

Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Prilaku Sedekah Harta Pada Karyawan PT Tekomsel

Wahibul Minan¹, Indra² dan Luqyan Tamanni³

^{1,2,3}Magister Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Tazkia

¹wahib1314@gmail.com, ²indradata@gmail.com & ³luqyantamanni@tazkia.ac.id

ABSTRACT

Charity behavior is related to the motivation, ethics, intensity, priority, object and nominal of charity. Charity behavior is influenced by several factors, including religiosity, charity knowledge, Islamic financial planning, altruism and involvement in spiritual organizations. The purpose of this study was to determine how much influence the factors of religiosity, knowledge of charity, Islamic financial planning, altruism and involvement in spiritual organizations have on the behavior of charity. The object of the research is the employees of PT. Telkom Tbk. with diverse demographic and socioeconomic characteristics. This research is a quantitative research using Structural Equation Model (SEM) with Partial Least Square (PLS) analysis technique with SmartPLS application. The results of this study indicate that the variables of religiosity and charity knowledge have no significant effect on the behavior of charity of wealth. While the variables of Islamic financial planning, altruism and involvement in spiritual organizations have a significant effect on the behavior of giving assets to employees of PT. Telkom Tbk.

Keyword: *charity behavior, SmartPLS, Islamic financial planning, spiritual organizations*

PENDAHULUAN

Studi yang dilakukan oleh PIRAC mengungkapkan bahwa 98% masyarakat Indonesia biasa memberi amal atau menawarkan tenaganya secara sukarela untuk membantu sesama (PIRAC (Indonesia), Asian Development Bank, 2002). Menurut *World Giving Report*, Indonesia berada di peringkat 17 dunia, dimana 63% masyarakat Indonesia menyatakan biasa memberi amal (Charity Aid Foundation, 2013). Motivasi terbesar dalam perilaku beramal masyarakat Indonesia menurut studi PIRAC di atas adalah motivasi agama. Alawiyah menyatakan bahwa sebagian besar responden dalam penelitiannya memberikan sumbangan karena mentaati perintah Allah swt (Alawiyah, 2009). Juga karena berkaitan dengan pemahaman masyarakat akan konsep harta, bahwa harta yang hakiki adalah harta yang kita berikan kepada orang lain (Sutikno, Ashar, Burhan, & Husaini, 2012).

Kekuatan empati masyarakat juga menjadi motivasi untuk bersedekah, yaitu merasakan kesedihan jika ada orang lain yang ada di sekitar mereka merasa sedih atau susah. Sebaliknya, mereka merasakan kebahagiaan jika mereka bisa memberikan kesenangan atau kebahagiaan

terhadap orang yang ada di sekitar mereka (Sutikno, Ashar, Burhan, & Husaini, 2012). Karena itulah, ketidakmampuan materi bukan menjadi halangan bagi masyarakat untuk terus bersedekah (Sutikno, Ashar, Burhan, & Husaini, 2012). Muttaqin dalam penelitiannya menyatakan 86 % responden yang diteliti merasa bahwa berinfaq harus dilakukan baik dalam keadaan sulit maupun lapang (Muttaqin, 2015). Arsyianti menyatakan bahwa sedekah masyarakat bisa ditujukan untuk siapa saja, tidak terbatas golongan tertentu (Arsyianti, 2013). Sementara penerima sedekah bisa jadi adalah pribadi atau organisasi (Alawiyah, 2009). Pribadi itu meliputi tetangga, anak yatim piatu, pengemis, teman, kerabat atau yang lainnya. Organisasi nirlaba dapat digolongkan menjadi organisasi religius dan non-religius.

Berangkat dari tinjauan perilaku sedekah masyarakat, sekaligus juga faktor yang mempengaruhinya, maka penulis tertarik meneliti perilaku sedekah pada karyawan PT Telkomsel Tbk. Sebuah perusahaan operator telekomunikasi seluler di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1995. Pada 2018, 65% saham perusahaan dimiliki oleh PT. Telekomunikasi Indonesia. Telkomsel juga terdepan dalam meraup keuntungan yang luar biasa dari sejak berdiri sampai sekarang ini. Ini tidak terlepas dari performa terbaik perusahaan yang selalu maju dalam penerapan gcg, dengan visi, misi dan tata kelola perusahaan yang modern dan berkembang (PT. Telkomsel Indonesia, 2019)

Karyawan PT. Telkomsel memiliki beberapa sisi kelebihan, di antaranya adalah jumlah mereka yang sangat besar, dengan level gaji di atas UMR, latar belakang pendidikan minimal S1, berpengetahuan teknologi informasi digital yang kuat, berada di lingkungan kota yang maju, support manajemen yang kuat (PT. Telkomsel Indonesia, 2019). Karyawan PT. Telkomsel Indonesia, telah menginisiasi berdirinya MTT (Majlis Talim Telkomsel) yang memfasilitasi pelaksanaan ibadah dan pembinaan ilmu keislaman, sekaligus juga membentuk UPZ (Unit Pengumpul Zakat) karyawan (MTT, 2018).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah Mengetahui deskripsi karakteristik demografi dan sosioekonomi karyawan PT. Telkomsel jika dikaitkan dengan perilaku sedekah serta menganalisa pengaruh faktor religiusitas, pengetahuan sedekah, perencanaan keuangan islami, altruisme dan keterlibatan dalam organisasi kerohanian (majelis talim) terhadap perilaku sedekah karyawan PT. Telkomsel.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori *Economic Behavior*

Economic Behavior atau perilaku ekonomi dalam ilmu sosial sering diartikan sebagai usaha maksimalisasi dan ekonomisasi kondisi yang terbatas (Sanderson, 1995). Manusia ekonomi (*homo economicus*) selalu berupaya untuk memenuhi berbagai macam kebutuhannya. Akan tetapi manusia ekonomi pasti dihadapkan pada keterbatasan sumber daya untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan tersebut. *Homo economicus* tidak memiliki perhatian yang tulus tentang orang lain dan interaksi sosial. Karena *homo economicus* cenderung tanpa ikatan sosial. *Homo economicus* adalah model yang memiliki satu properti sendiri, yaitu rasionalitas instrumental. Rasionalitas instrumental yaitu kapasitas untuk memaksimalkan

preferensi sehingga dapat memaksimalkan utilitas mereka. Maka muncullah sikap rasional yang berupa *egoistic rationality* dan *altruism*.

Altruisme merupakan usaha untuk mencapai kebaikan bagi orang lain, baik karena dorongan kepentingan yang berpusat pada diri sendiri atau pada orang lain atau karena kewajiban tanpa pamrih (Hasyir, 2003). Altruisme diartikan sebagai Prinsip dari praktek mewujudkan kesejahteraan bagi orang lain” (Sawyer, 1966). Sears dkk. mengungkapkan bahwa manusia tidak akan mampu hidup sendiri, melainkan sebagai makhluk sosial yang sangat bergantung kepada manusia lain (Sears, Freedman, & Peplau, 1991). Bekkers dan Wiepking menyatakan bahwa orang-orang yang memiliki nilai-nilai altruistik lebih cenderung untuk memberikan sumbangan sebab mereka termotivasi untuk menciptakan suatu dunia yang lebih baik (Bekkers & Wiepking, 2007).

Faktor-faktor dalam diri yang menyusun kepribadian altruisme adalah: Empati, Empati terjadi ketika kita merasa menyatu dengan keadaan emosional orang lain. Just world, yaitu keyakinan bahwa dalam jangka panjang yang salah akan dihukum dan yang baik akan dapat ganjaran. Tanggung jawab Sosial, artinya setiap orang bertanggung jawab untuk melakukan yang terbaik untuk menolong orang yang membutuhkan. *Internal Locus of control*, yaitu kepercayaan individu bahwa ia dapat memilih untuk bertingkah laku dalam memaksimalkan hasil akhir yang baik dan meminimalkan yang buruk. (A. Baron & Donn, 2004)

Teori Perilaku Sedekah

Menurut kamus besar bahasa Indonesia perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan (Retnoningsih & Suharso, 2006). Sedekah merupakan pemberian yang dikeluarkan secara sukarela kepada siapa saja, tanpa nisab dan tanpa adanya aturan waktu yang mengikat. Sedekah berarti sesuatu yang diberikan dengan tujuan mendekatkan diri pada Allah (Sanusi, 2009). Sementara itu Perilaku Sedekah adalah perbuatan melakukan sedekah yang dilakukan secara ikhlas, meningkat, terus menerus dan istiqomah dengan mengharap ridha Allah. (Sanusi, 2009)

Dari definisi perilaku sedekah di atas, maka ada beberapa anasir yang menjelaskannya : Pertama, perilaku sedekah adalah perbuatan memberi dengan motivasi mengharap anugerah dan ridha Allah swt sekaligus wujud cinta sesama anak manusia, atau disebut dengan motivasi sedekah (Rosmini, 2016), (Idri, 2016). Kedua, perilaku sedekah adalah perbuatan memberi dengan cara yang baik, atau disebut sebagai etika sedekah. (Rosmini, 2016), (Idri, 2016). Ketiga, perilaku sedekah adalah perbuatan memberi dengan waktu yang tidak dibatasi, kapan pun dan dalam kondisi apapun, atau disebut dengan intensitas sedekah (Muttaqin, 2015). Keempat, perilaku sedekah adalah perbuatan pelaku sedekah lebih memprioritaskan pengeluaran sedekah dari harta yang dimilikinya daripada pengeluaran yang lain kepada orang lain, atau disebut dengan prioritas sedekah. (Arsyianti, 2013) (Amanta, Rindayati, & Arsyianti, 2014). Kelima, perilaku sedekah adalah perbuatan memberi sesuatu yang disalurkan kepada yang membutuhkan, atau disebut dengan objek sedekah. (Arsyianti, 2013), (Amanta, Rindayati, & Arsyianti, 2014). Keenam, perilaku sedekah adalah perbuatan memberi sesuatu dengan jumlah yang bebas, terencana atau tidak terencana, atau disebut dengan nominal sedekah. (Alawiyah, 2009).

Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Sedekah

Religiusitas dapat disebut sebagai kepercayaan kepada Tuhan, yang ditandai dengan kesholehan dan semangat keagamaan, sehingga semakin kuat kepercayaannya kepada Tuhan, maka semakin tinggi pula tingkat religiusitasnya (Salleh, 2012). Responden dengan keyakinan (religiusitas) pribadi yang lebih tinggi, lebih sering datang ke masjid cenderung menyumbang dalam jumlah yang lebih besar. (Alawiyah, 2009).

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu (Notoatmodjo, 2003). Penelitian oleh, Sutikno dkk. dalam penelitiannya menemukan bahwa kekuatan spiritual adalah faktor yang paling dominan memotivasi responden untuk bersedekah, terutama berkaitan dengan pemahaman terhadap konsep harta, bahwa harta yang hakiki adalah harta yang kita berikan kepada orang lain (Sutikno, Ashar, Burhan, & Husaini, 2012)

Amanta dkk. dalam penelitiannya menyatakan bahwa mayoritas masyarakat masih meletakkan pengeluaran rutin atau konsumsi sebagai prioritas utama. (Amanta, Rindayati, & Arsyianti, 2014) Perencanaan keuangan Islami didasari oleh lima hal, yaitu : 1. *Managing Income*, 2. *Managing Needs*, 3. *Managing Dreams*, 4. *Managing Surplus*, 5. *Managing Contingency* (Mukhlisin & Tamanni, 2013).

Dalam penelitian Amanta dkk. ditemukan bahwa altruisme memiliki pengaruh positif terhadap besarnya alokasi infak rumah tangga (Amanta, Rindayati, & Arsyianti, 2014). Lebih jauh lagi dalam penelitian Alawiyah ditemukan bahwa besarnya sumbangan juga dihubungkan dengan nilai-nilai altruistik dan keterlibatan di masyarakat (Alawiyah, 2009). Muttaqin dalam penelitiannya menyatakan bahwa, 78 % jamaah dalam Majelis Talim yang ditelitinya, memiliki kebiasaan untuk menyisihkan sebagian harta untuk didistribusikan secara khusus untuk keperluan infaq saja diluar zakat. (Muttaqin, 2015)

Kerangka Pemikiran

PT. Telkomsel merupakan perusahaan Telekomunikasi yang sahamnya sebanyak 52% dimiliki oleh pemerintah. Dalam aktifitas kerohaniannya mereka memiliki Majelis Talim Telkomsel yang bergerak dalam mengawal sisi keagamaan karyawan Perusahaan. Di antara aktifitas yang menonjol dari majlis talim ini tidak hanya memfasilitasi aktifitas keagamaan secara ritual saja, bahkan mereka memiliki UPZ (Unit Pengumpul Zakat) yang bisa menghimpun dana ZIS sebesar 15 milyar Rupiah di tahun 2018. Dari total ZIS, sedekah terkumpul sebesar 5 milyar Rupiah. Perilaku seseorang dalam bersedekah dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya religiusitas, pengetahuan sedekah, perencanaan keuangan islami, altruisme dan keterlibatan dalam organisasi kerohanian (Majelis Talim). Penelitian ini akan meneliti seberapa besar pengaruh kelima faktor tersebut terhadap Perilaku sedekah yang terkait dengan motivasi, etika, intensitas, prioritas, objek dan nominal sedekah pada karyawan PT. Telkomsel.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Definisi dari hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai populasi (Walpole, 1995). Tujuan dari hipotesis adalah untuk memberikan dugaan sementara pada penelitian yang dilakukan. Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah: Religiusitas, pengetahuan sedekah, perencanaan keuangan islami, altruisme dan keterlibatan dalam organisasi kerohanian (majelis talim) berpengaruh terhadap perilaku sedekah.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode yang dapat digunakan untuk menganalisis determinasi Perilaku Sedekah pada Karyawan PT. Telkomsel adalah metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Metode SEM merupakan metode yang menggabungkan dua metode statistik, yaitu analisis faktor dalam psikologi atau sosiologi dengan model persamaan simultan dalam ekonometri (Kurniawan & Yamin, 2009). Data yang diperoleh dari hasil penelitian diolah menggunakan teknik analisis data yaitu *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi Smart PLS. PLS menurut Wold dalam Ghozali, merupakan metode analisis yang powerful oleh karena tidak didasarkan banyak asumsi (Ghozali, 2008).

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Telkomsel Tbk. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2006). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportionate stratified random sampling* karena populasi mempunyai anggota atau unsur yang berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2010). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuisioner. Adapun metode tersebut dilakukan dengan melihat opini responden dengan sifat kuantitatif yang dianalisa secara kuantitatif (Kuncoro, 2004). Kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dan dijawab langsung oleh responden karena dalam kuesioner yang digunakan sudah menyediakan jawaban pilihan sehingga responden hanya akan memilih jawaban yang sudah tersedia. Penulis menggunakan skala likert untuk mengukur sikap dari objek penelitian melalui pernyataan kesetujuan (Hermawan, 2005). Untuk keperluan penelitian analisis kuantitas maka

jawaban itu dapat diberi skor dengan menggunakan skala likert yaitu 4 (sangat setuju) 3 (Setuju). 2 (tidak setuju) dan 1 (Sangat Tidak setuju)

Definisi Operasional Penelitian

Penelitian ini memiliki lima variabel eksogen, yaitu faktor religiusitas, faktor pengetahuan sedekah, faktor perencanaan keuangan islami, faktor altruisme dan faktor keterlibatan dalam organisasi kerohanian (majelis talim). Adapun variabel endogen terdapat lima Variabel, Motivasi dan Etika, intensitas, prioritas, objek dan nominal sedekah sebagai manifestasi dari Perilaku sedekah. Maka berikut ini dijelaskan beberapa definisi operasional mengenai konsep-konsep yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Sedekah harta pada Karyawan PT. Telkomsel.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Faktor yang Mempengaruhi Sedekah

RELIGIUSITAS	PERNYATAAN	KODE
Shalat	Shalat wajib yang lima	X1.1
	Shalat wajib dengan <i>berjamaah</i>	X1.2
	Shalat sunnah rawatib	X1.3
Puasa	Puasa Ramadhan sebulan penuh	X1.4
	Puasa sunnah	X1.5
ZIS	Membayar zakat	X1.6
	Membayar sedekah	X1.7
	Membayar wakaf	X1.8
PENGETAHUAN SEDEKAH	PERNYATAAN	KODE
Makna	Makna sedekah	X2.1
Hukum	Hukum sedekah	X2.2
Hikmah	Hikmah sedekah	X2.3
Perbedaan	Perbedaan ZISWAF	X2.4
Perhitungan	Perhitungan ZISWAF	X2.5
Motivasi dll	Motivasi, etika, prioritas sedekah	X2.6
PERENCANAAN KEUANGAN ISLAMI	PERNYATAAN	KODE
Ibadah dan halal	Niat <i>ibadah</i> dan rizki <i>halalan-thayyiban</i>	X3.1
Skala Prioritas Syariah	Prioritas dan tujuan syariah dalam keperluan-keperluan dasar	X3.2
Mengelola keinginan	Mengelola berbagai keinginan atau impian.	X3.3
Neraca keuangan	Membuat neraca keuangan keluarga yang surplus dan dinamis	X3.4
Dana darurat	Menyiapkan dana darurat	X3.5
ALTRUISME	PERNYATAAN	KODE
Empati	Empati terhadap kondisi kekurangan orang lain	X4.1
Tanggung jawab social	Membantu orang lain yang kekurangan	X4.2
<i>Just world</i>	Sedekah akan dibalas dengan kebaikan	X4.3

<i>Internal Locus of control</i>	Semua orang berhak mendapatkan kebahagiaan	X4.4
KTERLIBATAN DALAM ORGANISASI KEROHANIAN	PERNYATAAN	KODE
Kepengurusan	Berpartisipasi dalam kepengurusan	X5.1
Interaksi	Interaksi secara aktif dengan pengurus	X5.2
Interaksi	Interaksi secara aktif dengan anggota	X5.3
Apresiasi	Mengapresiasi program	X5.4
Kehadiran	Menghadiri kajian	X5.5

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel Perilaku Sedekah

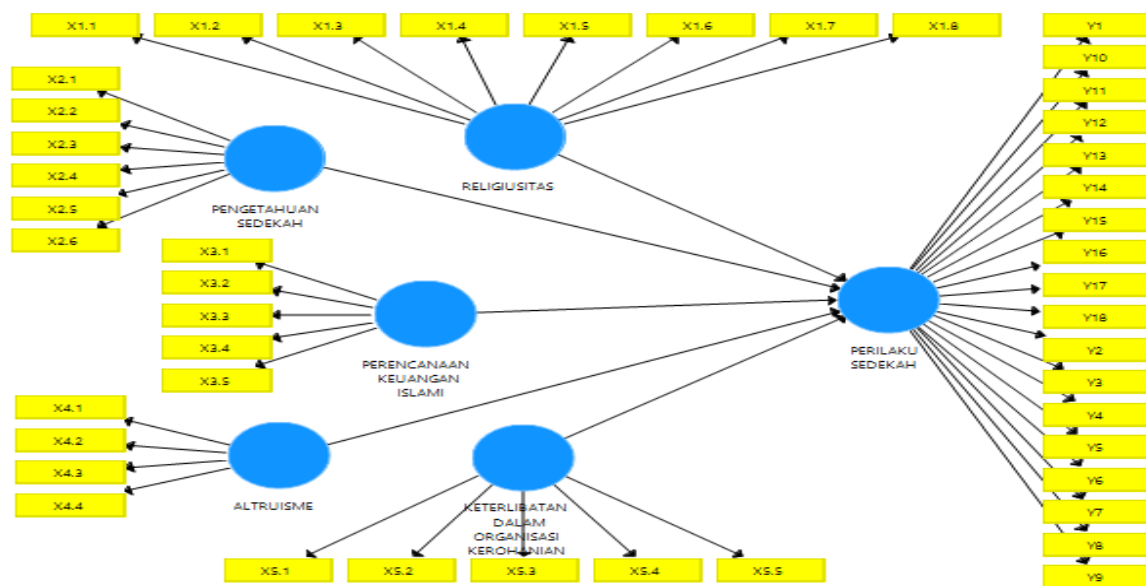
MOTIVASI	PERNYATAAN	KODE
Ridha Allah	Motivasi sedekah untuk mendapatkan ridha Allah swt	Y1
<i>Falah</i>	Motivasi sedekah mendapatkan <i>falah</i>	Y2
<i>Empati</i>	Motivasi sedekah untuk <i>ukhuwwah</i>	Y3
ETIKA	PERNYATAAN	KODE
Harta halal	Bersedekah dari harta yang halal	Y4
Harta terbaik	Bersedekah dengan harta terbaik	Y5
Menghormati mustahiq	Bersedekah dengan menghormati mustahiq	Y6
PRIORITAS	PERNYATAAN	KODE
Setara hutang	Sedekah setara dengan hutang	Y7
Amanah	Harta hakikatnya amanah dari Allah	Y8
Kesejahteraan bersama	Harta sarana kesejahteraan bersama	Y9
INTENSITAS	PERNYATAAN	KODE
Teratur (Frekuensi)	Bersedekah secara teratur	Y10
Lapang sempit (Kontinyu)	Bersedekah dalam keadaan sempit maupun lapang	Y11
Sehat Sakit (Kontinyu)	Bersedekah dalam keadaan sakit maupun sehat	Y12
OBJEK	PERNYATAAN	KODE
<i>Direct</i> (Langsung)	Bersedekah langsung kepada orang yang berhak menerimanya	Y13
<i>Indirect</i> (Lembaga ZIS)	Bersedekah melalui lembaga ZIS	Y14
Lembaga ZIS tertentu	Bersedekah melalui lembaga ZIS tertentu	Y15
NOMINAL	PERNYATAAN	KODE
Nominal terencana <i>direct</i>	Nominal sedekah terencana langsung kepada mustahiq	Y16
Nominal terencana <i>indirect</i>	Nominal sedekah terencana langsung kepada Lembaga ZIS	Y17
Lebih besar dari zakat	Bersedekah dengan nominal lebih besar dari zakat	Y18

Teknis Analisa Model Penelitian

Hasil penelitian dari sampel yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan dianalisa dengan Analisis deskriptif. Analisis deskriptif penelitian ini akan menggambarkan karakteristik responden secara sosio ekonomi, terkait dengan data pribadinya, seperti gender, usia, status pernikahan, tanggungan anak, pendidikan serta level jabatan dalam pekerjaannya. sekaligus juga menggambarkan perilaku sedekahnya. Teknis analisis deskriptif dalam

penelitian ini menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Hasil penelitian dari sampel yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan dianalisa dengan Analisis model. Analisis model menggunakan menggunakan software SmartPLS. Secara umum, tahapan dalam pemodelan PLS-SEM dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) Merancang spesifikasi model.
- 2) Menggambar Gambar jalur.
- 3) Memperkirakan parameter model.
- 4) Mengevaluasi model.
- 5) Menguji kesesuaian keseluruhan model.



Gambar 2. Spesifikasi Model

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data hasil penelitian dari sampel yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan dianalisa dengan analisa deskriptif dan analisa model. Analisis deskriptif terkait karakteristik responden dan perilaku sedekahnya menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Sementara untuk analisis model menggunakan software SmartPLS 3.2

Analisis Deskriptif Karakteristik Responden dan Perilaku Sedekahnya

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Prosentase
Jenis Kelamin	laki-laki	98	78.4
	Perempuan	27	21.6
Usia	Usia 20-30	14	11.2
	Usia 31-40	57	45.6
	Usia 41-50	45	36
	Usia >50	9	7.2

Status	Menikah	112	89.6
	Tidak Menikah	13	10.4
Tanggungan	0 anak	18	14.4
	1 anak	18	14.4
	2 anak	46	36.8
	3 anak	31	24.8
	> 3 anak	12	9.6
Pendidikan	Diploma	11	8.8
	S1	85	68
	S2	29	23.2
Jabatan	Staff	24	19.2
	Supervisor	58	46.4
	Manajer	36	28.8
	General Manajer	7	5.6

Total keseluruhan sampel yang dapat diterima adalah 125 orang. Hal ini telah memenuhi persyaratan dari Hair et al. (2014) yang menyatakan sebuah penelitian dengan lima konstruk variabel atau lebih sedikit dan masing-masing variabel memiliki tiga atau lebih sub-variabel, maka sampel minimalnya adalah 100 responden.

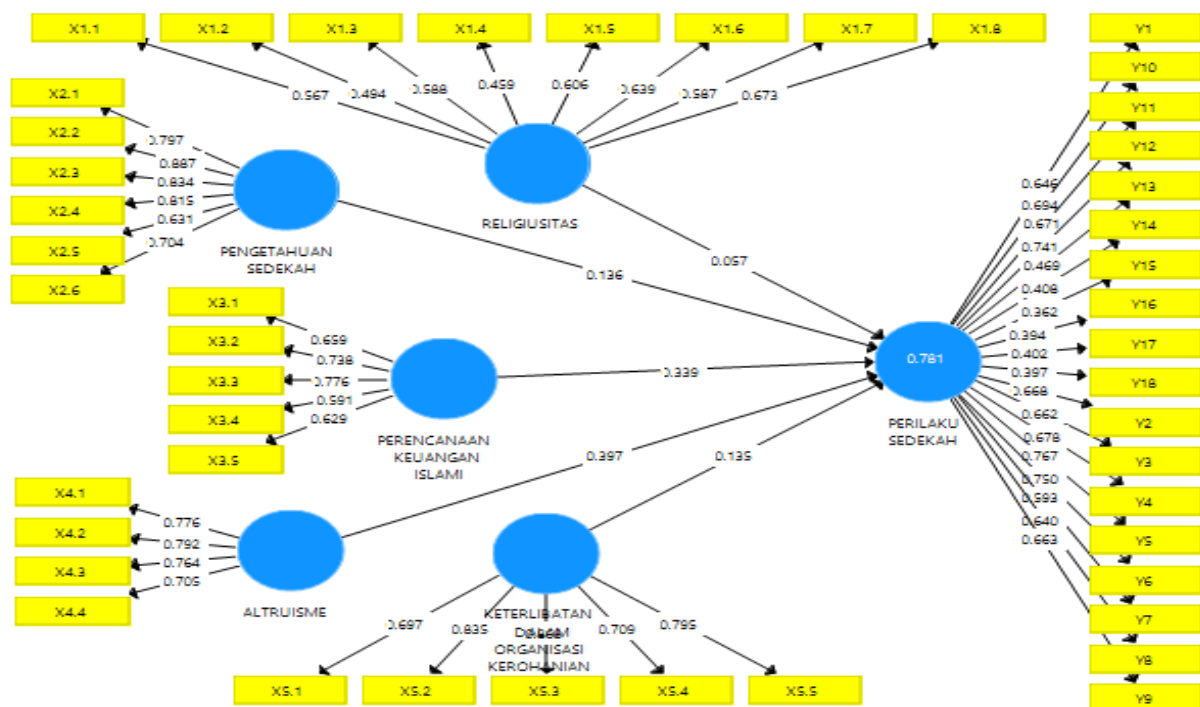
Tabel 4. Perilaku Sedekah

Indikator Variabel	Kode	Mean	Max	Score	STD
Motivasi Ridha Allah	Y1	3.76	4	94	0.43
Motivasi Falah	Y2	3.7	4	92.5	0.52
Motivasi Ukhuwwah	Y3	3.61	4	90.25	0.55
Etika Harta Halal	Y4	3.78	4	94.5	0.41
Etika Harta Terbaik	Y5	3.5	4	87.5	0.53
Etika Hormat Kepada Mustahiq	Y6	3.65	4	91.25	0.48
Prioritas Atas Hutang	Y7	3.09	4	77.25	0.69
Prioritas Amanah	Y8	3.24	4	81	0.67
Prioritas Kesejahteraan Bersama	Y9	3.3	4	82.5	0.66
Intensitas Teratur	Y10	3.46	4	86.5	0.61
Intensitas Lapang Sempit	Y11	3.41	4	85.25	0.57
Intensitas Sehat Sakit	Y12	3.46	4	86.5	0.56
Objek Indirect	Y13	3.18	4	79.5	0.61
Objek Direct	Y14	3.26	4	81.5	0.66
Objek ZIS Tertentu	Y15	2.86	4	71.5	0.81
Nominal Terencana Direct	Y16	3.01	4	75.25	0.73
Nominal Terencana Indirect	Y17	3.03	4	75.75	0.73
Nominal Lebih dari Zakat	Y18	3.18	4	79.5	0.65

Berdasarkan data tabel 4, diperoleh informasi bahwa Perilaku Sedekah Karyawan PT. Telkomsel memiliki nilai skor berkisar antara 71.5 (Y15) hingga 94.5 (Y4). Skor indikator tertinggi pada variabel motivasi sedekah (Y1-Y3) adalah 94 sedangkan terendah adalah 90.25. Nilai indikator tertinggi pada variabel etika sedekah (Y4-Y6) adalah 94.5 sedangkan nilai terendah adalah 87.5. Skor indikator tertinggi pada variabel prioritas sedekah (Y7-Y9) adalah 82.5 sedangkan terendah adalah 77.25. Skor indikator tertinggi pada variabel intensitas sedekah (Y10-Y12) adalah 86.5 sedangkan terendah adalah 85.25. Skor indikator tertinggi pada variabel objek sedekah (Y13-Y15) adalah 81.5 sedangkan terendah adalah 71.5. Skor indikator tertinggi pada variabel nominal sedekah (Y16-Y18) adalah 79.5 sedangkan terendah adalah 75.25. Dengan demikian, secara umum skor perilaku sedekah responden adalah tinggi, yaitu di atas skor 70 dan di bawah nilai skor maksimum 100.

Analisa Model

Terdapat beberapa kriteria di dalam menggunakan Teknik Analisa data dengan smartPLS untuk menilai Validitas dan Realibilitas, yaitu *Convergen Validity*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Discriminant Validity*, *Composit Reliability* dan *Cronbach Alpha*. Uji terhadap outer loading bertujuan melihat korelasi antara skor item atau indikator dengan skor konstraknya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai korelasi diatas 0.70. Namun, demikian pada riset tahap pengembangan skala, loading 0.50 sampai 0.60 masih dapat diterima



Gambar 3. Nilai Loading Faktor

Dari gambar 3, terlihat bahwa terdapat 8 pernyataan yang memiliki nilai loading faktor < 0.5 sehingga harus dieliminir. 2 pernyataan dari variabel religiusitas (X1), yaitu : X1.2 dan X1.4 dan 6 pernyataan dari variabel perilaku sedekah, yaitu Y13, Y14, Y15, Y16, Y17 dan Y18. Proses pengujian nilai loading faktor ini dilakukan terus sampai terpenuhinya prasyarat nilai AVE, yaitu sama dengan atau lebih besar dari 0.5. Dalam PLS, (AVE) dapat digunakan untuk menentukan validitas konvergen dari konstruk yang diukur.

Tabel nilai loading faktor setelah revisi (tabel 5), menunjukkan bahwa skor untuk masing-masing indikator konstruk telah memenuhi *convergent validity* yang dipersyaratkan yaitu lebih tinggi dari 0.5. Skor untuk indikator masing-masing konstruk berkisar antara 0.625 Sampai dengan 0.891.

Tabel 5. Nilai Loading Faktor setelah revisi

Variabel	Religiusitas	Pengetahuan Sedekah	Perencanaan Keuangan Islami	Altruisme	Keterlibatan Dalam Organisasi Keagamaan	Perilaku Sedekah
X1.3	0.73					
X1.5	0.78					
X1.8	0.75					
X2.1		0.89				
X2.2		0.88				
X2.3		0.89				
X3.1			0.78			
X3.2			0.79			
X3.3			0.78			
X4.1				0.79		
X4.2				0.85		
X4.3				0.79		
X5.3					0.79	
X5.4					0.83	
X5.5					0.9	
Y1						0.738
Y2						0.739
Y3						0.71
Y4						0.782
Y5						0.792
Y6						0.817
Y10						0.695
Y11						0.625
Y12						0.747

Dalam analisis faktor konfirmatori, prosentase rata-rata nilai *Average Variance Extracted* (AVE) antar item atau indikator suatu set konstruk laten merupakan *ringkasan convergent indicator*. Konstruk yang baik jika nilai AVEnya lebih dari atau sama dengan 0.5. Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai AVE untuk setiap konstruk, yaitu religiusitas, pengetahuan sedekah, perencanaan keuangan islami, altruisme, keterlibatan dalam organisasi kerohanian dan perilaku sedekah, memiliki nilai yang tinggi di atas 0.5 yaitu memiliki nilai antara 0.548 hingga 0.784. Dengan demikian, nilai masing-masing konstruk dengan indikatornya adalah baik.

Tabel 6. Nilai AVE

Variabel	AVE
Religiusitas	0.566
Pengetahuan Sedekah	0.784

Perencanaan Keuangan Islami	0.612
Altruisme	0.652
Keterlibatan Dalam Organisasi Kerohanian	0.708
Perilaku Sedekah	0.548

Discriminant Validity mengukur seberapa jauh suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Nilai *Discriminant Validity* yang tinggi memberikan bukti bahwa suatu konstruk adalah unik dan mampu menangkap fenomena yang diukur. *Discriminant Validity* dapat diuji dengan nilai *cross loading factor*. Berdasarkan tabel 7, nilai *Cross Loading Factor* dari masing-masing konstruk telah memenuhi *discriminant validity*, karena nilai *loading* pada variabel yang diwakilinya lebih besar dibandingkan nilai *loading*nya jika disandingkan dengan variabel lain.

Tabel 7. Nilai *Discriminant Validity*

KODE	Religiusitas	Pengetahuan Sedekah	Perencanaan Keuangan Islami	Altruisme	Keterlibatan Dalam Organisasi Kerohanian	Perilaku Sedekah
X1.3	0.730	0.236	0.273	0.186	0.349	0.245
X1.5	0.777	0.274	0.142	0.295	0.383	0.275
X1.8	0.750	0.315	0.278	0.346	0.346	0.344
X2.1	0.319	0.891	0.551	0.665	0.327	0.627
X2.2	0.325	0.880	0.476	0.591	0.435	0.591
X2.3	0.343	0.886	0.563	0.611	0.388	0.614
X3.1	0.135	0.513	0.782	0.446	0.319	0.541
X3.2	0.329	0.421	0.790	0.439	0.486	0.559
X3.3	0.258	0.474	0.775	0.535	0.286	0.584
X4.1	0.353	0.557	0.444	0.788	0.476	0.612
X4.2	0.331	0.566	0.524	0.846	0.444	0.701
X4.3	0.232	0.582	0.498	0.786	0.281	0.650
X5.3	0.485	0.289	0.343	0.373	0.786	0.422
X5.4	0.319	0.358	0.407	0.398	0.831	0.461
X5.5	0.409	0.432	0.418	0.472	0.903	0.514
Y1	0.193	0.44	0.469	0.574	0.316	0.738
Y2	0.196	0.512	0.495	0.666	0.407	0.739
Y3	0.259	0.43	0.505	0.543	0.483	0.71
Y4	0.175	0.526	0.566	0.71	0.378	0.782
Y5	0.36	0.535	0.588	0.564	0.407	0.792

Y6	0.288	0.547	0.598	0.688	0.46	0.817
Y10	0.36	0.539	0.515	0.605	0.366	0.695
Y11	0.437	0.476	0.489	0.459	0.445	0.625
Y12	0.365	0.579	0.547	0.564	0.447	0.747

Uji reliabilitas dilakukan dengan menguji nilai cronbach's alpha dan composite reliability dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel ketika nilai composite reliability maupun cronbach's alpha di atas 0.70. Tetapi, pada riset tahap pengembangan skala, loading 0.50 sampai 0.60 masih dapat diterima.

Tabel 8. Nilai *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*

VARIABEL	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Religiusitas	0.732	0.849
Pengetahuan Sedekah	0.792	0.879
Perencanaan Keuangan Islami	0.863	0.916
Altruisme	0.683	0.826
Keterlibatan Dalam Organisasi Kerohanian	0.896	0.916
Perilaku Sedekah	0.625	0.796

Berdasarkan tabel nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* menunjukkan nilai di atas 0.6, yaitu di angka 0.625 sampai dengan 0.896, sehingga variabel ini masih dapat dikatakan cukup reliable. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian memiliki konsistensi yang baik untuk mengukur variabel laten. *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dari seluruh variabel di atas memiliki nilai di atas 0.6.

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai VIF baik Inner VIF maupun Outer VIF. Jika terdapat nilai $5 < x < 10$, maka hal tersebut merupakan indikasi bahwa terdapat multikolin pada indikator tersebut. Dari uji multikolinearitas, terlihat pada tabel 9 dan 10, bahwa semua indikator/pertanyaan penelitian memiliki nilai lebih kecil di antara 5, baik nilai Inner VIF maupun Outer VIF. Maka bisa diambil kesimpulan bahwa indikator penelitian bebas dari multikolinearitas.

Tabel 9. Nilai Inner VIF

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SEDEKAH	PERILAKU SEDEKAH
Religiusitas	1.36
Pengetahuan Sedekah	2.223
Perencanaan Keuangan Islami	1.825
Altruisme	2.346
Keterlibatan Dalam Organisasi Kerohanian	1.596

Tabel 10. Nilai Outer VIF

indikator	VIF	indikator	VIF
X1.3	1.391	X2.1	2.241
X1.5	1.43	X2.2	2.18
X1.8	1.113	X2.3	2.193

indikator	VIF	indikator	VIF
X3.1	1.364	X4.1	1.447
X3.2	1.364	X4.2	1.581
X3.3	1.275	X4.3	1.377
indikator	VIF	indikator	VIF
X5.3	1.55	Y1	2.348
X5.4	1.752	Y2	2.561
X5.5	2.194	Y3	2.221
indikator	VIF	indikator	VIF
Y4	2.676	Y10	1.925
Y5	2.363	Y11	2.386
Y6	2.486	Y12	2.992

Tahapan berikutnya adalah menilai *predictive relevance* dengan melakukan *Blindfolding*, yaitu dengan cara melihat nilai Q² dari variabel dependen. Apabila hasilnya berada di bawah 0.15, maka kapabilitas prediksinya adalah lemah dan dikatakan kuat apabila nilainya berada di atas 0.35. Hasil Dari tabel 11 dapat disimpulkan bahwa kapasitas prediksi dari masing-masing variabel pembentuk variabel endogen (Y) adalah sangat kuat, karena berada di atas 0.35, yaitu di angka 0.402.

Tabel 11. Nilai Q²

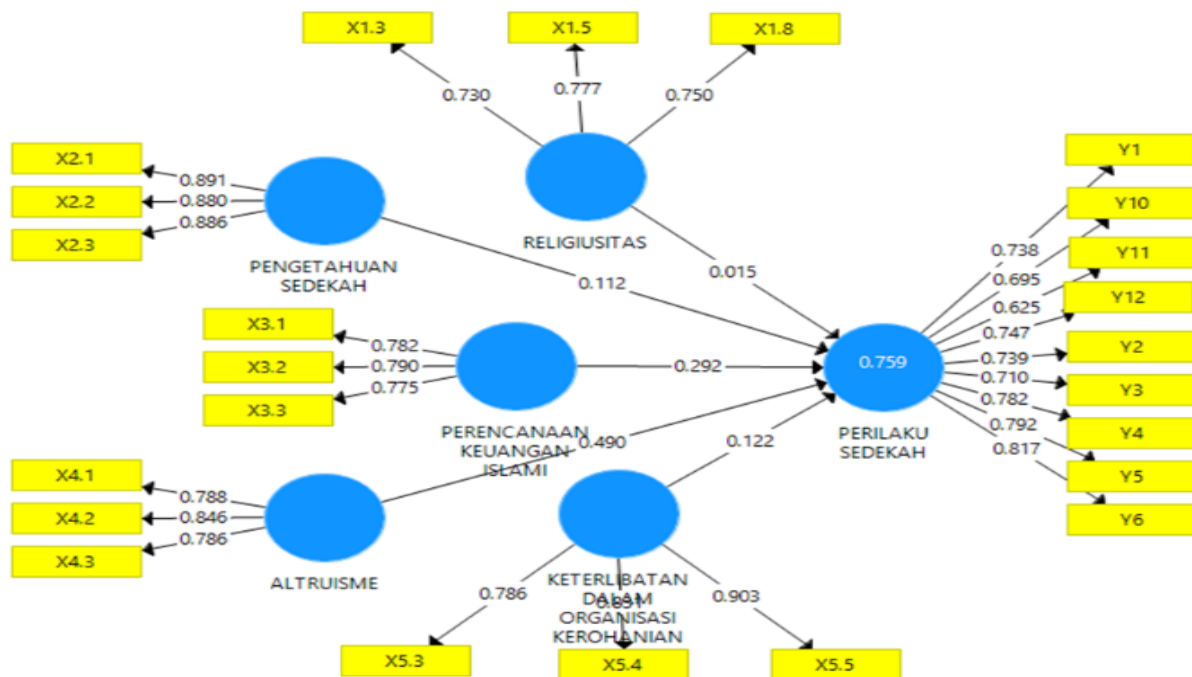
VARIABEL	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Religiusitas	375	375	
Pengetahuan Sedekah	375	375	
Perencanaan Keuangan Islami	375	375	
Altruisme	375	375	
Keterlibatan Dalam Organisasi Kerohanian	375	375	
Perilaku Sedekah	1,125.0	672.63	0.402

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model PLS dilihat dari *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Hasil pengujian terhadap model struktural yang dilakukan dengan melihat *R-square* yang merupakan uji goodness fit model adalah, bahwa model pengaruh religiusitas (X1), pengetahuan sedekah (X2), perencanaan keuangan islami (X3), altruisme (X4) dan keterlibatan dalam organisasi kerohanian (X5) terhadap perilaku sedekah (Y) memberikan nilai R-Square sebesar 0.759%. Kemudian yang dapat diinterpretasikan adalah, bahwa variabel konstruk Perilaku Sedekah yang dapat dijelaskan oleh variabel konstruk religiusitas, pengetahuan sedekah, perencanaan keuangan islami, altruisme dan keterlibatan dalam organisasi kerohanian sebesar 75.9% dan 24.1% dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti.

Tabel 12. R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
PERILAKU SEDEKAH	0.759	0.749

Analisis model struktural juga dilakukan untuk menganalisis dan membahas pengaruh variabel-variabel laten-eksogen terhadap variabel laten-endogen. Hasil analisis model struktural dengan menggunakan nilai P ditampilkan pada gambar 4.



Gambar 4. Path Coefficient

Hasil pada pada Tabel 14 menjelaskan bahwa Hipotesis yang terbentuk dalam penelitian ini berjumlah lima buah. Hipotesis diterima atau sesuai jika nilai t-statistik lebih dari t-tabel. Nilai t-tabel yang ditentukan adalah 1.96 berdasarkan $\alpha = 5\%$. Pada tabel 4.12 terdapat tiga hipotesis yang sesuai dan dua hipotesis yang tidak sesuai.

Tabel 13. Path Coefficient setelah Hasil Bootstrapping

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Religiusitas -> Perilaku Sedekah	0.015	0.021	0.053	0.284	0.776
Pengetahuan Sedekah -> Perilaku Sedekah	0.112	0.116	0.071	1.569	0.117
Perencanaan Keuangan Islami -> Perilaku Sedekah	0.292	0.302	0.078	3.728	0
Altruisme -> Perilaku Sedekah	0.49	0.475	0.098	4.998	0
Keterlibatan Dalam Organisasi Kerohanian -> Perilaku Sedekah	0.122	0.12	0.059	2.068	0.039

Uji model fit adalah dengan melihat nilai SRMR dari tabel Model fit. Dari tabel 15 dapat dibaca, bahwa nilai SRMR kurang dari 0.10, yaitu di angka 0.085. Maka bisa disimpulkan bahwa nilai prediksi dari model cenderung memprediksi respon pada sampel lain secara akurat

Tabel 14. Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.085	0.085

Pembahasan

Pengujian hipotesis dengan menganalisa nilai t-statistik yang didapat dari hasil olah data dengan software SmartPLS. Dilihat dari kolom *Original Sample* (O) di tabel 15, semua H1 sampai dengan H5 bernilai positif. Namun dari sisi signifikansinya H1 dan H2 tertolak, sementara H3, H4 dan H5 berpengaruh positif sekaligus signifikan. Adapun pembahasan pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Tabel 15. Keputusan Hipotesa

H	Hipotesa	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Pengaruh	Keputusan Hipotesis
H1	Religiusitas -> Perilaku Sedekah	0.015	0.284	0.776	Positif Tidak Signifikan	Tidak Sesuai
H2	Pengetahuan Sedekah -> Perilaku Sedekah	0.112	1.569	0.117	Positif Tidak Signifikan	Tidak Sesuai
H3	Perencanaan Keuangan Islami -> Perilaku Sedekah	0.292	3.728	0	Positif Signifikan	Sesuai
H4	Altruisme -> Perilaku Sedekah	0.49	4.998	0	Positif Signifikan	Sesuai
H5	Keterlibatan Dalam Organisasi Kerohanian -> Perilaku Sedekah	0.122	2.068	0.039	Positif Signifikan	Sesuai

Tabel 15 menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap perilaku sedekah dengan P-Value 0.776. Koefisien jalur religiusitas bertanda positif sebesar 0.015 yang artinya semakin baik kadar dan tingkat religiusitas karyawan maka semakin baik pula perilaku sedekahnya. Nilai t-statistik 0.284, karena memiliki nilai lebih kecil dari <1.645 menunjukkan bahwa secara langsung faktor religiusitas tidak memberikan kontribusi pengaruh signifikan terhadap perilaku sedekahnya. Hasil uji statistik tidak sesuai dengan hipotesis peneliti (H1) bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seorang karyawan, akan mengakibatkan makin tingginya sikap yang bersangkutan terkait berperilaku sedekah. Output uji yang sudah dilakukan membuktikan tidak adanya pengaruh signifikan religiusitas terhadap Perilaku Sedekah.

Tabel 15 menunjukkan bahwa pengetahuan sedekah berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap perilaku sedekah dengan P-Value 0.117. Koefisien jalur pengetahuan sedekah bertanda positif sebesar 0.112 yang artinya semakin baik kadar dan tingkat pengetahuan sedekah karyawan dalam maka semakin baik pula perilaku sedekahnya. Selanjutnya nilai t-tstatistik 1.564, karena memiliki nilai lebih kecil dari <1.645 menunjukkan bahwa secara langsung faktor pengetahuan sedekah tidak memberikan kontribusi pengaruh signifikan terhadap perilaku sedekahnya, sehingga keputusan hipotesis tidak sesuai.

Hasil uji statistik tidak sesuai dengan hipotesis peneliti (H2) bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan sedekah seorang karyawan, akan mengakibatkan makin tingginya sikap yang bersangkutan terkait berperilaku sedekah. Output uji yang sudah dilakukan membuktikan tidak adanya pengaruh signifikan pengetahuan sedekah terhadap perilaku sedekahnya

Tabel 15 menjelaskan bahwa perencanaan keuangan islami berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku sedekah dengan P-Value 0.000. Koefisien jalur perencanaan keuangan islami bertanda positif sebesar 0.292 yang artinya semakin baik perencanaan keuangan islami seorang karyawan, maka semakin baik pula perilaku sedekahnya. Selanjutnya nilai t-statistik 3.728, karena memiliki nilai lebih besar dari >1.645 menunjukkan bahwa secara langsung faktor perencanaan keuangan islami memberikan kontribusi pengaruh signifikan terhadap perilaku sedekahnya, sehingga keputusan hipotesis sesuai.

Hasil uji statistik sesuai dengan hipotesis peneliti (H3) bahwa semakin tinggi tingkat perencanaan keuangan islami seorang karyawan, akan mengakibatkan makin tingginya sikap yang bersangkutan terkait berperilaku sedekah. Hasil penelitian ini didukung Ghozie, bahwa perencanaan keuangan yang baik akan memungkinkan pengendalian pengelolaan keuangan yang antara lain tercermin pada alokasi penghasilan yang sehat. (Ghozie, 2014).

Tabel 15 menjelaskan bahwa altruisme berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku sedekah dengan P-Value 0.000. Koefisien jalur altruisme bertanda positif sebesar 0.490 yang artinya semakin baik altruisme karyawan dalam maka semakin baik pula perilaku sedekahnya. Selanjutnya, nilai statistik 4.998, karena memiliki nilai lebih besar dari >1.645 menunjukkan bahwa secara langsung faktor altruisme memberikan kontribusi pengaruh signifikan terhadap perilaku sedekahnya, sehingga keputusan hipotesis sesuai.

Hasil uji statistik sesuai dengan hipotesis peneliti (H4) bahwa semakin tinggi tingkat altruisme karyawan maka akan mengakibatkan makin baiknya perilaku sedekah. Penelitian didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Amanta dkk. bahwa altruisme memiliki pengaruh positif terhadap besarnya alokasi infak rumah tangga (Amanta, Rindayati, & Arsyianti, 2014). Lebih jauh lagi dalam penelitian Alawiyah ditemukan bahwa yang memiliki lebih banyak nilai-nilai altruistik dan terlibat lebih dalam di dalam masyarakat mereka memberi lebih banyak sumbangan (Alawiyah, 2009).

Tabel 15 menjelaskan bahwa keterlibatan dalam organisasi kerohanian berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku sedekah dengan P-Value 0.039. Koefisien jalur keterlibatan dalam organisasi kerohanian bertanda positif sebesar 0.122 yang artinya semakin baik intensitas keterlibatan dalam organisasi kerohanian maka semakin baik pula perilaku sedekahnya. Selanjutnya nilai tstatistik 2.068, karena memiliki nilai lebih besar dari >1.645 menunjukkan bahwa secara langsung faktor keterlibatan dalam organisasi kerohanian memberikan kontribusi pengaruh signifikan terhadap perilaku sedekahnya, sehingga keputusan hipotesis sesuai.

Hasil uji statistik sesuai dengan hipotesis peneliti (H5) bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan dalam organisasi kerohanian seorang karyawan, akan mengakibatkan makin tingginya sikap yang bersangkutan terkait perilaku sedekah. Penelitian didukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chaves dan Miller (1999) dalam Lincoln dkk. (Lincoln, Morrissey, & Munday, 2008), yang mengidentifikasi bahwa partisipasi merupakan prediktor kuat yang mempengaruhi sumbangan agama di Amerika. Hasil penelitian ini juga beririsan dengan penelitian Hoge (1995) dalam Lincoln dkk. (Lincoln, Morrissey, & Munday, 2008) yang menunjukkan bahwa tingginya tingkat kehadiran (intensitas) merupakan representatif yang kuat terhadap kuatnya komitmen agama yang tentunya mengarah pada meningkatnya pemberian keagamaan. Muttaqin dalam penelitiannya menyatakan bahwa, 78 % jamaah dalam majelis talim yang ditelitinya, memiliki kebiasaan untuk menyisihkan sebagian harta untuk didistribusikan secara khusus untuk keperluan infaq saja diluar zakat (Muttaqin, 2015).

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diutarakan dalam penelitian ini setelah melalui proses pembahasan di atas adalah sebagai berikut :

1. Seluruh variabel eksogen (*independent*) yang diuji dalam penelitian ini, yaitu faktor religiusitas, pengetahuan sedekah, perencanaan keuangan islami, altruisme dan keterlibatan dalam organisasi kerohanian berpengaruh positif terhadap perilaku sedekah. Artinya, semakin baik faktor religiusitas, pengetahuan sedekah, perencanaan keuangan Islami, altruisme dan keterlibatan dalam organisasi kerohanian maka semakin baik pula perilaku sedekah harta karyawan PT. Telkomsel.
2. Dua faktor dari kelima faktor yang berpengaruh terhadap perilaku sedekah harta karyawan PT. Telkomsel itu, ternyata pengaruhnya tidak signifikan, yaitu religiusitas dan pengetahuan sedekah. Religiusitas dan pengetahuan sedekah sebagai variabel determinan secara mandiri berpengaruh positif terhadap perilaku sedekah harta karyawan PT. Telkomsel, namun tidak berpengaruh signifikan.
3. Tiga faktor dari kelima faktor yang mempengaruhi perilaku sedekah secara signifikan adalah perencanaan keuangan Islami, altruisme dan keterlibatan dalam organisasi kerohanian. Artinya, nilai-nilai altruisme, skill perencanaan keuangan islami dan sekaligus keterlibatan dalam organisasi kerohanianlah yang paling berpengaruh terhadap sedekah harta karyawan PT. Telkomsel.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka langkah-langkah strategis yang dapat diambil oleh PT. Telkomsel untuk meningkatkan perilaku sedekah karyawan diantaranya adalah :

1. PT. Telkomsel hendaknya memberikan support kepada organisasi kerohanian dan sosial (CSR) dalam mempromosikan program sosial, misalnya dengan rekomendasi program payroll terkait ZIS
2. Organisasi kerohanian dan sosial PT. Telkomsel hendaknya menguatkan pengetahuan teoritis dan praktis tentang amal sosial, dengan mengadakan training, workshop, diklat filantropi islam.

3. Organisasi kerohanian dan sosial PT. Telkomsel hendaknya meningkatkan program terkait partisipasi karyawan terhadap Lembaga.
4. Organisasi kerohanian dan sosial PT. Telkomsel hendaknya membuat program yang merawat dan menguatkan tingkat altruisme karyawan, karena dari penelitian ini dihasilkan kesimpulan tentang tingginya altruisme sekaligus juga pengaruhnya yang signifikan terhadap perilaku sedekah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2007). Generosity and Philanthropy; A Literature Review. *Academia; Accelerating the world's research*, 1-67.
- Lincoln, R., Morrissey, C. A., & Munday, P. (2008). Religious Giving: A Comprehensive Review of the Literature. *Department of Sociology, University of Notre Dame*, 1-47.
- A. Baron, R., & Donn, B. (2004). *Psikologi Sosial Jilid 1*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Alawiyah, T. (2009). Korelasi Perbuatan Beramal. *Zakat & Empowering; Jurnal Pemikiran dan Gagasan*, Vol 2.
- Amanta, M. V., Rindayati, W., & Arsyianti, L. D. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Alokasi Infak Rumah Tangga : Studi Kasus di Desa Pasir Eurih, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor. *Jurnal AlMuzara'ah*, Vol. 2, No. 1,.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyianti, L. D. (2013). Merumuskan Alokasi Sumber Daya Keuangan sebagai Literasi Keuangan Syariah. *Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 4 No. 2, 181-191.
- Charity Aid Foundation. (2013). *World Giving Index*. Charity Aid.
- Ghozali, I. (2008). *Struktural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozie, P. H. (2014). *Make it happen; Now. Buku pintar rencana keuangan untuk mewujudkan mimpi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hafidhuddin, D. (2011). Peran Strategis Organisasi Zakat Dalam Menguatkan Zakat Di Dunia. *Jurnal Al-Infaq*, Vol. 2 No. 1, 1- 4.
- Hasyir, A. (2003). *Kamus Istilah Psikologi*. Jakarta: Progres.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Grasindo.
- Huda, N., Anggraini, D., Ali, K. M., Rini, N., & Mardoni, Y. (2012). Komparasi Ahp Dan Anp Penentuan Solusi Pengelolaan Zakat; Kasus Dki Dan Sulsel. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 357-376.
- Idri. (2016). *Hadis Ekonomi : Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Kuncoro, M. (2004). *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: AMP YKPN.
- Kurniawan, H., & Yamin, S. (2009). *Struktural Equation Modeling Belajar Lebih Mudah, Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- MTT. (2018). *Annual Report; Continuous Service Improvement Service*. Jakarta: MTT (Majelis Ta'lim Telkomsel).
- Mukhlisin, M., & Tamanni, L. (2013). *Sakinah finance: Solusi mudah mengatur keuangan keluarga Islami*. Surakarta: Tinta Medina.
- Muttaqin, Z. (2015). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Jumlah Infaq Peserta Pengajian Rohani; Studi Kasus Majelis Ta'lim Di Masjid Al-Aman, Sidoarum, Godean, Sleman. *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol.5, No. 2, 25-54.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

- PIRAC (Indonesia), Asian Development Bank. (2002). *Giving and Fund Raising in Indonesia: Investing in Ourselves*. Manila, Philippines: Asian.
- PT. Telkomsel Indonesia. (2019). *Annual Report; Shaping The Future Of Digital*. Jakarta: PT. Telkomsel Indonesia.
- Retnoningsih, A., & Suharso. (2006). *Kamus Besar*. Semarang: CV. Widya Karya.
- Rosmini. (2016). Falsafah Infaq dalam Perspektif Islam. *Jurnal Madania* ,, Vol.20, No.1.
- Salleh, M. S. (2012). Religiosity in Development: A Theoretical Construct of an Islamic-Based Development. *International Journal of Humanities and Sosial Science*, Vol. 2 No. 14.
- Sanderson, S. (1995). *Sosiologi Makro, Sebuah Pendekatann terhadap Realitas Sosial*. Jakarta,: Raja Grafindo Persada .
- Sanusi, M. (2009). *The Power of Sedekah*. Yogyakarta: Pustaka Insan Madani.
- Sawyer, J. (1966). The Altruism Scale: A Measure of Co-operative, Individualistic, and Competitive Interpersonal Orientation. *American Journal of Sociology*, Volume 71, Number 4.
- Sears, D., Freedman, J., & Peplau, L. A. (1991). *Psikologi Sosial. Jilid 2. Alih Bahasa: Michael*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sutikno, Ashar, K., Burhan, U., & Husaini, M. (2012). Memaknai Perilaku Muslim dalam. *IQTISHODUNA*, Vol 8.
- Walpole, R. (1995). *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.