



Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu

ISSN 2656-7202 (P) ISSN 2655-6626 (O)

Volume 3 Nomor 2, Juli-Desember 2020

DOI: <https://doi.org/10.35961/perada.v3i2.181>

***TEORI OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP INTENSI
UNTUK BERINFAK DAN SEDEKAH MELALUI FINANCIAL
TECHNOLOGY***

Anisa Sains Kharisma

Program Pascasarjana Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jenderal Soedirman

Anisasains08@gmail.com

Negini Kencono Putri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

Negini_kp@yahoo.com

ABSTRAK

Infak dan sedekah merupakan amalan yang dilakukan oleh seorang muslim dalam rangka berbagi harta untuk sesama baik dalam bentuk material maupun non-material. Masih banyaknya masalah mengenai cara penyaluran infak dan sedekah serta minimnya kepercayaan terhadap lembaga zakat di Indonesia menyebabkan seorang muslim mencari alternatif lain untuk bisa menyalurkan infak dan sedekahnya, salah satu caranya melalui aplikasi *financial technology*. Aplikasi *financial technology* yang saat ini banyak digunakan untuk menyalurkan infak dan sedekah adalah Go-Pay. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *theory of planned behavior* terhadap niat memberi infak dan sedekah dengan menggunakan *financial technology* (Go-Pay). Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan sampel penelitian sebanyak 50 Muslim yang menggunakan Go-Pay dan menggunakan *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *subjectives norms* dan *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap niat memberi infak dan sedekah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nugroho (2018) yang menyimpulkan bahwa *attitude* tidak berpengaruh terhadap minat untuk berperilaku, namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Ferinaldy (2019) yang menghasilkan bahwa *attitude*, *subjectives norms* dan *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan produk keuangan digital.

ABSTRACT

Infak and sedekah are practices carried out by a Muslim in order to share wealth for others, both in material and non-material forms. There are still many problems regarding how to distribute infak and sedekah and the lack of trust in zakat institutions in Indonesia, causing a Muslim to look for other alternatives to be able to pay out his infak and sedekah, one of the ways is

through the financial technology application. The financial technology application that is currently widely used to distribute infak and sedekah is Go-Pay. This study aims to determine how much influence the theory of planned behavior has on the intention to give infak and sedekah using financial technology (Go-Pay). The data in this study were collected using a questionnaire with a research sample of 50 Muslims using Go-Pay and using accidental sampling. This study uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that subjectives norms and perceived behavioral control have a significant effect on the intention to give infak and sedekah. This research is in line with Nugroho (2018) research which concluded that attitude has no effect on interest in behavior, but this result is not in line with Ferinaldy (2019) research which results is attitude, subjectives norms and perceived behavioral control which significantly influence the intention to use digital financial products .

Kata Kunci: *TPB, Infak, Sedekah, Financial Technology*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara penganut agama Islam terbesar di dunia yakni sebesar 209,1 juta jiwa atau 87,2% dari seluruh umat muslim dunia dan menempati urutan pertama dari 10 negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia yang diikuti oleh India, Pakistan, Bangladesh, Nigeria, Mesir, Iran, Turki, Algeria dan Maroko.¹ Sebagai negara dengan mayoritas muslim terbanyak di dunia, zakat, infak dan sedekah merupakan salah satu sumber pendapatan bagi muslim di Indonesia. Zakat adalah salah satu rukun Islam yang sangat penting sehingga selalu disebutkan sejajar dengan shalat² dan merupakan pilar dalam Islam yang erat kaitannya dengan ekonomi sehingga diharapkan dapat membantu perekonomian Indonesia. Selain zakat, masih ada infak dan sedekah yang dapat membantu perekonomian Indonesia. Infak adalah tindakan memberikan sebagian dari harta yang dimiliki kepada orang yang memiliki persyaratan, yakni fakir, miskin, yatim piatu dan kerabat lain-lai,³ sedangkan sedekah maknanya sama seperti infak,

tetapi sedekah dapat berupa sesuatu yang tidak material.⁴

Adapun manfaat infak dan sedekah secara lebih luas yaitu dengan membayar infak dan sedekah akan mendapatkan pahala yang berlipat ganda⁵, semakin dekat dengan Allah⁶ dan sebagai pembuka pintu rezeki serta membersihkan dan menyucikan harta⁷. Sedangkan manfaat infak dan sedekah bagi penerimanya antara lain meringankan beban ekonomi, memungkinkan untuk dapat mengubah keadaan diri mereka dengan modal infak dan sedekah yang diterima, mempersempit ruang perbedaan antara si kaya dan si miskin dan dapat menjalin persaudaraan yang erat antar muslim.⁸ Begitu pentingnya infak dan sedekah bagi kelangsungan hidup umat muslim, sehingga penyaluran infak dan sedekah memerlukan perhatian yang khusus.

Permasalahan yang timbul adalah bagaimana cara menyalurkan atau membayar infak dan sedekah. Apakah melalui lembaga penghimpun dan penyalur

¹ Republika.co.id, '10 Negara Dengan Populasi Muslim Terbesar di Dunia', <https://republika.co.id/berita/noywh5/inilah-10-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-di-dunia>, [accessed 1 October 2010]

² Al-Baqarah ayat 43

³ Mardany, 'An Analysis of Cash Waqf Participation Among Young Intellectual' . Academic Conference: Istanbul, (2017)

⁴ Nasution, Irfan dan Andi Prayogi, 'The Utilization of Zakah Productive Towards Micro-Business Growth and Mustahik Welfare', Jurnal. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, (2015)

⁵ Al-Baqarah ayat 261

⁶ At- Taubah ayat 99

⁷ HR. Tirmidzi

⁸ Zikri, Sri Nirwana Sarowati., Mu'ady Yasin., Taufik Chaidir 'Kemanfaatan Dana Zakat Bagi Mustahik', Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, (2017)

(BAZNAS, LAZ, rumah zakat, dompet dhuafa, dan sebagainya) atau langsung kepada penerima yang bersangkutan. Masyarakat enggan menyalurkan zakat infak dan sedekah melalui instansi BAZIS/LAZ.⁹ Masyarakat lebih memilih memberikan zakat infak dan sedekah langsung kepada Mustahik karena pelayanan instansi tersebut yang buruk, selain itu juga Muzakki merasa lebih puas jika memberikannya langsung kepada *mustahiq*, terlepas ada atau tidak adanya hubungan keluarga. Kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat terkait informasi dana zakat dan kesadaran untuk membantu *mustahiq* terdekat juga menjadi alasan *muzakki* di Kabupaten Sidoarjo menyalurkan zakat secara langsung¹⁰. Oleh karena itu, Muzakki memerlukan fasilitas untuk mempermudah dalam menyalurkan dana zakat infak dan sedekahnya.

Di era digital sekarang ini, kita dimudahkan oleh teknologi dalam melakukan aktivitas. Salah satunya adalah aktivitas untuk menyalurkan infak dan sedekah melalui platform digital payment Go-Pay. Go-Pay adalah salah satu produk *financial technology* (fintech) dari perusahaan GO-JEK. *Financial technology* (fintech) merupakan gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam bertransaksi harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dan dalam hitungan detik saja. Sedangkan platform digital adalah sebuah program untuk menjalankan sebuah teknologi yakni hardware dan software. Dengan adanya *fintech Go-Pay*, diharapkan dapat memudahkan dan

meningkatkan minat dalam memberikan infak dan sedekah. Ferinaldy melakukan penelitian mengenai penggunaan produk keuangan digital menghasilkan sikap, norma subjektif dan kendali perilaku berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk keuangan, serta produk yang banyak digunakan adalah produk yang tampilan dan manfaatnya dapat digunakan oleh pengguna¹¹. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian Nugroho yang menyimpulkan bahwa *attitude* tidak berpengaruh terhadap niat atau intensi penggunaan¹². Penelitian ini bertujuan meneliti seberapa besar niat untuk memberikan infak dan sedekah melalui *financial technology* dengan menggunakan pendekatan *theory of planned behavior*. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari kuisioner yang diberikan kepada responden yang aktif menggunakan *financial technology*, yakni *platform digital payment* Go-Pay. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik kuantitatif melalui regresi linear berganda.

1. Infak

Infak berasal dari kata anfaqa yang berarti menghabiskan, membelanjakan, memberi atau menghapus property. Infak berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan atau penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan dalam ajaran Islam. Mardany mendefinisikan infak sebagai memberikan sebagian dari harta yang dimiliki kepada orang yang telah diisyaratkan oleh agama untuk memberinya seperti fakir, miskin, yatim piatu, kerabat dan lain-lain. Tidak ada

⁹ Daulay, Abdul Hafiz dan Irsyad Lubis., 'Analisis Faktor-faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Instansi BAZIS/LAZ di Kota Medan', Jurnal Ekonomi dan Keuangan, (2014)

¹⁰ Novanto, Henry Reza., Muhammad Nafik H.R., 'Mengapa Masyarakat Memilih Menunaikan Zakat di Masjid Dibandingkan Dengan Lembaga Zakat?', JESTT, (2014)

¹¹ Ferinaldy, Muslikh dan Nurul Huda 'Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik', Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi. (2019)

¹² Nugroho, Anton 'Faktor Affecting Consumers Interest in Electronic Money Usage With Theory of Planned Behavior,' Journal of Consumer Science. (2018)

ketentuan jumlah harta (*nisab*) dalam infak.¹³ Secara hukum, infak terbagi menjadi empat macam¹⁴ yaitu infak wajib (perilaku mengeluarkan harta untuk perkara wajib); infak mubah (perilaku mengeluarkan harta untuk perkara mubah); infak sunnah (perilaku mengeluarkan harta dengan niat sedekah) dan infak haram (perilaku mengeluarkan harta untuk perkara yang diharamkan).

Dalam penelitian ini infak diberikan oleh pengguna (pelanggan) Go-Pay kepada pengemudi Go-Jek ketika pelanggan selesai melakukan pesanan (transportasi, pengiriman barang atau pemesanan makanan). Pelanggan diberi pilihan untuk memberikan atau tidak memberikan infak atau dalam aplikasi Go-Pay disebut sebagai tips. Besarnya tips tersebut berkisar dari Rp1.000,- hingga Rp10.000,-. Besarnya infak tersebut akan langsung masuk ke rekening pengemudi yang bersangkutan, sehingga pelanggan tidak khawatir jika nantinya infak tidak tersalurkan.

2. Sedekah

Sedekah adalah kegiatan memberikan sebagian harta untuk fakir miskin atau kepada yang berhak menerimanya di luar kewajiban zakat maupun zakat fitrah yang disesuaikan dengan kemampuan pemberi.¹⁵ Sedekah adalah kegiatan memberikan harta di jalan Allah dengan ikhlas dan tidak berharap imbalan, semata-mata mengharapkan ridha-Nya sebagai bukti kebenaran Islamnya¹⁶ serta tidak mengharap-

imbalan jasa atau penggantian.¹⁷ Sedekah dapat berupa hal yang material maupun tidak material. Beberapa macam sedekah yaitu *tasbih*, *tablil* dan *tahmid*; bekerja dan memberi nafkah kepada keluarga; sedekah harta (materi).

Dalam penelitian ini, sedekah diberikan dalam bentuk *rating* atau penilaian. Setelah pelanggan selesai melakukan pesanan (transportasi, pengiriman barang atau pemesanan makanan), pelanggan diberikan pilihan untuk memberi rate kepada pengemudi. Rating tersebut berupa bintang, dari satu hingga lima bintang. Semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh pengemudi, semakin banyak bintang yang diberikan. Rating tersebut nantinya akan menjadi evaluasi bagi perusahaan Go-Jek untuk meneruskan akan bermitra dengan pengemudi yang bersangkutan atau tidak. Sehingga ketika pengemudi diberi lima bintang, pengemudi akan senang dan itu termasuk sedekah dalam bentuk non-material.

3. Theory of Planned Behavior

Menurut TPB, penentu perilaku yang paling langsung adalah niat seseorang terhadap perilaku. Semakin kuat niat seseorang, semakin banyak orang tersebut diharapkan termotivasi pada kinerja (non-kinerja) perilaku. Jika tindakan itu sendiri, konteks untuk perilaku, dan waktu untuk bertindak congruent, maka keyakinan dan sikap adalah prediktif niat. Keyakinan yang menentukan niat perilaku di bagi menjadi dua set yang berbeda: *attitudinal* dan *normatif*. Setiap set keyakinan terdiri dari keyakinan bahwa perilaku yang dimaksud akan dikaitkan dengan hasil tertentu dikaitkan dengan nilai yang melekat pada hasil tersebut. Keyakinan *attitudinal* didasarkan pada kemungkinan hasil positif atau negatif dari melakukan perilaku. Keyakinan *normatif* mengacu pada tingkat tekanan

¹³ Mardany, 'An Analysis of Cash Waqf Participation Among Young Intellectual' . Academic Conference: Istanbul, (2017)

¹⁴ Kitabisa.com, <https://blog.kitabisa.com/pengertian-infak-dan-pembagiannya-dalam-islam/#>, [Accessed 1 October 2020]

¹⁵ KBBI, <http://kbbi.web.id/shadaqah> , [Accessed 2 December 2020]

¹⁶ Al-Baqarah ayat 245

¹⁷ Uyun, Qurratul. 'Zakat Infak Shadaqah dan Waqaf Sebagai Konfigurasi Filantropi Islam', Jurnal Islamuna. (2015)

sosial dari orang penting lainnya terhadap kinerja atau non-kinerja perilaku.¹⁸ Sikap terhadap perilaku dan tingkat dukungan normatif diasumsikan untuk bersama-sama menentukan niat perilaku meskipun kepentingan relatif mereka akan bervariasi dengan situasi.¹⁹ TPB memperluas kajian teori tindakan dengan menggabungkan persepsi pengendalian perilaku. Bahkan ketika keyakinan attitudinal dan normatif menguntungkan, ada kondisi penting lainnya yang membantu atau menghambat perilaku yang mungkin. Kurangnya kesempatan dapat mencegah perilaku meskipun niat positif ada. Kontrol perilaku terbatas pada bahwa perilaku fokus adalah kontingen pada sumber daya yang tidak terkontrol. Dengan demikian, niat perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama: evaluasi perilaku (sikap terhadap perilaku), dirasakan tekanan sosial untuk melakukan atau perilaku (dukungan normatif), dan tingkat hak prerogatif mengenai perilaku (kontrol perilaku yang dirasakan). Seseorang akan memiliki niat kuat untuk melakukan tindakan yang diberikan jika mereka mengevaluasinya secara positif, dan percaya bahwa orang lain juga ingin melakukannya, dan berpikir bahwa hal tersebut mudah dilakukan.

a. Attitude

Sikap adalah faktor yang bersumber dari dalam diri seseorang yang dipelajari untuk memberikan respon positif atau negatif pada penilaian terhadap sesuatu. Sikap didefinisikan sebagai kecenderungan

untuk menanggapi hal-hal yang evaluatif, disukai, atau tidak disukai untuk objek, orang, institusi, atau acara.²⁰ Semakin positif sikap individu, maka semakin tinggi pula niat individu untuk melakukan sesuatu.²¹ Sikap seorang muslim terhadap suatu perilaku tentu memiliki proses dan prinsipnya sendiri. Proses pengambilan keputusan seorang Muslim dimulai dengan pengantar masalah, yang kemudian diikuti oleh pengambilan informasi, dan evaluasi alternatif yang terdiri dari penolakan kemudharatan, persepsi kebutuhan Islam, serta persepsi mardhatillah atau kesenangan Allah SWT, kemudian dari proses ini dapat mengarah pada keputusan untuk melakukan suatu perilaku atau tidak.

Jika seorang muslim memiliki pandangan yang positif terhadap infak dan sedekah maka semakin tinggi niat individu muslim tersebut untuk memberikan infak dan sedekah. Dalam penelitian ini jika pengguna aplikasi Go-Pay mempunyai pandangan yang positif yakni memberikan infak dan shodaqah akan membawa manfaat bagi pengemudi yang bersangkutan, maka niat pengguna aplikasi Go-Pay untuk memberi infak berupa tips dan sedekah berupa rating akan semakin tinggi.

b. Subjective norms

Subjective norms adalah persepsi seseorang mengenai pemikiran yang diberikan orang lain sehingga akan mendukung atau tidak mendukung dalam melakukan sesuatu. *Subjective norms* merujuk terhadap tekanan sosial yang dihadapi oleh individu untuk melakukan atau tidak melakukan

¹⁸ Cheng, C. F., Chen, L. H., Chen, M. Y., & Lu, W. C., 'Fan participation behaviour in baseball: An application of the theory of planned behaviour'. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 14(1), 22–33, (2012)

¹⁹ Murugesan, R., & Jayavelu, R., "Testing the impact of entrepreneurship education on business, engineering and arts and science students using the theory of planned behaviour: A comparative study", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 7(3), 256–275, (2015)

²⁰ Ajzen, 'Attitudes, Personality and Behavior', McGraw-Hill Professional Publishing, (2005)

²¹ Osman, Faiz Amirul, 'An Analysis of Cash Waqf', *Islamic Marketing Conferences*. (2014)

perilaku tertentu.²² Norma *subjektif* adalah keyakinan individu untuk mematuhi arahan atau saran dari orang disekitarnya (keluarga, teman sebaya dan orang-orang yang dianggap penting) untuk berpartisipasi dalam melakukan suatu tindakan. *Subjective norm* adalah hasil dari *normative belief* yang merupakan hasil dari penerapan kekuatan keyakinan, yaitu pandangan yang relevan tentang suatu perilaku dan motivasi untuk memenuhi harapan lingkungan sekitar.

Ketika seorang muslim mendapatkan dukungan dari keluarganya, teman sesama muslim dan kolega yang dianggap penting untuk berinfak dan bersedekah maka akan semakin kuat niat Muslim tersebut untuk memberi infak dan sedekah. Jadi, ketika pengguna Go-Pay mendapatkan dukungan dari keluarganya, teman muslim sesama pengguna Go-Pay dan orang lain yang dianggap penting untuk memberikan infak dan sedekah kepada pengemudi Go-Jek maka niat untuk memberikan tersebut akan semakin kuat.

c. *Perceived Behavioral Control*

Perceived behavioral control adalah persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku merupakan persepsi terhadap kekuatan faktor-faktor yang mempermudah atau mempersulit²³. *Perceived behavior control* atau kontrol perilaku yang dirasakan sebagai perasaan kemampuan seseorang untuk menunjukkan perilaku yang diinginkan. Kontrol perilaku yang dipersepsikan mengacu pada persepsi

orang tentang kemampuan mereka untuk melakukan perilaku tertentu²⁴ dengan *behavioral control* individu percaya betapa mudah atau sulitnya untuk melakukan perilaku tertentu. *Perceived behavioral control* secara tidak langsung dapat memengaruhi perilaku, melalui niat sehingga digunakan untuk memprediksi perilaku secara langsung. Niat untuk berperilaku hanya dapat diwujudkan jika perilaku tersebut masih dalam jangkauan kemampuan pribadi. Aktualisasi perilaku dalam kapasitas tertentu masih tergantung pada faktor-faktor non-motivasi seperti ketersediaan peluang dan sumber daya (misalnya waktu, uang, kemampuan, bantuan orang lain).

Seorang muslim yang memiliki sumber daya dan peluang yang baik, harus memanfaatkan kemampuan dan peluang tersebut untuk hal-hal yang baik menurut Islam salah satunya adalah berinfak dan bersedekah. Dapat disimpulkan bahwa ketika muslim pengguna Go-Pay merasa memiliki kemampuan untuk member infak dan sedekah kepada pengemudi Go-Jek maka semakin tinggi niat untuk memberikan infak dan sedekah tersebut.

d. *Intention*

Intensi adalah representasi kognitif serta konatif dari kesiapan individu untuk berperilaku²⁵. Intensi merupakan penentu dan disposisi dari perilaku, hingga individu memiliki kesempatan dan waktu yang tepat untuk menampilkan perilaku tersebut secara nyata. Intensi berupa sebuah perantara faktor motivasional yang memiliki dampak dalam berperilaku.

²² Ajzen, 'The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*', (1991)

²³ Ajzen, 'The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*', (1991)

²⁴ Osman, Faiz Amirul, 'An Analysis of Cash Waqf', Islamic Marketing Conferences. (2014)

²⁵ Ajzen, 'Attitudes, Personality and Behavior', McGraw-Hill Professional Publishing, (2005)

Pada *planned behavior theory* secara spesifik dijelaskan bahwa intensi untuk melakukan suatu perilaku merupakan kecenderungan individu dalam melakukan suatu perilaku. Intensi dalam berperilaku diukur melalui tiga prediktor utama, yaitu *behavioral beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs*.

Jika individu memiliki intensi untuk melakukan suatu perilaku maka individu akan termotivasi melakukan perilaku; sebaliknya, jika individu tidak memiliki intensi untuk melakukan suatu perilaku maka individu tidak akan melakukan perilaku tersebut. Jadi, jika seorang muslim memiliki intensi untuk memberi infak atau sedekah melalui aplikasi Go-Jek maka seorang muslim tersebut cenderung akan memberikan infak atau shodaqah, dan sebaliknya.

INTENSITAS PELANGGAN GO-PAY DALAM BERINFAK

Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuisiоner dan menggunakan teknik *accidental sampling* dalam pengambilan *sample*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Total Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan dokumentasi dan kuesiоner. Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan *reliabilitas*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, multikolinieritas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, linier berganda regresi dan koefisien determinan / R^2 ²⁶.

²⁶ Suliyanto, 'Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS', Yogyakarta : ANDI., (2011)

Tabel 1
Multiple Regression Analysis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.812	1.959		-.415	.680
X1	-.047	.188	-.028	-.250	.804
X2	.392	.196	.230	1.994	.052
X3	1.015	.197	.629	5.152	.000

$$Y = (-0.812) + (-0.047) X1 + 0.392 X2 + 1.015 X3$$

Y : Intensi infak dan sedekah

X1 : *Attitude*

X2 : *Subjective Norms*

X3 : *Perceived Behavioral Control*

Tabel 2
Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.585	.557	2.14962

Berdasarkan tabel di atas, koefisien determinan (R Square) dapat diartikan bahwa 58.5% dari niat infak dan sedekah (Y) pada model regresi dapat dijelaskan oleh variabel independen *attitude* (X1), *subjective norms* (X2) dan *perceived behavior control* (X3). Sedangkan ada 41.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 3

F Test

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	299.060	3	99.687	21.573	.000 ^a
Residual	212.560	46	4.621		
Total	511.620	49			

Berdasarkan tabel di atas, hasil F-hitung adalah 21.573 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Ini menyimpulkan bahwa ada efek stimulan antara *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavior control* terhadap niat infak dan sedekah menggunakan Go-Pay.

Tabel 4

T test

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.524	1.207		1.262	.213
	X1	.028	.116	.041	.241	.810
	X2	.095	.121	.139	.786	.436
	X3	.099	.121	.153	.815	.419

Berdasarkan tabel di atas, hasil signifikansi dari variabel *subjective norms* dan *perceived behavioral control* lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa variabel dalam penelitian ini mempengaruhi secara parsial dan positif sedangkan variabel *attitude* lebih besar dari 0.05 yang berarti bahwa variabel *attitude* tidak berpengaruh secara parsial. Berdasarkan hasil ini, tingkat signifikansi variabel *attitude* mendapat $0.081 > 0.05$. Ini menyimpulkan bahwa *attitude* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan. Secara umum, responden melihat bahwa infak dan sedekah tidak hanya bisa diberikan melalui Go-Pay, tetapi bisa melalui aplikasi *financial* teknologi yang lainnya, atau memberikan secara langsung kepada yang berhak menerima tanpa melalui perantara *financial* teknologi. *Norma subjektif* dalam penelitian ini diketahui memiliki pengaruh signifikan terhadap niat infak dan sedekah. Berdasarkan hasil tersebut, tingkat signifikansi norma *subjektif* mendapat skor $0.043 < 0.05$. Ini menyimpulkan bahwa

norma *subyektif* secara signifikan mempengaruhi niat infak dan bersedekah.. Secara umum, responden menjelaskan bahwa ada dorongan sosial terhadap responden untuk melakukan infak dan bersedekah menggunakan Go-Pay terutama dari keluarga. *Perceived behavior control* yang dirasakan juga mempengaruhi secara signifikan dan positif niat infak dan sedekah melalui Go-Pay. Berdasarkan hasil ini, tingkat signifikansi variabel *perceived behavior control* yang dirasakan mendapat $0.041 < 0.05$. Ini menyimpulkan bahwa *perceived behavior control* yang dirasakan secara positif dan signifikan terhadap niat infak dan sedekah melalui Go-Pay.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna Go-Pay mempunyai tingkat kesadaran yang tinggi untuk berinfak maupun bersedekah melalui Go-Pay. Pengaruh *subjective norms* dan *perceived behavior control* secara keseluruhan secara positif dan signifikan mempengaruhi niat pengguna Go-Pay untuk memberikan infak dan sedekah melalui Go-Pay sedangkan variabel *attitude* dalam penelitian ini tidak begitu berpengaruh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *theory of planned behavior* mempunyai implikasi secara langsung terhadap perilaku individu untuk memberikan infak dan sedekah melalui Go-Pay. Semakin tinggi niat individu untuk memberikan infak dan sedekah melalui Go-Pay maka semakin besar pula kemungkinan perilaku tersebut akan terwujud. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai masukan bagi BAZNAS dan Badan Amil Zakat lainnya untuk mengembangkan metode pembayaran zakat, infak dan sedekah melalui digital *payment* mengingat minat masyarakat dalam bertransaksi menggunakan digital *payment* semakin hari semakin meningkat. []

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, *Attitudes, Personality and Behavior* (McGraw-Hill Professional Publishing, Berkshire, GBR, 2005)
- Ajzen, *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211, (1991)
- Cheng, C. F., Chen, L. H., Chen, M. Y., dan Lu, W. C., 'Fan participation behaviour in baseball: An application of the theory of planned behaviour. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 14(1), 22-33, (2012) <https://doi.org/10.1108/ijms-14-01-2012-b003>
- Daulay, Abdul Hafiz dan Irsyad Lubis.. 'Analisis Faktor-faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Instansi BAZIS/LAZ di Kota Medan', *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, (2014)
- Departemen Agama Republik Indonesia, (Al-Qur'an dan Terjemahannya : Juz 1-30), Jakarta : PT. Kumudasmoro Grafindo, 2018.
- Fatimah. 'Religiosity on Shopping Orientation and Behavioral Intention for Moeslem Pelangans', *Islamic Marketing Conferences*, 2015
- Ferinaldy, Muslikh dan Nurul Huda 'Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik', *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi*, (2019).
- Jogiyanto dan Abdillah, Willy, *Konsep & Aplikasi PLS (Partial least Square) Untuk penelitian Empiris*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2009).
- KBBI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://kbbi.web.id/sedekah>, [Accessed 2 December 2020]
- Kitabisa.com, <https://blog.kitabisa.com/p/engertian-infak-dan-pembagiannya-dalam-Islam/#>, [Accessed 1 October 2020]

-
- Mardany, 'An Analysis of Cash Waqf Participation Among Young Intellectual' . Academic Conference: Istanbul, (2017)
- Murugesan, R., dan Jayavelu, R, 'Testing the impact of entrepreneurship education on business, engineering and arts and science students using the theory of planned behaviour: A comparative study' Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 7(3), 256–275, (2015) <https://doi.org/10.1108/JEEE-12-2014-0053>
- Nasution, Irfan dan Andi Prayogi, 'The Utilization of Zakah Productive Towards Micro-Business Growth and Mustahik Welfare', Jurnal. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, (2015)
- Novanto, Henry Reza., Muhammad Nafik H.R, 'Mengapa Masyarakat Memilih Menunaikan Zakat di Masjid Dibandingkan Dengan Lembaga Zakat?', JESTT, (2014)
- Nugroho, Anton 'Faktor Affecting Consumers Interest in Elektronik Money Usage With Theory of Planned Behavior', Journal of Consumer Science, (2018)
- Osman, Faiz Amirul, 'An Analysis of Cash Waqf', Islamic Marketing Conferences. 2014.
- Republika.co.id, '10 Negara Dengan Populasi Muslim Terbesar di Dunia', <https://republika.co.id/berita/noywh5/inilah-10-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-di-dunia>, [Accessed 1 October 2010]
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta : ANDI. 2011)
- Uyun, Qurratul. 'Zakat Infak Sedekah dan Waqaf Sebagai Konfigurasi Filantropi Islam', Jurnal Islamuna. 2015
- Zikri, Sri Nirwana Sarowati., Mu'ady Yasin., Taufik Chaidir 'Kemanfaatan Dana Zakat Bagi Mustahik'. Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan. 2017