. *Experiential dimension (religious feelings)*
- d. *Intellectual dimension (religious knowledge)*
- e. *Consequential dimension (religious effects)*

2. Karakteristik Demografi

Demografi adalah studi tentang karakteristik populasi yang digambarkan secara statistik. Menurut Smith dan Mc Sweency dalam (Nurjanah, 2018), faktor demografi seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan berkaitan dengan perbedaan dalam pemberian sumbangan atau donasi.

3. Pendidikan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pendidikan adalah sebuah proses mengubah pola sikap dan perilaku seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan pendewasaan melalui pembelajaran, pengalaman, dan pelatihan.

C. Pengertian Minimarket

Minimarket adalah semacam “toko kelontong” atau yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya dikasir. Sistem ini juga membantu agar pembeli tidak berhutang. Sebuah minimarket jam bukanya juga lain dari sebuah supermarket, minimarket circle K jam bukanya hingga 24 jam. Minimarket yang ada di Indonesia adalah Alfamart, Indomaret, Ceriamart, Circle K, dan lain-lain (Mazaya, 2023).

D. Teori Perilaku Rencanaan (*Theory of Planned Behavior*)

Pada dasarnya Teori Perilaku Rencanaan (*Theory of Planned Behavior*) ditunjukkan untuk memprediksi perilaku individu secara lebih spesifik. Teori Perilaku Rencanaan (*Theory of Planned Behavior*) adalah teori yang menjelaskan keinginan ataupun rencana individu dalam melakukan suatu tindakan perilaku. Ketika individu memiliki keinginan dan rencana yang kuat maka akan semakin kuat pula niat individu tersebut dalam berperilaku (Pangestu, 2021). *Theory of planned behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang tergantung pada keinginan perilaku (*behavioral intention*) yang terdiri dari tiga komponen yaitu :

1. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah gambaran dari ungkapan perasaan individu mengenai suatu objek yang disukai atau tidak disukainya (Kompas.com, 2023). Cara mengetahui keyakinan dalam teori ini yaitu dengan menghubungkan suatu perilaku yang akan di prediksi dengan berbagai konsekuensi (dapat berupa keuntungan atau kerugian) yang akan didapatkan dari melakukan perilaku itu. Ada tiga indikator yang berkaitan dengan sikap yaitu:

- a. Komponen kognitif yang berhubungan dengan aspek pengetahuan
- b. Komponen affektif yang berhubungan dengan masalah emosional individu terhadap objek perilaku.
- c. Komponen konatif yang berkaitan dengan kebiasaan dan keinginan dalam bertindak.

2. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Merupakan faktor eksternal yang memiliki pengaruh kepada konsumen dalam mempertimbangkan keputusan yang akan diambil. Menurut Jogiyanto norma subjektif diartikan sebagai pandangan atau pendapat individu terhadap kepercayaan orang lain yang nantinya akan berpengaruh terhadap individu tersebut dalam mempertimbangkan perilaku yang akan dilakukan (Pangestu, 2021).

3. Keamanan

Dalam sistem transaksi online keamanan merupakan sebuah usaha proteksi yang dilakukan lembaga terhadap informasi konsumen dan data transaksi keuangan yang berpotensi untuk dicuri ataupun disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab. Menurut Raman Arasu dan Viswanathan indikator keamanan ada dua yaitu (Heriyana, 2020):

- a. Jaminan Keamanan
Mempunyai peranan penting dalam mengurangi rasa khawatir konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan penyalahgunaan transaksi.
- b. Kerahasiaan Data
Usaha lembaga dalam menjaga privacy pengguna. Ini menjadi hal yang sangat penting karena ketika sebuah data jatuh ke pihak lain dan disalahgunakan itu dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu data konsumen harus benar-benar dijaga dan dijamin kerahasiaannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019, pp. 16-17) metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/artistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2023 Universitas Sultang Ageng Tirtayasa yang terdiri dari 4 kelas dengan total jumlah keseluruhan 103 mahasiswa/i. Sampel penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dimana seluruh populasi bisa mempunyai peluang untuk menjadi sampel (Fadilah, Garancang, & Abunawas, 2023).

Teknik penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan Teori Slovin, dimana persentase kesalahan pengambilan sampel yang di toleransi adalah 5%, berdasarkan hal ini jumlah sampel penelitian adalah 85 orang. Menurut (Sugiyono, 2019, p. 69) Variabel Independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), sedangkan Variabel Dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel Independen (X) dalam penelitian ini adalah nilai religiusitas (X1) memuat indikator: (dimensi ideologi, dimensi ritual, dimensi eksperensial, dimensi intelektual, dimensi konsekuensi, karakteristik demografi (X2) memuat indikator: (jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan), Pendidikan (X3) memuat indikator: (pembelajaran, pengalaman, dan pelatihan). Variabel Dependen (Y) penelitian ini adalah keputusan berdonasi dari sisa uang kembalian belanja di minimarket. Menurut (Sugiyono, 2018) Regresi linear berganda digunakan untuk memperkirakan keadaan variabel dependen atau regresi linear berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua dan jumlah variabel yang digunakan lebih dari satu yang mempunyai satu variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Variabel Independen (X1), (X2), (X3).

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini ditunjukkan kepada Mahasiswa/i Program Studi Ekonomi Syariah Tahun 2023 yang beragama Islam di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang melakukan donasi dari sisa kembalian uang belanja di minimarket dan dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh sikap dan perilaku konsumen terhadap keputusan berdonasi dari sisa uang kembalian. Dalam penelitian ini didapatkan jumlah responden sebanyak 85 responden. Jumlah responden yang didapat dianggap sudah memenuhi kriteria penentuan jumlah sampel menurut perhitungan teori slovin. Penelitian ini menghasilkan gambaran mengenai responden berdasarkan jenis kelamin, umur, dan tingkat pendapatan perbulan.

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui pesan singkat pada aplikasi WhatsApp dengan mengirim link kuesioner yang telah dibuat pada aplikasi *Googleform*. Berikut adalah data responden yang didapatkan dari hasil kuesioner:

1. Demografi Responden

a. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

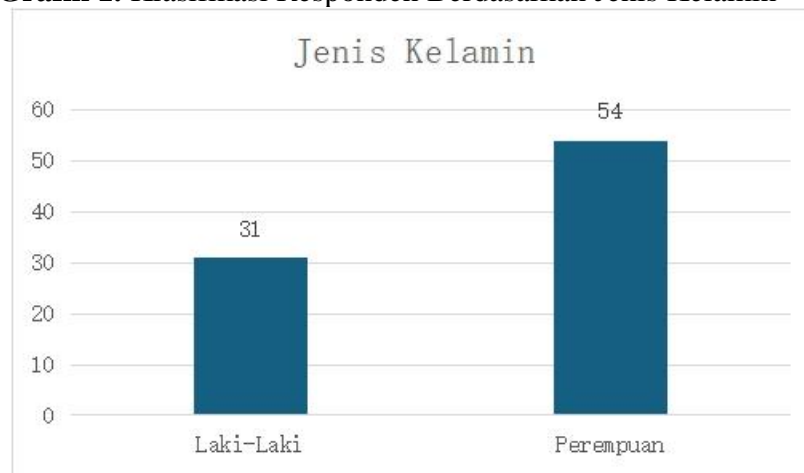
Data demografi responden yang pertama adalah mengklasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin. Berikut pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin yang ditunjukkan pada Tabel 1. dan Grafik 1. di bawah ini:

Tabel 1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah |
|--------------|---------------|-----------|
| 1. | Laki-Laki | 31 |
| 2. | Perempuan | 54 |
| TOTAL | | 85 |

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Grafik 1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel distribusi dan grafik diatas, dapat diketahui bahwa responden laki-laki berjumlah 31 dan responden perempuan berjumlah 54. Komposisi responden kurang seimbang dengan jumlah lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki, dikarenakan faktor dari responden yang dituju yaitu Mahasiswa/i Jurusan Ekonomi Syariah 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang sebagian besar adalah perempuan.

b. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

Data demografi responden yang berikutnya adalah data responden yang mengklasifikasi responden berdasarkan usia. Berikut pengelompokan responden berdasarkan usia yang ditunjukkan pada Tabel 2. dan Grafik 2. di bawah ini:

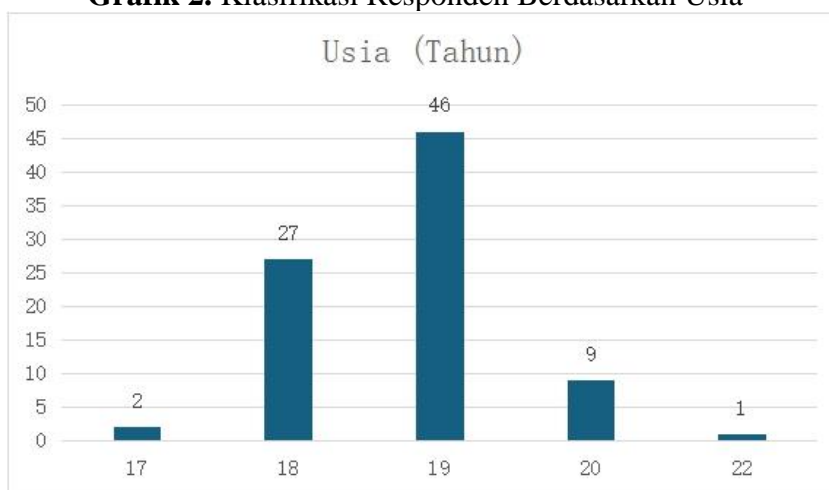
Tabel 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

| No | Usia (Tahun) | Jumlah |
|----|--------------|--------|
| 1. | 17 | 2 |
| 2. | 18 | 27 |
| 3. | 19 | 46 |

| | | |
|--------------|----|-----------|
| 4. | 20 | 9 |
| 5. | 22 | 1 |
| TOTAL | | 85 |

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Grafik 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden paling banyak berada pada usia 19 tahun yaitu 46 responden. Pada urutan kedua adalah responden dengan usia 18 tahun yaitu 27 responden. Pada urutan ke ketiga adalah responden dengan usia 20 tahun yaitu 9 responden. Kemudian diurutkan keempat adalah responden dengan usia 17 tahun yaitu 2 responden dan yang berada pada urutan terakhir adalah responden dengan usia 22 tahun yaitu 1 responden.

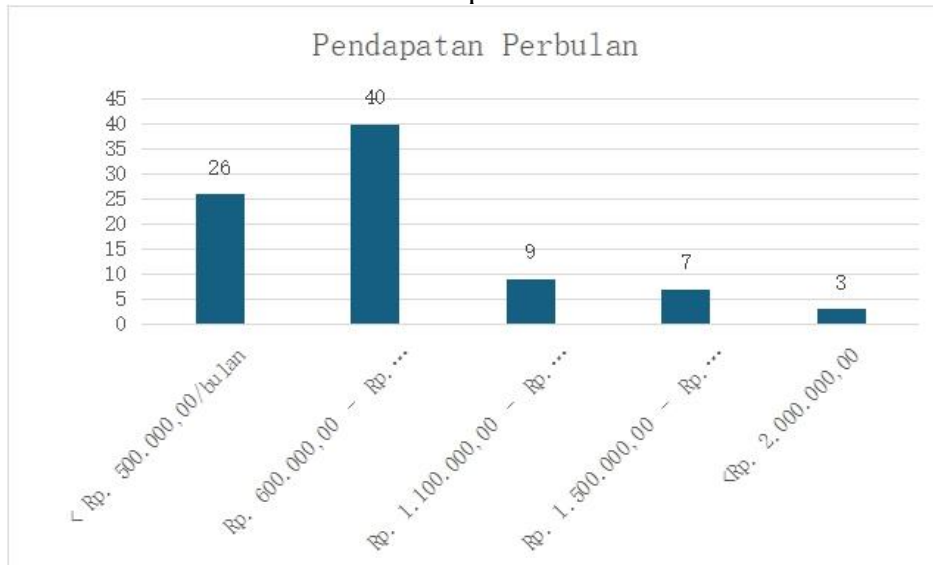
b. Pengelompokan Responden Pendapatan per Bulan

Berikutnya adalah data demografi responden yang mengklasifikasi responden berdasarkan pendapat per bulan, baik dari uang jajan maupun pemasukan lainnya. Berikut pengelompokan responden berdasarkan pendapatan perbulan yang ditunjukkan pada Tabel 3. Dan Grafik 3. Di bawah ini:

Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

| No | Pendapatan per Bulan | Jumlah |
|--------------|-------------------------------------|-----------|
| 1. | < Rp. 500.000,00/bulan | 26 |
| 2. | Rp. 600.000,00 – Rp. 1.000.000,00 | 40 |
| 3. | Rp. 1.100.000,00 – Rp. 1.500.000,00 | 9 |
| 4. | Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.000.000,00 | 7 |
| 5. | <Rp. 2.000.000,00 | 3 |
| TOTAL | | 85 |

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Grafik 3. Pendapatan Perbulan

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel atas, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan klasifikasi pendapatan per bulan pada urutan pertama adalah responden dengan pendapatan per bulan sebesar Rp. 600.000,00 – Rp. 1.000.000,00 yaitu 40 orang. Kemudian pada urutan kedua adalah responden dengan pendapatan per bulan sebesar <Rp. 500.000,00 yaitu 26 orang. Pada urutan ketiga adalah responden dengan pendapatan per bulan Rp. 1.100.000,00 – Rp. 1.500.000,00 yaitu 9 orang. Kemudian pada urutan keempat adalah responden dengan pendapatan per bulan Rp. 1.600.000,00 – Rp. 2.000.000,00 yaitu 7 orang. Dan pada ada urutan terakhir yaitu terdapat pada responden dengan penghasilan per bulan >Rp. 2.000.000,00 yaitu 3 orang.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah metode kuisisioner sebagai alat untuk pengumpulan data primer. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis regresi linear berganda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai pengaruh faktor variabel X1: Religiusitas, X2: Karakteristik Demografi, X3: Pendidikan, terhadap variabel Y: minat mahasiswa untuk berdonasi dari sisa uang kembalian. Penulisan kuisisioner menggunakan skala penilaian likert 1-5 yang digunakan untuk mengukur respon dari responden. Skala Likert, berdasar pada Sugiyono (2019:147) dipakai dalam mengukur sikap, pandangan dunia, dan persepsi individu atau kolektif terhadap fenomena sosial.

2. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Validitas

| No | Variabel | Item (Pertanyaan) | Nilai Signifikansi | Keterangan |
|----|------------------------------|-------------------|--------------------|------------|
| 1 | Religiusitas (X1) | 1 | <0,001 | Valid |
| | | 2 | <0,001 | Valid |
| | | 3 | <0,001 | Valid |
| | | 4 | <0,001 | Valid |
| | | 5 | <0,001 | Valid |
| | | 6 | <0,001 | Valid |
| 2 | Karakteristik Demografi (X2) | 1 | <0,001 | Valid |
| | | 2 | <0,001 | Valid |
| | | 3 | <0,001 | Valid |
| | | 4 | <0,001 | Valid |
| | | 5 | <0,001 | Valid |
| 3 | Pendidikan (X3) | 1 | <0,001 | Valid |
| | | 2 | <0,001 | Valid |
| | | 3 | <0,001 | Valid |
| | | 4 | <0,001 | Valid |
| 4 | Minat Berdonasi (Y) | 1 | <0,001 | Valid |
| | | 2 | <0,001 | Valid |
| | | 3 | <0,001 | Valid |
| | | 4 | <0,001 | Valid |

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4. Diatas diketahui seluruh elemen pertanyaan dari variabel X1: Religiusitas, variabel X2: Karakteristik Demografi, variabel X3: Pendidikan, variabel Y: minat berdonasi, didapatkan hasil bahwa seluruh elemen valid.

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji reliability yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Reliability

| No | Variabel | Cronbach's Alpha | Nilai Minimum | Keterangan |
|----|------------------------------|------------------|---------------|------------|
| 1 | Religiusitas (X1) | 0,793 | 0,6 | Reliabel |
| 2 | Karakteristik Demografi (X2) | 0,745 | 0,6 | Reliabel |
| 3 | Pendidikan (X3) | 0,788 | 0,6 | Reliabel |
| 4 | Minat Berdonasi (Y) | 0,612 | 0,6 | Reliabel |

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5. Diatas diketahui bahwa varibel X1: Religiusitas, X2: Karakteristik Demografi, X3: Pendidikan, variabel Y: Minat Berdonasi, memiliki nilai Cronbach's Alpha melebihi batas nilai minimum yang dianggap reliabel yaitu 0,6. Oleh karena itu didapatkan hasil bahwa seluruh pertanyaan dalam variebel dianggap reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Setelah melalui tahapan Uji Validitas dan Uji Reliability, tahapan selanjutnya adalah melakukan Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari pelaksanaan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang mempunyai residual yang berdistribusi normal.

Table 6. Uji Normalitas

| | | Unstandardized Residual | |
|--|-------------------------|-------------------------|------|
| N | | 79 | |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 | |
| | Std. Deviation | 1.92747399 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | .091 | |
| | Positive | .079 | |
| | Negative | -.091 | |
| Test Statistic | | .091 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | .159 | |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d | Sig. | .100 | |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .092 |
| | | Upper Bound | .107 |

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 6. Diatas, Pada penelitian ini digunakan uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov Test, dan diperoleh hasil signifikansi uji normalitas sebesar 0,100, Dimana hasil tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari batas minimum signifikansi sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independent dalam model regresi, karena model regresi yang cocok, tidak boleh adanya korelasi antar variabel independent. Adapun dasar pengambilan Keputusan pada uji multikolinearitas dengan Tolerance dan VIF

(Variance Inflation Factor). Setelah dilakukan pengujian oleh peneliti didapatkan hasil:

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

| No | Variabel | Toleransi | VIF |
|----|------------------------------|-----------|-------|
| 1 | Religiusitas (X1) | 0,708 | 1,412 |
| 2 | Karakteristik Demografi (X2) | 0,673 | 1,486 |
| 3 | Pendidikan (X3) | 0,648 | 1,543 |

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 7. terlihat variabel religiusitas (X1) memiliki nilai toleransi sebesar $0,708 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,412 < 10,00$, variabel karakteristik demografi (X2) memiliki nilai toleransi sebesar $0,673 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,486 < 10,00$, variabel pendidikan (X3) memiliki nilai toleransi sebesar $0,648 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,543 < 10,00$. Yang dapat diambil Kesimpulan bahwa seluruh variabel yang di uji tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Setelah dilakukan pengujian oleh peneliti dengan menggunakan uji glejser didapatkan hasil:

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

| No | Variabel | Nilai Signifikansi | Nilai Minimum |
|----|------------------------------|--------------------|---------------|
| 1 | Religiusitas (X1) | 0,628 | 0,05 |
| 2 | Karakteristik Demografi (X2) | 0,784 | 0,05 |
| 3 | Pendidikan (X3) | 0,281 | 0,05 |

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 8. Terlihat variabel religiusitas (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,628 > 0,05$, variabel karakteristik demografi (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,784 > 0,05$, variabel Pendidikan (X3) memiliki nilai signifikansi $0,281 > 0,05$. Pengambilan Keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05.

4. Regresi Linear Berganda

a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji t merupakan salah satu uji hipotesis penelitian dalam regresi linear berganda, yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau

variabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y).

Tabel 9. Uji T

| Variabel | T Hitung | T Tabel | Signifikansi | Standar Signifikansi |
|------------------------------|----------|---------|--------------|----------------------|
| Religiusitas (X1) | 3,693 | 1,995 | 0,000 | <0,05 |
| Karakteristik Demografi (X2) | -0,671 | 1,995 | 0,504 | <0,05 |
| Pendidikan (X3) | 0,660 | 1,995 | 0,512 | <0,05 |

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Hipotesis yang diajukan dianggap berpengaruh jika nilai signifikansi variabel independent lebih kecil dari 0,05 (Standar Signifikansi) dan nilai T hitung lebih besar dari nilai T tabel. Berdasarkan tabel 9. Diatas didapatkan hasil pengujian sebagai berikut :

a. Hipotesis Pertama

Diketahui nilai signifikansi pengaruh (X1) terhadap (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $3,693 >$ nilai T tabel $1,995$ sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara variabel religiusitas (X1) terhadap variabel minat berdonasi (Y).

b. Hipotesis Kedua

Diketahui nilai signifikansi pengaruh (X2) terhadap (Y) sebesar $0,504 > 0,05$ dan nilai T hitung $-0,671 <$ nilai T tabel $1,995$ sehingga dapat disimpulkan tidak adanya pengaruh antara variabel karakteristik demografi (X2) terhadap minat berdonasi (Y).

c. Hipotesis Ketiga

Diketahui nilai signifikansi pengaruh (X3) terhadap (Y) sebesar $0,512 > 0,05$ dan nilai T hitung $0,660 <$ nilai T tabel $1,995$ sehingga dapat disimpulkan tidak adanya pengaruh antara variabel Pendidikan (X3) terhadap minat berdonasi (Y).

b. Uji F

Uji f dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan (bersama-sama atau gabungan) terhadap variabel Y. setelah dilakukan uji f oleh peneliti, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 10. Uji F

| F Hasil | F Tabel | Signifikansi | Standar Signifikansi |
|---------|---------|--------------|----------------------|
| 6,706 | 2,701 | 0,000 | 0,05 |

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 10. Diatas terlihat nilai f hasil sebesar 6,706 dan f tabel sebesar 2,701. Diperoleh dari f tabel = $(k ; n-k)$, Dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah responden dalam penelitian. Jadi f tabel = $(3 ; 79-3) = (3 ; 76)$. dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel religiusitas, karakteristik demografi, dan Pendidikan terhadap minat berdonasi.

Diskusi

Berdasarkan hasil pengolahan data terlihat adanya hubungan positif antara pengaruh variabel religiusitas (X1) dengan keputusan mahasiswa/i untuk berdonasi dari sisa uang kembalian di minimarket (Y) juga ditunjukkan dengan nilai t positif. - nilai hitungan 3,693. Dan berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa tingkat religiusitas mahasiswa/i jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2023 berpengaruh terhadap keputusan untuk berdonasi dari sisa uang kembalian di minimarket. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pengaruh X1 terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $3,693 >$ nilai T tabel 1,995. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Zikrinawati et al., 2023) yang menyatakan bahwa 78% dapat dipengaruhi oleh variabel psikologis lain yang lebih kuat dalam mempengaruhi keputusan donasi, seperti religiusitas, altruisme, atau empati.

Namun hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nafidzah, n.d.) menyatakan bahwa pengetahuan agama tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berdonasi. Hal ini dapat terjadi karena pengetahuan agama hanya berbicara dalam konteks pengetahuan yang artinya pengetahuan yang dimiliki oleh tidak dapat menjadi ukuran dalam berperilaku.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada jurnal ini menunjukkan bahwa karakteristik demografi religiusitas mahasiswa/i jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2023 berpengaruh terhadap keputusan untuk berdonasi dari sisa uang kembalian di minimarket. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pengaruh (X2) terhadap (Y) sebesar $0,504 > 0,05$ dan nilai T hitung $-0,671 <$ nilai T tabel 1,995 sehingga dapat disimpulkan tidak adanya pengaruh antara variabel karakteristik demografi (X2) terhadap minat berdonasi (Y). Pada penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Pangestu & Sarjana, 2021) yang menyatakan bahwa karakteristik demografi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Keputusan berdonasi uang kembalian pada Alfamart berdasarkan uji parsial atau uji-t menunjukkan bahwa nilai thitues $0.237 <$ fabel 1.984 sementara nilai (sig) = 0.813 lebih besar dibandingkan probability sebesar 0.05 atau $0.813 > 0.05$ dan nilai kontribusi β_2 sebesar 0.025 atau 2.5%.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada jurnal ini menunjukkan bahwa karakteristik demografi religiusitas mahasiswa/i jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2023 tidak berpengaruh terhadap keputusan untuk berdonasi dari sisa uang kembalian di minimarket. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pengaruh (X3) terhadap (Y) sebesar $0,512 > 0,05$ dan nilai T hitung $0,660 <$ nilai T tabel 1,995 sehingga dapat disimpulkan tidak adanya pengaruh antara variabel Pendidikan (X3) terhadap minat berdonasi (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Nuari & Hendratmi, 2020) bahwa ada bukti untuk mendukung bahwa tingkat pendidikan tidak mempengaruhi untuk berdonasi dan pada literatur lebih lanjut menegaskan bahwa seorang yang tidak lulus sekolah atau putus sekolah pada usia dini cenderung untuk memberikan donasi kepada badan amal dibandingkan dengan orang yang pendidikan lebih tinggi. Pendidikan lebih tinggi juga tidak berpengaruh pada perilaku berdonasi masyarakat Australia disebabkan oleh hukum imigrasi Australia.

Imigran Australia persentase besarnya adalah sabagai pengungsi dan mereka kemungkinan tidak memiliki tingkat pendidikan yang tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh antara tingkat religiusitas terhadap keputusan mahasiswa/i jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023 untuk Berdonasi dari Sisa Pengembalian Uang Belanja di Minimarket.
- b. Karakteristik demografi tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa/i jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023 untuk Berdonasi dari Sisa Pengembalian Uang Belanja di Minimarket.
- c. Pendidikan tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa/i jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023 untuk Berdonasi dari Sisa Pengembalian Uang Belanja di Minimarket.

REFERENSI

- Afan, A. (2012). fiwh muamalah. *ekonomi islam*, 19.
- Ahmad Afan Zaini. (2021). Ekonomi Islam dalam Konsep Ontologi, Epistemologi dan Aksiologi. *Al-Maqhasid: Journal of Economics and Islamic Business*, 63-71.
- Aziz, I., Nurwahidin, N., & Chailis, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1).
- Dr Prilla Kurnia Ningsih. Lc., M. (2021). *Fiqh Muamalah h.9*. Depok: Rajawali Pers.
- Fadilah, N. A., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023, Juni). Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar : Jurnal Kajian Islam Konteporer*, 14(1).
- Heriyana. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Belanja Online (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Rahmadiyah Sekayu). *Jurnal Ekonomi*, 10, 35.
- KBBI, D. (2023). *KBBI Daring*. Dipetik April 8, 2024, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/donasi>
- KBBI, D. (2023, Oktober). *KBBI Daring Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia*, 6. Dipetik April 08, 2024, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/religiositas>
- Kompas.com. (2023, September 21). *Sikap: Pengertian, Faktor, Fungsi, Ciri-ciri, Karakteristik, Pengembangan, dan Jenisnya*. (V. K. Putri, Editor) Dipetik April 8, 2024, dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2023/09/21/090000869/sikap--pengertian-faktor-fungsi-ciri-ciri-karakteristik-pengembangan-dan?page=all>
- Maulana, R. (2020). *Aspek Hukum Ekonomi Syariah Tentang Donasi Uang Kembali (Studi Kasus Indomaret Lintas Adirejo Pekalongan)*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Mazaya, M. (2023, Juni 12). *Perbedaan Minimarket, Supermarket, dan Hypermarket, Suka Belanja di Mana?* Dipetik Maret 27, 2024, dari [detikfinance](https://detikfinance.com):

- <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6768133/perbedaan-minimarket-supermarket-dan-hypermarket-suka-belanja-di-mana>
- Nafidzah, I. (n.d.). *Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang 2020*.
- Najoan, D. (2020, Januari 20). Memahami Nilai Religiusitas Dan Spiritualitas Di Era Milenial. *Education Christi*, 1, 64-74.
- Nuari, R., & Hendratmi, A. (2020). Faktor Minat Berdonasi Pada Lembaga Amil Zakat Sahabat Mustahiq. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(11), 2272. <https://doi.org/10.20473/vol6iss201911pp2272-2282>
- Nurjanah, S. (2018). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control, Kepercayaan dan Faktor Demografi Terhadap Intensi : Berdonasi Online*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Pangestu, D. R. (2021). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berdonasi Pada Alfamart Parepare (Analisis Ekonomi Syariah). *Tesis Pascasarjana IAIN Parepare*, 26.
- Qotrunnada, A., Kholil, M., & Emiliyani, N. (2022). Penarikan Uang Kembalian Sebagai Donasi Prespektif Hukum Ekonomi Syariah. *el hisbah: Journal of Islamic Economic Law*, 159-172.
- Salmawati, & Fitri, M. (2018). "Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 3(1), 54-66.
- Saputra, Y., Rifda Ilahy Rosihan, Widya Spalanzani, Ratih Kumalasari, & Hany Riyanti. (2022, Mei). Analisis perilaku konsumen dalam memutuskan minimarket sebagai tempat berbelanja. *Jurnal Rekavasi*, 10 (1), 45-55.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (27 ed.). Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sulthonuddin, B., & Ali, B. (2023). Jual Beli Uang Kuno Perspektif Ulama NU (Nahdlatul Ulama) Dan Ulama PERSIS (Persatuan Islam) Garut. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1-13.
- Thoyibah, S. (2020). *Pengaruh Faktor Demografi Dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Ponogoro*. Ponogoro: IAIN Ponogoro.
- Ubaidillah, H., & Haryono, N. (2019). Pengaruh Demografi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 242-249.
- Zikrinawati, K., Isrounnastiti, F., & Aiyuda, N. (2023). Keputusan Donasi Online Ditinjau dari Pengaruh Trust dan Persepsi Risiko. *JIVA: Journal of Behaviour and Mental Health*, 4(1). <https://doi.org/10.30984/jiva.v4i1.2533>