

PERILAKU KEDERMAWANAN MUSLIM DI INDONESIA STUDI MENGENAI INTENSI DAN PERILAKU BERSEDEKAH

Mohamad Ivan Setianagara

Program Pasca Sarjana Magister Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Tazkia

Email: setianagara@yahoo.com

Abstract

This paper is to analyzes the factors that influencing the intention and behavior of charity of Muslim society in Indonesia. What elements are the most powerful contributors in charitable intentions and does the current Muslim community in Indonesia have an addiction to charity? Theory of Planned Behavior is used to examine intention and behavior in charity. This research uses descriptive research approach to explain the profile of the respondents, their behavioral tendency in charity. This research is also trying to find out what factors affect the individual in charity so that this behavior becomes an addicted thing. The statistical method used in analyzing the data is the Structural Equation Modeling (SEM) method with the assisted of LISREL (Linear Structural Relation) program version 9.30. The results of the study found that the most influential factor on the intention of charity of Muslim society in Indonesia is Perceived Behavioral Control. Also illustrated that the Muslim community in Indonesia has not reached the level of "addiction" in charity. The dominant frequency of charity is 73% as much as 1 - 5 times in a month, while the hypothesis of addiction is the frequency of giving alms more than 5 times within a month.

Keywords: sedekah, theory of planned behavior.

Abstrak

Paper ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi intensi dan perilaku bersedekah masyarakat muslim di Indonesia. Riset berupaya menganalisis faktor-faktor apa yang mempengaruhi individu dalam bersedekah sehingga perilaku ini menjadi suatu hal yang addicted. *Theory of Planned Behavior* digunakan untuk meneliti intensi dan perilaku dalam bersedekah. Penelitian ini menggunakan pendekatan riset deskriptif untuk menjelaskan profil para responden, kecenderungan perilaku mereka dalam bersedekah. Metode statistik yang digunakan dalam menganalisa data adalah metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan dibantu program LISREL (*Linear Structural Relation*) versi 9.30. Alasan penerapan metode SEM pada penelitian ini adalah, pertama SEM (*Structural Equation Modelling*) dapat menguji sebuah teori dengan pengujian kecocokan antara model dengan data dan alasan kedua adalah memungkinkan sebuah variabel berlaku dinamis dimana sebuah variabel dapat

berlaku sebagai dependen variabel dan juga independen variabel pada sebuah model. Hasil penelitian menemukan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap intensi bersedekah masyarakat muslim di Indonesia adalah *Perceived Behavioural*. Selain itu tergambar bahwa masyarakat muslim di Indonesia belum sampai taraf “*addiction*” dalam bersedekah. Frekuensi bersedekah yang dominan adalah 73% sebanyak 1 – 5 kali dalam satu bulan, sementara hipotesa *addiction* adalah frekuensi bersedekah sebanyak lebih dari 5 kali dalam waktu satu bulan ke belakang.

Kata kunci: sedekah, *theory of planned behavior*, *addiction*.

PENDAHULUAN

Sangat menarik untuk memahami profil ekonomi dan nilai-nilai religius yang dianut kalangan kelas menengah muslim di Indonesia. Kalangan ini adalah kelompok dengan kemampuan ekonomi yang cukup mapan. Mereka memiliki daya beli yang cukup baik, berpendidikan dan cukup peka terhadap informasi sehingga kalangan ini juga peka terhadap perubahan, baik itu perubahan ekonomi maupun sosial politik.

Masyarakat kelas menengah menurut definisi Asian Development Bank (ADB) adalah masyarakat dengan jumlah pengeluaran perhari antara \$2 hingga \$20 per hari. Hasil survey (Alvara Research Center 2017), mengidentifikasi pengeluaran dari sisi keluarga per bulannya, menemukan bahwa mayoritas pengeluaran keluarga masyarakat kelas menengah muslim untuk kebutuhan sehari-hari (43,7%) . Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas kelas menengah muslim masih termasuk masyarakat kelas menengah middle low karena penghasilan keluarga mereka kontribusi terbesarnya masih digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pengeluaran untuk cicilan hutang juga cukup tinggi yaitu 9.8%. Setelah pengeluaran untuk kebutuhan keluarga, sisa penghasilan yang masih bisa ditabung hanya sekitar 12.6%. Pengeluaran untuk zakat/amal, telepon, dan internet serta investasi hampir sama yaitu dikisaran 5% dari total pendapatan keluarga per bulan.

Hasil riset Alvara Reseach Center menemukan bahwa dari 1200 responden 100% menyatakan pernah menyalurkan ZIS melalui musholla, 40,5% menyalurkan langsung kepada yang membutuhkan dan 20,9% pernah menyalurkan ZIS melalui lembaga zakat. Hasil riset Alvara Reseach Center menemukan bahwa dari 1200 responden 100% menyatakan pernah menyalurkan ZIS melalui musholla, 40,5% menyalurkan langsung kepada yang membutuhkan dan 20,9% pernah menyalurkan ZIS melalui lembaga zakat. Dari 20% kelas menengah yang menyatakan pernah menyalurkan ZIS melalui LAZIS mereka menyatakan menyalurkan ZIS melalui Dompot Dhuafa (31,5%), Rumah zakat (23,9%) dan Rumah yatim (12,7%). Masyarakat kelas menengah muslim saat ini masih lebih suka untuk menyalurkan ZIS melalui masjid atau musholla dan juga memberikan secara langsung kepada yang membutuhkan.

Menurut Alvara Research Center (2017), awareness kelas menengah muslim terhadap lembaga zakat masih kurang. Hal ini terlihat dari total awareness dari lembaga zakat yang mereka kenal yaitu Dompot dhuafa sebesar 33.5%. Dompot Dhuafa memiliki top of mind paling tinggi dibanding lembaga zakat yang lain dengan top of mind sebesar 18.5%. Artinya jika menyebut lembaga zakat di kalangan kelas menengah muslim, maka yang paling mereka ingat adalah Dompot Dhuafa. Lembaga zakat yang dikenal berikutnya adalah rumah zakat (total awareness 23,8%), Rumah yatim (total awareness 14,8%) dan Baznas (14,2%). Yang menarik adalah jika kita lihat profil kelas menengah muslim yang secara kultural dekat dengan NU (59,7%) ternyata lembaga zakat yang dimiliki ormas NU tidak banyak dikenal oleh kelas menengah muslim.

Mayoritas kelas menengah muslim masih menyalurkan ZIS melalui masjid atau musholla dan juga menyalurkan langsung kepada yang membutuhkan dilanjutkan ke LAZIS. LAZIS yang menjadi tempat menyalurkan ZIS adalah Dompot Duafa, Rumah Zakat dan Rumah Yatim (Alvara Research Center, 2017).

Dari pemaparan diatas penulis merasakan perlunya dilakukan penelitian tentang perilaku kedermawanan muslim di Indonesia. Hal yang menarik untuk diteliti antara lain faktor-faktor

yang mempengaruhi niat masyarakat muslim dalam bersedekah dan bagaimana perilaku bersedekah mereka. Untuk sedekah wajib yaitu zakat pasti dilandasi oleh faktor keimanan, tetapi yang menarik untuk diteliti kemudian adalah bagaimana dari sedekah wajib ini kemudian bergerak menjadi suatu kebiasaan bahkan menjadi kecanduan bersedekah. Dalam hal ini seseorang dikatakan kecanduan bersedekah apabila dalam waktu satu bulan melakukan sedekah lebih dari 5 kali.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini diidentifikasi pada intensi (intention) dan perilaku (behaviour) bersedekah dari para dermawan muslim di Indonesia, seperti hal-hal sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang memiliki kontribusi terhadap kegiatan bersedekah masyarakat muslim di Indonesia?
2. Elemen-elemen apa saja yang berpengaruh terhadap intensi bersedekah masyarakat muslim di Indonesia?
3. Apakah perilaku bersedekah masyarakat muslim di Indonesia sudah mencapai tingkat "Addiction" atau kecanduan?

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran Jasa

Penelitian tentang perilaku sosial yang membahas mengenai intensi menyumbang untuk badan organisasi amal maupun untuk individu yang kurang mampu sudah cukup banyak, baik dilakukan secara online (Treiblmaier & Pollach, 2006; Smith & McSweeney, 2007; Brinkerhoff, 2009; Linden 2011; Snip, 2011; Mejova, Weber & Garimella, Dougal, 2014) maupun offline (Hyung Hur, 2006; Boers 2012; Knowles, Hyde & White, 2012; Awan & Hammed, 2014).

Perilaku masyarakat ditentukan oleh intensi mereka (Linden, 2011). Theory of planned behavior mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor penentu terhadap intensi yaitu sikap, norma subjektif dan perceived behavioral control (Ajzen, 1991). Sikap merupakan evaluasi atau penilaian dari target perilaku, norma subjektif merupakan tekanan sosial yang dirasakan mengenai dari adanya penampilan perilaku dan perceived behavioral control merupakan kontrol yang dirasakan dari perilaku. Ketiga hal tersebut mempengaruhi perilaku terutama melalui dampaknya terhadap intensi perilaku (Smith & McSweeney, 2007).

Pada tahun 2007, Smith dan Mcsweeney merupakan peneliti awal yang menyajikan revisi theory of planned behavior untuk memprediksi intensi menyumbang. Revisi theory of planned behavior yang dilakukan oleh Smith dan McSweeney (2007) yaitu intensi menyumbang dipengaruhi oleh sikap, perceived behavioral control, norma subjektif yang terdiri dari tiga yaitu norma injunctive, norma deskriptif dan norma moral serta past behavior. Penelitiannya menggunakan 227 sampel di Queensland, Australia. Hasil penelitian ditemukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari intensi menyumbang terhadap sikap, perceived behavioral control, norma injunctive, norma moral dan past behavior. Sedangkan norma deskriptif tidak berpengaruh dalam intensi menyumbang uang (Smith & McSweeney, 2007; Linden 2011).

Smith dan Mcsweeney(2007) mengatakan bahwa individu dengan sikap positif terhadap perilaku, kemudian percaya bahwa orang lain yang penting akan menyetujui perilaku tersebut (normasubjektif) dan yang percaya bahwa mereka memiliki kontrol atas perilaku (perceived behavioral control) akan lebih cenderung memiliki intensi menyumbang untuk amal atau ke organisasi amal.

Dalam revisi dari theory of planned behavior yang dilakukan oleh Smith dan McSweeney(2007) dimasukkannya juga variable past behavior. Past behavior juga telah terlibat sebagai faktor penting dalam perilaku prososial, termasuk pemberian amal/menyumbang. Past behavior atau istilah yang digunakan peneliti dalam tesis ini adalah pengalaman menyumbang yang merupakan perilaku masa lalu seseorang dalam menyumbang uang. Selanjutnya, Linden (2011) juga melakukan penelitian mengenai intensi menyumbang yang dipengaruhi oleh enam variabel psikologi sosial dari revisi theory of planned behavior yaitu norma moral, norma perskriptif, norma deksriptif, sikap, perceived behavioral control dan past behavior(perilaku di masa lalu). Dalam penelitian yang dilakukannya secara online, terdapat 143 responden (81 wanita dan 62 laki-laki). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa norma deskriptif dan norma perspektif tidak berpengaruh terhadap intensi, sedangkan norma moral, sikap, perceived behavioral control dan past behavior berpengaruh signifikan terhadap intensi menyumbang uang.

Knowles, Hyde dan White (2012) melakukan penelitian mengenai intensi menyumbang uang dengan menggunakan perspektif dari theory of planned behavior yang direvisi dan dipengaruhi oleh faktor-faktor sikap, norma subjektif, perceived behavioral control (PBC), moral obligation dan past behavior. Ia mengukur dengan skala likert, item kuesioner yang diadaptasi dari Armitage dan Conner (2001) dan terdapat 210 sampel di Australia. Hasil penelitian yang dilakukannya menunjukkan bahwa sikap, perceived behavioral control, moral obligation dan past behavior berpengaruh signifikan terhadap intensi menyumbang uang, sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan adanya sikap yang positif atau menguntungkan terhadap intensi menyumbang uang dari kontrol yang dirasakan, dan adanya kewajiban moral untuk menyumbang serta perilaku masa lalu dalam menyumbang memiliki intensi yang kuat untuk menyumbangkan uang di masa depan.

Snip (2011) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi intensi seseorang dalam menyumbang uang untuk amal atau organisasi amal. Faktor-faktor tersebut yaitu kewajiban moral, kesamaan dengan tujuan organisasi, pengalaman menyumbang, kepercayaan dan oportunistik yang dirasakan serta faktor demografis seperti jenis kelamin, usia, pendapatan dan pendidikan. Dalam penelitiannya terdapat 304 sampel (126 laki-laki dan 178 perempuan) yang disebarkan secara online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi intensi menyumbang kesamaan dengan tujuan organisasi, pengalaman menyumbang, kepercayaan, dan oportunistik, sedangkan kewajiban moral tidak berpengaruh secara signifikan dalam menyumbang uang. Mejova, Weber dan Garimella, Dougal (2014) melakukan penelitian mengenai empat faktor utama pada perilaku donasi (menyumbang) yaitu demografis, minat, jaringan sosial dan faktor eksternal.

Para penyumbang adalah pengguna internet yang telah menerima email dari masing-masing organisasi amal yang berbeda dengan menggunakan 10.000 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa demografis, minat, jaringan sosial dan faktor eksternal dapat

berpengaruh signifikan terhadap perilaku menyumbang. Awan dan Hamed (2014) juga melakukan penelitian mengenai donasi (menyumbang). Ia membuktikan pengaruh faktor demografis, sosio-ekonomi dan karakteristik lainnya seperti *perceived generosity*, *perceived financial*, *religion*, *individual attitude toward charities*, *fundraising campaigns* dan *trust* terhadap donasi. Penelitiannya menggunakan adaptasi *Charity Aid Foundation* dengan 650 sampel. Dari hasil penelitiannya tersebut, ditemukan bahwa faktor demografi dari usia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap menyumbang. Jenis kelamin tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Sosio-ekonomi dalam pendapatan dan pendidikan juga berpengaruh signifikan dalam menyumbang. *Perceived generosity*, *perceived financial*, *religion*, *individual attitude toward charities*, *fundraising campaigns*, dan *trust* juga berpengaruh signifikan terhadap menyumbang.

Penelitian lain dilakukan oleh Hyung, Hur (2006). Ia meneliti faktor motivasi dalam pemberian amal, faktor motivasi tersebut terdiri dari enam dimensi yaitu kebaikan, keinginan untuk kebaikan bersama, altruisme, psikologi massa, mengharapkan sebuah reward dan keinginan untuk tanggung jawab sosial. Sampel yang digunakan 439 sampel dengan menggunakan pengukuran adaptasi dari faktor motivasi dan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebaikan, altruisme, psikologi massa dan mengharapkan sebuah reward berpengaruh signifikan dalam motivasi pemberian amal, sedangkan keinginan untuk tanggung jawab sosial dan keinginan untuk kebaikan bersama tidak berpengaruh secara signifikan.

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai intensi, menyumbang, menggunakan istilah untuk menjelaskan perilaku menyumbang tersebut tidak seragam, misalnya; *Charitable giving* digunakan oleh Mayo dan Tinsley (2009); Leslie, Snyder, Glomb (2012); Smith dan Schwarz (2012); Hyung Hur (2006); Hou, Eason, Zhang, (2014); selanjutnya istilah *Charity* digunakan oleh Kraut (1973); Moely, Furco, Reed (2008); sedangkan Boers (2012); Awan dan Hameed (2014); Knowles, Hyde, White (2012); Snip (2011); Mejova, Weber dan Garimella, Dougal (2014) menggunakan istilah *donation behavior*.

Dalam penelitian ini penulis tidak menggunakan istilah *donation*, dalam bahasa Indonesia artinya menyumbang yang merupakan menyumbangkan uang untuk amal atau organisasi layanan masyarakat (Smith dan McSweeney, 2007). Tetapi penulis menggunakan istilah *sedekah/se-de-kah/nyang* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya pemberian sesuatu kepada fakir miskin atau yang berhak menerimanya, di luar kewajiban zakat dan zakat fitrah sesuai dengan kemampuan pemberi; derma.

Menyumbang dianggap fenomena humanistik yang penting karena perilaku tersebut tidak hanya didorong dalam masyarakat, tetapi memainkan peran penting dalam meningkatkan standar hidup individu (Awan & Hameed, 2014). Setiap hari, ribuan orang memberikan bantuan atau sumbangan untuk kemanusiaan, politik, lingkungan, dan hal lainnya (Mejova, Weber & Garimella, Dougal, 2014). Menyumbang untuk kegiatan amal merupakan perwujudan dari sikap hidup dalam keinginan menolong tanpa pamrih. Untuk menumbuhkan dan meningkatkan sikap sosial dan berderma seperti menyumbang uang sebaiknya tidak boleh dipaksa, penekanan harus kepada kesadaran diri termasuk kesadaran berdasarkan hasil pengolahan diri (Mengkaka, 2014). Muhammad Kashif, et. Al (2014) mengatakan bahwa hasil dari penelitian mereka sangat cocok dengan *Theory of Planned Behavior*. *The past behavior*, *injunctive norms*, dan *intention* berkontribusi positif terhadap perilaku aktual dalam berdonasi.

Attitude, self-reported behavior, descriptive norms, dan moral norms tidak berkontribusi secara signifikan terhadap intensi untuk berdonasi.

Rahmatina, (2011). menemukan bahwa Pertama, penyebab utama dalam beramal adalah untuk membantu orang miskin atau yang membutuhkan dan mendukung perintah agama. Kedua, sebagian besar donatur menyediakan dana melalui lembaga amal Islam informal. Ketiga, sebagian besar donatur adalah individu muda, berpendidikan dan memiliki keprihatinan kemanusiaan yang kuat. Menariknya, meskipun ada korelasi positif antara pendapatan dan sumbangan yang diberikan, individu yang menjadi donatur adalah bukan orang kaya tetapi berpenghasilan menengah. Ada bukti juga yang menunjukkan bahwa donatur dapat meningkatkan sumbangannya bahkan selama krisis ekonomi. Neila, (2011) mengatakan bahwa upaya untuk memperkuat daya prediksi skala sikap terhadap perilaku dapat dilakukan dengan cara menyusun pertanyaan yang spesifik sesuai dengan perilaku yang akan diprediksi. Semakin spesifik pertanyaan yang dikemukakan untuk mengungkap sikap terhadap perilaku tertentu maka tingkat prediksi skala sikap tersebut dapat diharapkan semakin tinggi. Karena penelitian ini diuji dengan analisis statistik, maka hipotesis yang akan diuji adalah hipotesis nihil adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

- H1. Attitude berpengaruh secara signifikan terhadap intensi bersedekah
- H2. Perceived Behavioral Control berpengaruh secara signifikan terhadap intensi bersedekah
- H3. Descriptive norms berpengaruh secara signifikan terhadap intensi bersedekah
- H4. Injunctive norms berpengaruh secara signifikan terhadap intensi bersedekah
- H5. Moral norms berpengaruh secara signifikan terhadap intensi bersedekah
- H6. Past behaviour berpengaruh secara signifikan terhadap intensi bersedekah
- H7. Self-reported behavior berpengaruh secara signifikan terhadap intensi bersedekah

Frekuensi sedekah > 5 kali dalam satu bulan maka bisa dikatakan memiliki kecenderungan kecanduan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan riset deskriptif untuk menjelaskan profil para responden, kecenderungan perilaku mereka dalam bersedekah, juga berupaya mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi individu dalam bersedekah sehingga perilaku ini menjadi suatu hal yang addicted. Pertanyaan-pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini bersumber dari variabel-variabel penelitian. Variabel penelitian yang digunakan sebagai acuan kuesioner adalah attitude, perceived behavioral control, injunctive norm, descriptive norm, moral norm dan past behavior. Format kuesioner yang digunakan adalah sebagai berikut: close-ended question untuk mengetahui karakteristik konsumen seperti usia, tingkat pendapatan serta pendidikan, format yang kedua adalah scaled response question untuk pertanyaan utama dengan menggunakan skala Likert.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling –convenience sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim Indonesia yang tinggal di Indonesia maupun di luar negeri. Penyebaran kuesioner dilakukan

melalui google form yang bisa diakses di <https://goo.gl/forms/d7ACaAD294zqqmell>. Kuesioner disebarakan melalui group Whatsapp, e-mail atau langsung melalui whatsapp ke pribadi.

Metode statistik yang digunakan dalam menganalisa data adalah metode Structural Equation Modelling (SEM) dengan dibantu program LISREL (Linear Structural Relation) versi 9.30. Alasan penerapan metode SEM pada penelitian ini adalah, pertama SEM dapat menguji sebuah teori dengan pengujian kecocokan antara model dengan data dan alasan kedua adalah memungkinkan sebuah variabel berlaku dinamis dimana sebuah variabel dapat berlaku sebagai dependen variabel dan juga independen variabel pada sebuah model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim Indonesia yang bertempat tinggal di Indonesia ataupun yang tinggal di luar negeri. Survey dilakukan dengan menggunakan google form yang bisa diakses di <https://goo.gl/forms/d7ACaAD294zqqmell> yang dimulai 4 Oktober 2017 sampai 11 Oktober 2017, sebanyak 312 kuesioner berhasil kembali hal ini menunjukkan bahwa data ini appropriate untuk dibuat structural equation modelling (SEM) (Ahmad and Butt, 2012). Dalam penelitian ini rentang usia responden antara 18 – 70 tahun, dimana usia terbanyak adalah pada rentang 31 – 45 tahun sebanyak 51%. Kemudian pada peringkat berikutnya adalah usia 46-70 tahun sebanyak 33%, dan sisanya usia 18-30 tahun.

Dari total 34 provinsi di Indonesia, responden berasal dari 18 propinsi dan juga ada dari Swedia, Kualalumpur dan Dubai, dimana 62% dari total responden bertempat tinggal di Jawa Barat di berbagai kota seperti Bogor, Bandung, Tasikmalaya, Depok, Bekasi. Ada 14 jenis pekerjaan dari total responden yang berhasil dikumpulkan, dimana 39 % responden bekerja sebagai swasta, diikuti oleh wiraswasta dan PNS, hal ini menunjukkan bahwa responden adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan dalam bersedekah.

Tabel 1. Pendidikan dibandingkan dengan frekuensi bersedekah

Pendidikan			Frekuensi bersedekah dalam 1 bulan terakhir							
			1 - 5 kali	% total	% pend	% frek	> 5 kali	% total	% pend	% frek
SMA	22	7%	18	6%	82%	8%	4	1%	18%	5%
S1	189	61%	142	46%	75%	63%	47	15%	25%	55%
S2	86	28%	55	18%	64%	24%	31	10%	36%	36%
S3	15	5%	12	4%	80%	5%	3	1%	20%	4%
TOTAL	312	100%	227	73%	73%	100%	85	27%	27%	100%

Dari tabel 1. terlihat bahwa faktor pendidikan tinggi tidak menjamin seseorang akan lebih sering bersedekah.

Tabel 2. Pendapatan Per Bulan Dibandingkan Frekuensi Bersedekah

Pendapatan	Frekuensi bersedekah dalam 1 bulan terakhir									
	1 - 5 kali	% total	% pend	% frek	> 5 kali	% total	% pend	% frek		
Kurang dari 5 juta	75	24%	61	20%	81%	27%	14	4%	19%	16%
5 - 25 juta	174	56%	129	41%	74%	57%	45	14%	26%	53%
> 25 juta	63	20%	37	12%	59%	16%	26	8%	41%	31%
TOTAL	312	100%	227	73%	73%	100%	85	27%	27%	100%

Dari tabel 2 terlihat bahwa pendapatan yang besar tidak menjamin seorang individu akan menyedekahkan uangnya lebih sering bila dibandingkan dengan individu yang pendapatannya dibawahnya.

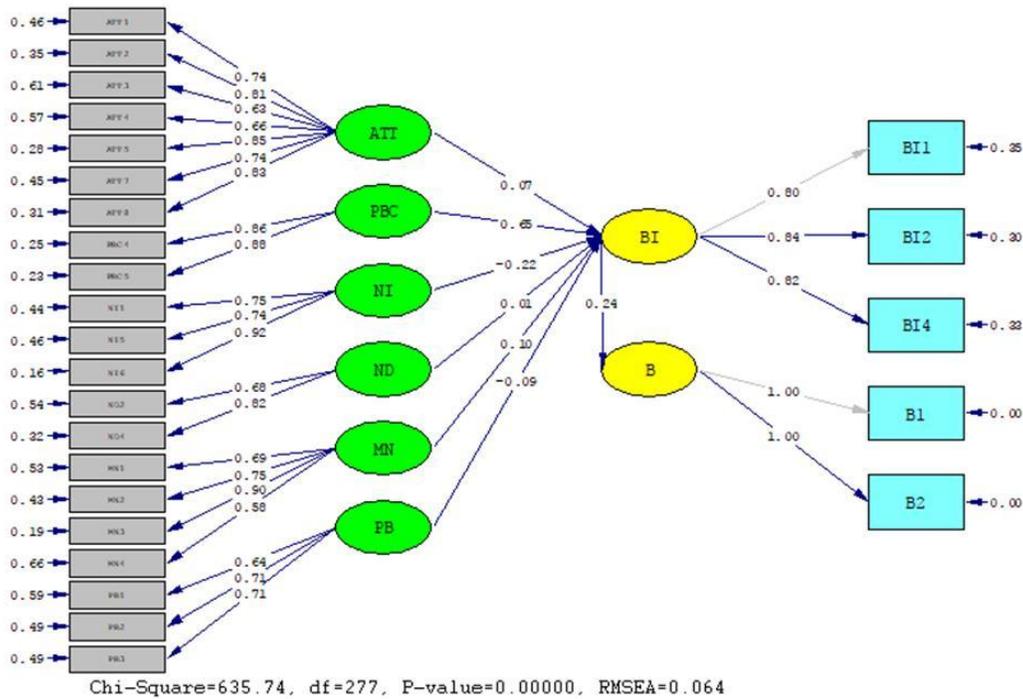
Secara total, frekuensi responden dalam bersedekah adalah 73% melakukan sedekah 1 – 5 kali dalam waktu satu bulan dan 27% bersedekah lebih dari 5 kali dalam waktu satu bulan ke belakang, hal ini sejalan dengan hasil riset dari Alvara Research Center yang menyatakan bahwa mayoritas kelas menengah muslim menyalurkan ZIS melalui mesjid atau musholla dan juga menyalurkan langsung kepada yang membutuhkan.

Dalam uji kecocokan ada 13 parameter untuk menguji apakah model statistik penelitian cocok terhadap data. Hasil analisis terhadap ukuran-ukuran Good of Fitness (GOF) dirangkum pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model

Ukuran GOF	Target Tingkat Kecocokan	Hasil Estimasi	Tingkat Kecocokan
Chi Square P	Nilai yang kecil $P > 0.05$	$\chi^2 = 635.74$ $P = 0.00$	Kurang baik
NCP Interval	Nilai yang kecil Interval yang sempit	358.743 (289.208; 435.993)	Kurang baik
RMSEA	$RMSEA \leq 0.08$	0.0644	<i>Good fit</i>
ECVI	Nilai yang kecil dan dekat dengan ECVI saturated	$M^* = 2.512$ $S^* = 2.250$ $I^* = 20.69$	<i>Good fit</i>
NFI	$NFI \geq 0.90$	0.90	<i>Good fit</i>
NNFI	$NNFI \geq 0.90$	0.929	<i>Good fit</i>
CFI	$CFI \geq 0.90$	0.940	<i>Good fit</i>
IFI	$IFI \geq 0.90$	0.940	<i>Good fit</i>
RFI	$RFI \geq 0.90$	0.881	Kurang baik
CN	$CN \geq 200$	164.722	Kurang baik
SRMR	Standardized RMR	0.0541	<i>Good fit</i>

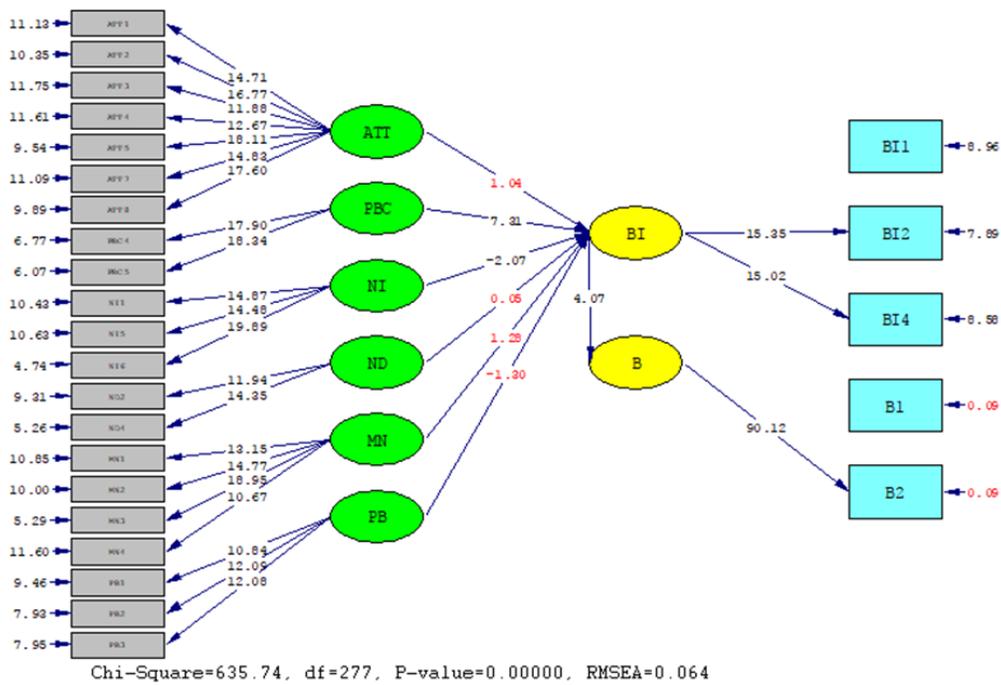
Evaluasi terhadap model pengukuran atau konstruk secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas (validity) dari model pengukuran dan evaluasi terhadap realibilitas (reliability) dari model pengukuran. Hal ini dapat dilihat dari analisis yang dilakukan LISREL untuk path diagram standardized solution seperti pada gambar 1. Analisa LISREL memuat nilai untuk variabel korelasi atau kovarian dari masing-masing variable laten eksogen dan variable laten endogen dari model statistik penelitian. Rangkuman dari analisis oleh LISREL untuk path diagram standardized solution dan T-values ini dapat dilihat di Gambar 1.



Sumber : Hasil survey, diolah menggunakan LISREL 9.3
Gambar 1. Path Diagram – Standardized Solution

Indikator dengan loading factor yang tinggi memiliki kontribusi yang lebih tinggi untuk menjelaskan konstruk latennya. Pada sebagian besar referensi bobot faktor sebesar 0.50 atau lebih dianggap memiliki validasi yang cukup kuat untuk menjelaskan konstruk laten.

Dari Gambar 1. diatas terlihat bahwa semua nilai Standarized Loading Factor bobotnya lebih besar dari 0.50. maka semua muatan faktor standar (SLF) dari model dapat dikatakan baik. Penjelasan lebihrinci dapat dilihat pada tabel 3.



Sumber : Hasil survey, diolah menggunakan LISREL 9.3
 Gambar 2.Path Diagram – T-Values

Tabel 3. Deskripsi nilai Standardized Loading Factor dan T-Values

Var Latent	ATT		PBC		NI		ND		MN		PB		Kesimpulan validitas
	SLF*	Nilai-T											
ATT1	0.74	14.71											Baik
ATT2	0.81	16.77											Baik
ATT3	0.63	11.88											Baik
ATT4	0.66	12.67											Baik
ATT5	0.85	18.11											Baik
ATT7	0.74	14.83											Baik
ATT8	0.83	17.6											Baik
PBC4			0.86	17.90									Baik
PBC5			0.88	18.34									Baik
NI1					0.75	14.87							Baik
NI5					0.74	14.48							Baik
NI6					0.92	19.89							Baik
ND2							0.68	11.94					Baik
ND4							0.82	14.35					Baik
MN1									0.69	13.15			Baik
MN2									0.75	14.77			Baik
MN3									0.90	18.95			Baik
MN4									0.58	10.67			Baik
PB1											0.64	10.84	Baik
PB2											0.71	12.09	Baik
PB3											0.71	12.08	Baik

Dari tabel 3. dapat disimpulkan bahwa semua t-value muatan faktor variabel adalah > 1.96, jadi muatan faktor dari variabel-variabel yang ada dalam model adalah signifikan atau tidak sama dengan nol. Dengan menggunakan muatan faktor standar ≥ 0.50 , maka semua muatan faktor standar (SLF) dari model dapat dikatakan baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa validitas semua variabel teramati terhadap variabel latennya adalah baik.

Rangkuman dari analisis yang dilakukan oleh LISREL untuk path diagram T-values untuk keterkaitan di antara variabel laten eksogen dan variabel laten endogen dalam menguji hipotesis 1 s.d. 7 dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Hipotesa Penelitian

Hipotesis	Standardize	T-value	Kesimpulan
H1 BI ← ATT	0.07	1.04	<i>Hipotesis ditolak</i>
H2 BI ← PBC	0.65	7.31	Hipotesis diterima
H3 BI ← NI	-0.22	-2.07	<i>Hipotesis ditolak</i>
H4 BI ← ND	0.01	0.05	<i>Hipotesis ditolak</i>
H5 BI ← MN	0.10	1.28	<i>Hipotesis ditolak</i>
H6 BI ← PB	-0.09	-1.30	<i>Hipotesis ditolak</i>
H7 BI ← Behaviour	0.24	4.07	Hipotesis diterima

Sumber: Hasil survey, diolah menggunakan LISREL versi 9.3

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil melalui analisa data dan informasi yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor pendidikan dan pendapatan yang tinggi tidak menjamin seseorang akan lebih banyak melakukan sedekah. Semakin tinggi pendapatan, frekuensi untuk bersedekah semakin rendah, kemungkinan besar karena gaya hidup yang berubah sehingga semakin besar pendapatan maka semakin banyak keinginan.
2. Hasil penelitian menemukan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap intensi bersedekah masyarakat muslim di Indonesia adalah Perceived Behavioural Control dimana variabel ini adalah variabel yang menerangkan tentang sisi individualitas seseorang dalam mengambil keputusan.
3. Elemen-elemen dalam Perceived Behavioural Control yang paling berpengaruh adalah pada elemen keyakinan individu dalam kemampuan mereka dalam menyedekahkan uangnya kepada orang-orang yang membutuhkan atau kepada lembaga amil zakat. Dari penelitian ini terungkap bahwa para dermawan muslim Indonesia sangat yakin bahwa mereka sangat mampu untuk menyedekahkan uangnya dalam waktu empat minggu ke depan, dan hal ini ada di dalam kontrol individu masing-masing, tidak terpengaruh oleh faktor-faktor lainnya.

4. Elemen berikutnya yang juga berpengaruh dari variabel Perceived Behavioural Control ini adalah mengenai kemudahan untuk melakukan sedekah dalam waktu empat minggu ke depan. Para dermawan ini merasa sangat mudah untuk bersedekah dalam waktu empat minggu ke depan, tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti sikap, norma moral, norma descriptive, norma injunctive dan pengalaman bersedekah. Artinya, niat untuk bersedekah itu muncul dari sisi individualitas masing-masing individu bukan karena pengaruh eksternal.
5. Behavioural Intention memberikan dampak signifikan terhadap aktual Behaviour dari dermawan muslim di Indonesia yaitu dalam hal frekuensi bersedekah dimana 73% responden menyedekahkan uangnya 1 sampai 5 kali dalam waktu satu bulan dan 27% bersedekah 5 kali dalam waktu satu bulan.
6. Dari hasil penelitian tergambar bahwa masyarakat muslim di Indonesia belum sampai taraf “addiction” dalam bersedekah. Frekuensi bersedekah yang dominan adalah 73% sebanyak 1 – 5 kali dalam satu bulan, sementara hipotesa addiction adalah frekuensi bersedekah sebanyak lebih dari 5 kali dalam waktu satu bulan ke belakang.

Dengan menganalisa hasil penelitian, maka implikasi yang bisa diberikan adalah sebagai berikut :

1. Awareness dan juga penyaluran ZIS kelas menengah muslim terhadap LAZIS masih rendah. Padahal proporsi alokasi zakat atau amal yang dialokasikan oleh kelas menengah muslim cukup besar (5%) sehingga potensi untuk mengelola zakat demi kemasyahatan umat masih terbuka.
2. Hasil penelitian yang menyatakan bahwa perceived behavioral control menjadi faktor yang paling signifikan mempengaruhi intensi bersedekah bisa menjadi poin bagi LAZIS untuk membuat strategi komunikasi marketing yang kontennya menerangkan mengenai kekuatan kontrol pribadi dalam melepaskan diri dari kebutuhan materialistik menuju keabadian akhirat. Kemungkinan besar para dermawan ini tidak ingin terikat dengan LAZIS sebagai donatur tetap bukan karena faktor kemampuan dan kemudahan donatur dalam bersedekah, tetapi karena kontrol individu yang mereka yang kuat maka mereka merasa mereka berhak untuk bersedekah dimana saja mereka menginginkan tidak terikat kepada satu lembaga.
3. Perlu penguatan aspek tauhid agar perilaku masyarakat muslim yang materialistik bisa bergeser ke arah non materialistik yaitu lebih banyak bersedekah untuk mendapat pahala yang besar.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki cukup banyak keterbatasan karena ada faktor-faktor lain yang sebenarnya berada di luar jangkauan dalam pelaksanaannya. Beberapa hal yang dianggap merupakan keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Waktu penelitian ini belum bisa merepresentasikan perilaku yang sesungguhnya karena apabila penelitian dilakukan di bulan Ramadhan, opini yang didapatkan dari responden akan berbeda.
2. Data yang dikumpulkan masih terlalu terkonsentrasi di pulau Jawa, dimana hal ini belum bisa merepresentasikan masyarakat muslim Indonesia secara umum.

Saran Penelitian

1. Saran akademis penelitian yang paling sederhana adalah dengan melakukan pengujian model penelitian ini dengan studi perilaku yang berbeda dari penelitian ini, seperti perilaku infakatau wakaf.
2. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan meneliti variabel yang sama pada penelitian ini dengan sampel yang lebih luas untuk mengetahui apakah model penelitian ini tetap berlaku atau tidak.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti dengan menambahkan faktor-faktor pengaruh lain yang belum diteliti pada penelitian ini. Dengan demikian, semakin memperkaya pengetahuan.
4. Saran praktis dari penelitian ini adalah para pihak yang menjadi pengumpul donasi atau LAZIS dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan perencanaan strategis mereka.

REFERENSI

- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665-683. Doi: 10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition), Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations. September 2002 (revised January 2006). Diunduh dari <http://people.umass.edu/aizen> tanggal 17 November 2006.
- Al Hafizh Ibnu Hajar Al Asqolani dalam Fathul Bari Syarh Shahih Al Bukhari, 3/300, Darul Ma'rifah, 1379.
- Al Minhaj Syarh Shahih Muslim, 16/141, Dar Ihya' At Turots Al 'Arobi, cetakan kedua, 1392.
- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). Indonesia Middle Class Muslim: Religiosity and Consumerism. *Jakarta: Alvara Research Center*.
- Andhika M. T. (2009). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control terhadap Intensi Menggunakan Transjakarta Untuk Pergi ke Tempat Kerja. *CAF (Charities Aid Foundation) World Giving Index (2016)*
- Antonio, M. S. (2014). Muhammad SAW, The Greatest Inspirator & Motivator Muhammad Abduh Tuasikal, <https://rumaysho.com/828-sedekah-tidaklah-mengurangi-harta.html>
- Anwar, K., Abu, B., & Harmaini. (2005). Hubungan antara Komitmen Beragama dengan Intensi Prosocial Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN SUSKA Riau. *Jurnal Psikologi*, 1(2), 69-77.
- At-Tuwaijiri, Muhammad bin Ibrahim bin Abdullah, 2013. *Ensiklopedi Islam Al-Kamil*. Jakarta: Darus Sunnah Press.

- Awaliah Kasri, R. (2013). Giving behaviors in Indonesia: Motives and marketing implications for Islamic charities. *Journal of Islamic Marketing*, 4(3), 306-324.
- Awan, Y. M & Hameed, F. (2014). Effect of demographic, socio-economic and other characteristics on donations. *Current research journal of social sciences*, 6(2): 55-67.
- Chaplin, J. P. (2004). *Kamus Lengkap Psikologi, cet. ke-9*, Penerjemah: Dr. Kartini Kartono, Jakarta: Rajawali Pers.
- Corsini, R., J. (2002). *The Dictionary of Psychology*. NewYork : Brunner-Routledge.
- Echols, J. M., & Shadily, H. (2000). *Kamus Inggris Indonesia, cet. ke-25*. Jakarta: Gramedia.
- Falahuddin., Khaddafi., & Heikal, M. (2014). Intention to pay zakat commercial: An application of revised theory of planned behavior. *Journal of Economics and behavioral Studies*. 6(9): 727-734.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research. Reading MA AddisonWesley. *Fransson, N., and Garling*, 369-382.
- Horton, R. L. (1976). The structure of perceived risk: Some further progress. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 4(4), 694-706.
- Indra Tranggono (2014), Orang Terkaya dan Filantropi, Majalah Tempo Maret 2014, <https://www.tempo.co/read/kolom/2014/03/08/1181/orang-terkaya-dan-filantropi>
- Kashif, M., Sarifuddin, S., & Hassan, A. (2015). Charity donation: intentions and behaviour. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(1), 90-102. <http://dx.doi.org/10.1108/MIP-07-2013-0110>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (1990). Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta: Balai Pustaka.
- Malhotra, N. K. (2007). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Pearson Prentice Hall.
- Mujieb, M. A., & Tholhah, M. (1994). Syafi'ah (eds), *Kamus Istilah Fiqih*, Jakarta: PT. Pustaka Firdaus.
- Mutiara, P. (2016). Gerakah Sedekah Jumat Rp. 2000 <http://mediaindonesia.com/news/read/54280/gerakan-sedekah-jumat-rp2-000/2016-07-02>
- Nuzhatul Muttaqin Syarh Riyadhhis Sholihin, (1407 H). Musthofa Sa'id Al Khin dkk, hal. 480, MuassasahAr Risalah, cetakan keempat belas, tahun 1407 H
- Rahmatsyah, D. (2011). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan produk baru (Studi kasus: uang elektronik kartu flazz BCA). Jakarta. *Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Depok*.
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan alat pengukur berbasis theory of planned behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55-69.
- Savitri, Q. (2015). *Pengaruh sikap, norma subjektif, perceived behavioral control, pengalaman menyumbang dan faktor demografis terhadap intensi menyumbang* (Bachelor's thesis).
- Sasongko, A. (2016). Sinergi Filantropi Islam dan Kemiskinan, <http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/16/08/05/obfk6q313-sinergi-filantropi-islam-dan-kemiskinan>

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior*, 9th Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Smith, J. R., & McSweeney, A. (2007). Charitable giving: The effectiveness of a revised theory of planned behaviour model in predicting donating intentions and behaviour. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 17(5), 363-386.
- Sudarsono. (1993). *Kamus Filsafat dan Psikologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syed Mahmudunnasir, (1998). *Islam Kongssepsi dan Sejarahnya*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Qardawi Y. (1993). *Hukum Zakat*. Jakarta: PT. Intermedia.
- Zakarija, A. (2010). Theory of planned behavior masihkah relevan? Diunduh pada tanggal 25 Juli 2017 dari <http://zakarija.staff.umm.ac.id/files/2010/12/Theory-of-Planned-Behavior-masihkah-relevan.pdf>