

**PENGARUH PEMAHAMAN, TRUST DAN KETERSEDIAAN FITUR BSI TERHADAP KEPUTUSAN BERSEDEKAH DENGAN MEKANISME NON-TUNAI PADA GENERASI Z****Santriyani****Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Datokarama Palu****ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of understanding, trust, and availability of Bsi features on the decision to give alms with non-cash mechanisms in Generation Z. This type of study is associative quantitative research with primary data collection through observation and distribution of questionnaires to all members of the Generation Z population. The results of this study are that the variables of understanding trust and availability of features have a simultaneous effect on the decision to give alms with non-cash mechanisms in Generation Z.

**Key Word: Understanding, Trust, BSI Features, Almsgiving**

**INTRODUCTION**

Islam adalah agama yang mengatur seluruh kegiatan manusia secara umum termasuk dalam bidang keuangan. Ibadah dalam Islam bukan hanya sholat dan puasa melainkan ada juga ibadah yang memiliki kedudukan istimewa yaitu Zakat, infak, sedekah dan wakaf yang diidentifikasi memiliki kaitan erat dengan ekonomi, keuangan dan masyarakat di mana dana tersebut diberikan kepada yang berhak menerimanya (Muhtadin et al. 2020). Zakat, infak, sedekah dan wakaf memiliki persamaan dalam perannya memberikan kontribusi yang signifikan dalam membantu memberantas kemiskinan dan kesengsaraan (Khasanah 210AD).

Dengan adanya perkembangan teknologi dan meningkatnya akses penggunaan internet pada saat ini. Dalam dunia perbankan saat ini telah diramaikan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara mobile (Nurdin et al. 2020). Nampaknya transaksi yang dilakukan secara online akan meningkat, salah satunya adalah transaksi dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah. Begitu pula ditandai dengan kemunculan tren pembayaran melalui fitur BSI. Dengan munculnya tren ini merupakan bentuk adaptasi pada perkembangan zaman di mana masyarakat mendapatkan kemudahan dalam melakukan aktivitas melalui bantuan teknologi, Kemunculan teknologi di bidang keuangan ini dapat membantu organisasi pengelola zakat, infaq, dan sedekah dalam

membuat inovasi baru untuk kalangan masyarakat ataupun Generasi Z dalam melakukan pembayaran secara online (Ginatra 2020).

Generasi Z adalah kelompok yang terpapar media internet secara intensif, dengan waktu yang melebihi aktivitas lain kecuali tidur. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada individu yang tinggal di perkotaan atau pedesaan, tetapi juga mencakup mereka dengan kondisi perekonomian lemah. Menurut studi Palley, sekitar 50% Generasi Z merasa lebih nyaman berkomunikasi secara online daripada secara langsung, bahkan dalam interaksi dengan teman sebanyak 70% Generasi Z lebih memilih berkomunikasi melalui platform online (Susilawati and Erlina 2022)

Pemahaman, kepercayaan, dan ketersediaan fitur berperan penting dalam mempengaruhi keputusan bersedekah secara non-tunai. Dengan meningkatkan tingkat pemahaman tentang sedekah, membangun kepercayaan terhadap lembaga atau perusahaan yang menyediakan fitur-fitur bersedekah, serta memastikan ketersediaan fitur yang menarik, dapat mendorong Generasi Z untuk aktif berpartisipasi dalam aksi sosial ini. Adapun dari kegiatan tersebut harus menghindari hal-hal yang diharamkan dan pelanggaran-pelanggaran lainnya (Giska Giska et al. 2019).

**METHOD**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan pengumpulan data

primer melalui observasi dan pembagian kuesioner kepada seluruh anggota populasi Generasi Z.

## RESULT AND DISCUSSION

### A. Pembahasan

Pemahaman merupakan suatu kemampuan seseorang untuk mengerti dan memahami tentang arti, konsep, situasi, serta fakta yang diketahuinya. Menurut Spencer dalam Nisak, cluster pengetahuan meliputi kompetensi analytical thinking (AT), Conceptual Thinking (CT), dan technical/profesional/managerial expertise (EXT) (Nisak 2016).

Menurut Hasan bin Ahmad bin Hasan Hammam, disebut sebagai sedekah adalah karena ia merupakan sebuah bukti atas kepercayaan pelakunya, kebenaran (Shidqu) keimanannya, baik lahir maupun batin, maka sedekah itu adalah keyakinan dan kebenaran imannya (Hammam 2007). Sedangkan menurut Fayet Maulana, sedekah merupakan pemberian kepada orang lain tidak mesti mengeluarkan harta benda saja karena senyumpun merupakan sedekah (Maulana 2000). Berdasarkan beberapa teori ini, maka dapat disimpulkan pembiasaan sedekah yaitu usaha untuk membangkitkan kesadaran diri dalam memberikan harta, baik berupa materi maupun non materi secara ikhlas untuk menolong orang lain.

*Trust* (kepercayaan) adalah suatu kesediaan seseorang untuk mempercayai orang/hal lain karena adanya niat baik, jujur, kompetensi, keterbukaan dan dapat diandalkan sehingga membuat trustee konsekuen dengan resiko yang muncul. Melalui teori kepercayaannya, ia membagi lima karakteristik yang merupakan komponen utama yang digunakan untuk menilai dan mengukur *trust* yaitu :

1. Niat baik (*benevolence*) yaitu kepercayaan akan kesejahteraan atau kepemilikan seseorang terhadap perlindungan dan perhatian orang lain atau kelompok yang dipercayainya. Sikap dan keinginan yang baik akan menumbuhkan hubungan kepercayaan ini.
2. Keandalan (*reliability*) yaitu seseorang bergantung kepada pihak lain untuk mendapatkan kenyamanan.
3. Kompetensi (*competence*) yaitu adanya keyakinan bahwa seseorang mampu melakukan suatu pekerjaan sesuai yang dikehendaki.
4. Jujur (*honesty*) yaitu berkaitan dengan perwatakan, integriti dan ketulenan tingkah

laku seseorang yang menjadi dasar dari kepercayaan.

5. Keterbukaan (*openness*) yaitu adanya rasa untuk saling memahami antara satu dengan yang lain. Menurut zand kepercayaan akan meningkat bila seseorang atau suatu pihak mau bersikap terbuka terhadap pengaruh dari pihak lain (Laksmana 2002).

Fitur yang beragam, mudah dan aksesibilitas yang membuat Mobile Banking sangat menarik bagi konsumen tanpa diketahui oleh praktisi perusahaan. Perusahaan berusaha untuk bekerja lebih efisien dan cerdas. Untuk tujuan tersebut, perusahaan dan pengusaha dapat menggunakan Mobile Banking untuk bisnis mereka dalam melakukan transaksi. Kemudahan penggunaan mobile banking merupakan suatu sikap dimana seseorang berpikir bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Nurdin, Winda Nur Azizah, and Rusli 2020). Bank dapat menghemat waktu perusahaan dengan menyediakan hal yang paling penting, yaitu informasi tepat waktu yang dapat diakses dalam dimana saja. Dengan smartphone, tablet atau perangkat mobile lainnya, pengguna dapat menghubungkan keputusan transaksi dan otorisasi di mana saja (Dewiyan 2017).

Generasi ini sangat memahami teknologi dan banyak berinteraksi melalui sosial media walaupun dengan teman kerja, selain itu mereka sangat suka untuk mendominasi dalam setiap situasi dan tampil beda (Achmad 2020). Berikut ini karakteristik generasi milenial :

1. Saling berhubungan 24 jam sehari sebab mereka lahir pada zaman internet booming sehingga komunikasi lebih mudah dilakukan.
2. Kerja adalah salah satu prioritas dalam hidup, tetapi bukanlah prioritas yang utama
3. Menginginkan aturan yang mudah dan birokrasi
4. Lebih memilih keterbukaan dan transparansi
5. Nikmat gaya termasuk manajemen, orientasi tim
6. Berharap untuk diberdayakan
7. Ingin umpan balik harian dan berkembang pada tantangan baru, peluang dan didorong ke batas
8. Mencari karir portable dan lebih besar
9. Ingin pendidikan dan pembangunan, tetapi harus relevan, interaktif, pribadi dan menghibur

10. Ingin iklim kerja yang positif

11. Positif, sopan dan energik.

Menurut Teerry faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Hal-hal yang berwujud maupun yang tidak berwujud yang emosional maupun yang rasional perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.
2. Setiap keputusan harus dapat dijadikan bahan untuk mencapai tujuan setiap keputusan jangan berorientasi pada kepentingan pribadi, tetapi harus lebih mementingkan kepentingan.
3. Jarang sekali pilihan yang memuaskan, oleh karena itu buatlah alternatif-alternatif tandingan.
4. Pengambilan keputusan merupakan tindakan ini harus diubah menjadi tindakan fisik.
5. Pengambilan keputusan yang efektif membutuhkan waktu yang cukup lama
6. Diperlukan pengambilan keputusan yang praktis untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
7. Setiap keputusan hendaknya dilembagakan agar diketahui keputusan itu benar.
8. Setiap keputusan merupakan tindakan permulaan dari segi kegiatan mata rantai berikutnya.

#### B. Hasil

Hasil uji Anova (*Analysiss of varians*). Atau F test diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pemahaman trust dan ketersediaan fitur berpengaruh secara serempak terhadap keputusan bersedekah dengan mekanisme non-tunai pada generasi z sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 22,103 > 2,71$ . Dapat disimpulkan bahwa semakin orang tau dan paham terhadap sesuatu maka akan mempengaruhi keputusan, sama halnya dalam penelitian ini sehingga berpengaruh positif terhadap keputusan bersedekah secara non-tunai, dan kepercayaan terhadap suatu perusahaan yang memberikan fitur-fitur yang bekerja sama dengan pengelolaan sedekah, seperti BAZNAS. maka akan mempengaruhi keputusan dalam bertansaksi secara non-tunai. dan dengan adanya fitur yang menarik maka akan mempengaruhi sebuah keputusan. dan ketersediaan fitur BSI Mobile akan meningkatkan efisiensi generasi z dalam bertransaksi sedekah secara non-tunai.

#### CONCLUSION

Dalam konteks Generasi Z, pemahaman, kepercayaan, dan ketersediaan fitur berperan penting dalam mempengaruhi keputusan bersedekah secara non-tunai. Dengan meningkatkan tingkat pemahaman tentang sedekah, membangun kepercayaan terhadap lembaga atau perusahaan yang menyediakan fitur-fitur bersedekah, serta memastikan ketersediaan fitur yang menarik, dapat mendorong Generasi Z untuk aktif berpartisipasi dalam aksi sosial ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel pemahaman trust dan ketersediaan fitur berpengaruh secara simultan terhadap keputusan bersedekah dengan mekanisme non-tunai pada Generasi Z.

#### REFERENCES

- Achmad, zainal abidin. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik." *Jurnal Ilmu Komunika* 10 (1): 17–31.
- Dewiyan, lilian. 2017. *Studi Perbedaan Karakteristik Konsumen Pada Pelayanan E-Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Yogyakarta*. yogyakarta.
- Ginantra, Ni Luh Wiwik Sri Rahayu. 2020. *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi Di Era Digital*.
- Giska Giska, Nurwanita Nurwanita, Ibrahim R. Mangge, and Moh. Anwar Zainuddin. 2019. "Penerapan Etika Bisnis Islam Di Rumah Makan Kaledo Stereo Palu." *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1 (1).
- Hammam, Hasan bin Ahmad bin Hasan. 2007. *Keajaiban Sedekah & Istigfar*. jakarta.
- Khasanah, Umrotul. 210AD. *Manajemen Akat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*. malang.
- Laksmiana, arsono. 2002. "Pengaruh Saling Ketergantungan Kepercayaan Dan Keseleraan Tujuan Terhadap Kooperasi Dan Kinerja Perusahaan Manufaktur Pada Hubungan Kontraktual Dengan Pemasoknya." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 4 (1): 1–6.
- Maulana, fayet. 2000. *Keajaiban Sedekah*. jombang.
- Muhtadin, Fikriyah, Noval Noval, Ahmad Haekal, and Moh. Anwar Zainuddin. 2020. "Peran Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Palu Wolter Monginsidi Dalam

- Penghimpunan Dana Zakat Infak Dan Shadaqah Di Kota Palu.” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 1 (2): 1–21. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v1i2.8.1-21>.
- Nisak, Farhun. 2016. “Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan, Konsep Diri Dan Karakteristik Pribadi Terhadap Kinerja Staf Pada SMK N Se Kota Pekalongan.” *Economic Education Analysis Journal* 5 (3): 838.
- Nurdin, Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, and Abdul Jalil. 2020. “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu).” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2 (1): 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>.
- Nurdin, Winda Nur Azizah, and Rusli. 2020. “Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2 (2): 199–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>.
- Susilawati, Aden, and Rr Erlina. 2022. “The Effect Of Electronic Service Quality On Mcdelivery Mobile Application On Generation Z Consumer Satisfaction.” *Jurnal Tafkirul Iqtishodiyah (JTI)* 2 (1).