

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya beragama islam hal ini selaras dengan salah satu kabupaten purwakarta yang mengalami peningkatan jumlah penduduk muslim dari tahun ke tahun. Namun realisasi penghimpunan dana sedekah melalui BAZNAS Kabupaten Purwakarta hanya mencapai 47,13%. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis keputusan orang untuk bersedekah melalui sebuah instansi dalam hal ini BAZNAS.

Penelitian ini dilandasi oleh teori pilihan konsumen, teori modal sosial dan teori pro social behavior. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan empati berpengaruh positif dan signifikan sedangkan persepsi pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menyalurkan sedekah melalui BAZNAS Kabupaten Purwakarta. Temuan ini mengimplikasikan bahwa keputusan untuk menyalurkan sedekah di BAZNAS Purwakarta tidak ditentukan secara signifikan oleh pendapatan yang dirasakan melainkan oleh rasa kepercayaan terhadap lembaga dan rasa empati yang tinggi. Temuan ini juga menunjukkan bahwa BAZNAS Kabupaten Purwakarta harus terus membangun kepercayaan di kalangan masyarakat dengan meningkatkan rasa aman karena ketika mereka percaya bahwa dana sedekah mereka dikelola dengan baik dan transparan, mereka akan semakin mantap untuk terus bersedekah melalui BAZNAS.

Kata kunci: Sedekah, Persepsi pendapatan, Kepercayaan, Empati, BAZNAS