

DETERMINAN NIAT DAN PERILAKU BERINFAK: SEBUAH BUKTI EMPIRIS DARI MUSLIM MILLENNIALS

Herianto^{1,*}, Hasbi², Muh. Irnandas³

Herianto85193@gmail.com^{1,*}, hcebbi7@gmail.com², irnandas01@gmail.com³

Universitas Gadjah Mada Yogyakarta¹, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta^{2,3}

ABSTRACT

Infak as one of the Islamic financial instruments that also has a role in encouraging increased welfare and reducing social inequality. This study aims to analyze the determinants of the use of online platforms to pay infak among Indonesian millennial Muslims. This paper provides an enrichment of the determinants of intention to pay infak through a digital platform which of course is expected to be taken into consideration in policy formulation for stakeholders including philanthropic organizations. A quantitative approach with a structural equation model (SEM) was chosen in analyzing the data with the help of the SmartPLS application. 3. The research sample was 76 respondents spread across several islands in Indonesia. The existing respondents are determined by the main criteria, namely Muslims aged 24-39 years who represent the Millennial generation. Data collection is done online with the help of google forms which are distributed through social media. Through this study, it was found that social presence, and ease of access to financial facilities have a positive effect on the intention to donate using a digital platform. However, when the variables of religiosity and ease of access were moderated by donating behavior, it was not found significant effect.

Keywords: *Infak, Digitization, Muslim, Millennial, Religiosity*

ABSTRAK

Infak sebagai salah satu instrumen keuangan islam yang juga memiliki peran dalam mendorong peningkatan kesejahteraan dan mengurangi kesenjangan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan penggunaan platform online untuk membayar infak di kalangan Muslim milenial Indonesia. Tulisan ini memberikan pengayaan tentang determinan niat membayar infak melalui platform digital yang tentunya diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam perumusan kebijakan pada pemangku kepentingan termasuk organisasi filantropi. Pendekatan kuantitatif dengan model *structural equation modelling* (SEM) dipilih dalam menganalisis data dengan bantuan aplikasi SmartPLS.3. Sampel penelitian sebanyak 76 responden yang tersebar di beberapa Pulau di Indonesia. Responden-responden yang ada ditentukan dengan kriteria utama yakni Muslim yang berumur 24-39 tahun yang merepresentasikan generasi Milenial. Pengumpulan data dilakukan secara online dengan bantuan *google form* yang disebar melalui media sosial. Melalui riset ini ditemukan bahwa kehadiran sosial, dan kemudahan akses fasilitas keuangan berpengaruh secara positif terhadap niat berinfak menggunakan platform digital. Namun, ketika variabel religiusitas dan kemudahan akses dimoderasi oleh perilaku berinfak tidak ditemukan adanya pengaruh signifikan.

Kata Kunci: Infak, Digitalisasi, Muslim, Millennial, Religiusitas

Pendahuluan

Peningkatan tren gerakan kepedulian sosial yang dikemas dengan ragam konsep dan bentuk, dalam perspektif islam gerakan kepedulian sosial melalui infak merupakan instrumen distribusi kekayaan (Qoyum *et al.*, 2016). Saat melakukan pencarian di mesin pencari dengan kata Kunci donasi, ratusan ajakan berdonasi ditampilkan. Hal itu senada

*Corresponding Author

dengan posisi Indonesia yang telah dinobatkan sebagai negara paling dermawan di dunia (World Giving Index, 2021). Pandemi Covid-19 telah melahirkan kebiasaan baru berupa gerakan berinfak melalui media digital karena dinilai lebih praktis dan mudah (Fastpay, 2020). Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, sehingga memiliki potensi ZIS (zakat, infaq, shadaqah) yang sangat besar (Afandi, 2021). Doing Food Index (2019), mengungkap bahwa sebanyak 32 persen penyelenggara gerakan donasi di Indonesia yang diinisiasi oleh organisasi nirlaba memanfaatkan platform media digital. Selain itu, donasi berbasis agama menggunakan platform digital memperlihatkan pertumbuhan positif sebesar 8 persen (blackbaud, 2019). Hal itu semakin menguatkan akan eksistensi donasi berbasis agama seperti zakat, infak, sedekah, termasuk partisipasi generasi muda. Sebagaimana yang ditunjukkan oleh Aristiana *et al.* (2019) bahwa kemudahan penggunaan, resiko dan pengaruh sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan generasi Z menggunakan ZIS *online payment*.

Sejauh ini penelitian tentang filantropi islam cenderung melihat hubungan filantropi islam dengan pembangunan dan pengentasan kemiskinan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Ridho *et al.* (2021) yang mengeksplorasi mengenai model optimalisasi keuangan sosial islam dan pengaruhnya terhadap pengurangan perbudakan anak, temuannya memperlihatkan bahwa di Indonesia, secara jangka pendek tidak ditemukan dampak penyaluran ZIS dalam mengurangi perbudakan yang menjadi tantangan pembangunan. Ascarya (2022) mengkaji tentang korelasi krisis akibat pandemi dengan keuangan sosial islam sebagai solusi, dengan hasil menunjukkan bahwa instrumen wakaf dan infak dapat membantu pemerintah dalam proses pemulihan ekonomi. Meskipun demikian terdapat beberapa penelitian telah mengkaji tentang digitalisasi keuangan sosial islam dan korelasinya dengan generasi milenial. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Kasri & Yuniar (2021) & Oktavendi (2022). Kasri & Yuniar (2021) memfokuskan kajiannya pada zakat sedangkan Oktavendi (2022) kajian secara umum meliputi zakat, infak dan sedekah. Kecenderungan penelitian diatas belum melihat secara mendalam mengenai perilaku dan niat generasi muda dalam berinfak padahal potensi infak di kalangan pemuda sangat potensial untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Tujuan tulisan ini melengkapi studi-studi terdahulu yang kurang memperhatikan keragaman variabel dan dimensi persoalan terkait perilaku dan niat generasi muda dalam merespon keuangan sosial islam di era digital saat ini. Secara khusus tulisan ini menunjukkan bahwa digitalisasi filantropi islam di kalangan pemuda merupakan dimensi yang perlu dikaji secara komprehensif. Sejalan dengan itu pertanyaan dijawab dalam penelitian ini yakni apa determinan penentu niat berinfak muslim milenial di Indonesia dalam berinfak? Jawaban atas pertanyaan tersebut memungkinkan dipahaminya determinan niat berinfak pemuda yang digunakan sebagai landasan konsep dan inovasi penghimpunan dan pengelolaan dana infak sebagai salah satu instrumen keuangan sosial islam.

Tulisan tentang niat dan perilaku berinfak di era digital diharapkan dapat memperkaya literatur, sebagaimana dibahas di atas dan memberikan implikasi praktis, terutama bagi pengelola dan penghimpun dana sosial di Indonesia.

Bagian ini mengulas teori dan konsep yang relevan serta mendukung pemikiran penelitian yang akan dilakukan, serta digunakan untuk pengembangan hipotesis penelitian. Diskusi teori dan konsep meliputi perilaku minat muslim milenial untuk berinfak. Selain itu, tinjauan literatur mengulas beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yang selanjutnya menjadi acuan pengembangan hipotesis.

Filantropi dalam Islam

Secara umum, ada empat bentuk filantropi Islam, yaitu, zakat, sedekah, infak dan wakaf (Mhd Sarif and Yahya, 2020). Zakat, infak, dan sedekah memiliki perbedaan dari segi pengertian. Dari aspek hukumnya, infak memiliki sifat yang lebih umum daripada sedekah dan sedekah memiliki sifat yang lebih umum daripada zakat. Infak dalam kondisi tertentu dapat bersifat wajib, sunnah hingga haram, sedangkan sedekah ada yang sunnah. Aristiana (2019) melihat dari dampak positif filantropi Islam memiliki dua dimensi; *pertama*, dimensi individual (keinginan untuk melakukan perubahan individu), tercermin dari filantropi islam dengan maksud membersihkan diri dari sifat buruk seperti rakus dan kikir; *kedua*, dimensi sosial yaitu filantropi Islam dimaksudkan untuk membangun budaya tanggung jawab sosial dan kesejahteraan bersama. Dalam filantropi Islam hubungan donatur dan penerima bukan untuk membentuk relasi yang menunjukkan antara orang yang mampu dengan tidak mampu secara finansial, tetapi lebih kepada persaudaraan, sehingga terbentuk hubungan keseimbangan dan kesetaraan serta terhindar dari pemberian dengan pesan-pesan tertentu (Uyun, 2015).

Perilaku memberi atau menyumbang secara sukarela pada umumnya diartikan sebagai amal atau ibadah dengan memberikan harta milik kita kepada orang lain yang lebih membutuhkan. Perilaku memberi secara sukarela termasuk aktivitas memberi kepada orang lain berdasarkan keinginan untuk membantu peningkatan kesejahteraan orang lain. Disamping itu, donasi juga dimaksudkan untuk mendukung kegiatan organisasi nirlaba. Bahkan orang miskin dapat ikut andil untuk bermal membantu orang miskin lainnya. Dalam hal ini, kegiatan berdonasi diyakini dapat membantu ketika pemerintah tidak mampu menyediakan bantuan (Kasri and Ramli 2019). Kebiasaan serta pengalaman merupakan penunjang utama untuk melakukan perbuatan kebajikan dalam hal menyumbang atau berdonasi. Dengan demikian orang yang memiliki kebiasaan yang melekat, maka terbentuk asumsi otomatis dibawah kendali isyarat stimulus. Maka tindakan untuk memberi secara sukarela sangat bergantung pada pengalaman berdonasi sebelumnya (Kasri and Ramli 2019).

Infak di kalangan muslim milenial

Perbedaan generasi telah menjadi subjek yang selalu muncul dalam pengembangan manajemen sumber daya manusia, dan konsep perbedaan generasi terus berkembang dari waktu ke waktu. Dalam beberapa tahun terakhir definisi generasi berkembang, salah satunya adalah definisi Kupperschmidt (2000) pemahaman dasar mengenai pengelompokan generasi adalah adanya premis bahwa generasi adalah sekelompok individu yang dipengaruhi oleh kejadian-kejadian bersejarah dan fenomena budaya yang terjadi dan dialami pada fase kehidupan mereka (Putra, 2017). Generasi manusia berdasarkan karakteristik masing-masing terdiri atas tiga kelompok generasi. Kelompok tersebut terdiri dari *Baby Boomers*, Generasi X dan Generasi Y. Adapun generasi yang baru muncul pada saat ini yaitu Generasi Z. Masing-masing kelompok memiliki sikap yang sangat berbeda (Lancaster, L.C. and Stillman 2002). *Baby Boomers* adalah kelompok yang lahir pada tahun 1946-1960 dan dilambangkan dengan Optimisme. Di sisi lain, Generasi X (lahir 1960-1980) adalah generasi skeptis dan hidup selama perkembangan komputer pribadi (PC), TV kabel, dan bahkan internet. Berbeda dengan Generasi Y atau milenial yang lahir di masa booming internet. Milenial cenderung memiliki sikap *open minded* karena sudah menjadi pecandu media sosial, seperti Facebook dan Twitter (Putra, 2017).

Interaksi Media Sosial, Kepercayaan terhadap Lembaga Fundraising dan Niat Infaq Online

Fitur yang dihadirkan berbagai platform media sosial yaitu fitur interaksi sosial. Fitur tersebut memberikan banyak manfaat, diantaranya menarik, menyampaikan informasi, serta dapat menyampaikan informasi dengan menggunakan visual dan audio, bahkan memungkinkan terjadinya interaksi secara real-time. Hal tersebut secara tidak langsung dapat mempengaruhi motivasi pengguna media sosial untuk mengunjungi halaman sumber informasi yang didapatkan. Aktivitas seperti mengklik tombol “suka”, “berbagi”, dan menambahkan komentar mewakili fitur kehadiran sosial. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial bisa membangun interaksi sosial (Pongpaew, Speece, and Tiangsoongnern, 2017).

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa suatu organisasi tidak dapat menjadi lembaga kepercayaan. Disamping itu, banyak juga penelitian umumnya menyarankan bahwa seseorang dapat peduli dan memberikan kepercayaan pada lembaga atau organisasi publik termasuk organisasi nirlaba atau amal. Pentingnya kepercayaan dalam membangun hubungan juga banyak dibahas dalam berbagai studi empiris, dan kepercayaan sangat penting di antara para donatur untuk organisasi nirlaba. Lebih tinggi tingkat kepercayaan dalam organisasi sukarela cenderung dikaitkan dengan kesediaan untuk menjadi donatur dan memberikan donasi yang lebih besar. Dengan demikian, tingkat kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan pemberian atau sumbangan sukarela (Kasri and Ramli, 2019). Penelitian ini menguji beberapa hipotesis berikut;

- H1: Kehadiran sosial berpengaruh secara signifikan terhadap infak online
- H2: Kehadiran sosial dimoderasi oleh kepercayaan kepada lembaga pengelola infak berpengaruh secara signifikan terhadap infak online
- H3: Kemudahan akses fasilitas keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap infak online
- H4: Kemudahan akses fasilitas keuangan dimoderasi oleh perilaku berinfak berpengaruh secara signifikan terhadap infak online
- H5: Kepercayaan kepada lembaga pengelola berpengaruh secara signifikan terhadap infak online
- H6: Perilaku berinfak berpengaruh secara signifikan terhadap infak online
- H7: Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap infak online
- H8: Religiusitas dimoderasi oleh perilaku berinfak berpengaruh secara signifikan terhadap infak online

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dan pengumpulan data dengan pendekatan kuantitatif, data dalam penelitian dikumpulkan melalui survei berbasis kuesioner. Penulis merancang dan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan *social media*. Semua pertanyaan dinilai menggunakan skala likert 5 poin mulai dari 1 (Sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (Sangat setuju). Teknik *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan sampel, penulis memilih *Muslim Millennials* sebagai responden untuk menyesuaikan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan *structural equation modelling* (SEM) untuk menilai model. Dalam model SEM, tidak ada aturan tentang jumlah sampel minimum dan maksimum.

Menurut Manly and Alberto (2016), penentuan ukuran sampel dapat bervariasi tergantung pada seberapa kompleks modelnya. Semua pengukuran item diambil dari literatur sebelumnya. Kehadiran sosial diukur dengan menggunakan tes tiga item yang

diadaptasi dari (Gefen & Straub, 2003) dan (Chen *et al.*, 2019). Sebuah tes empat item dari Sargeant *et al.* (2006) diadaptasi untuk mengukur kepercayaan terhadap penggalangan dana. Religiusitas intrinsik Muslim diukur dengan item yang dimodifikasi dari (Abdullah & Sapiei, 2018), di mana dua item tambahan ditambahkan, seperti “Saya percaya pada nasib baik atau buruk” dan “Saya percaya pada hari kiamat”. Studi ini mengukur norma subjektif dan sikap terhadap infak online menggunakan tes empat dan tiga item yang diadaptasi dari TRA, masing-masing. Akhirnya, tes beberapa item diadaptasi dari (Chen *et al.*, 2019; Kasri & Yuniar, 2021; Liu *et al.*, 2018) digunakan untuk mengukur niat dan perilaku infak online.

Metode pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang telah disusun secara sistematis dengan pernyataan mengenai percaya pada penggalangan dana (P) sebanyak 4 poin, kehadiran sosial (KS) sebanyak 3 poin, Religiusitas sebanyak (R) sebanyak 5 poin, Infak Online (I) sebanyak 3 poin, Kemudahan akses fasilitas keuangan (AFK) sebanyak 3 poin, dan Perilaku berinjak (PB) sebanyak 2 poin, jadi secara keseluruhan ada 20 pernyataan yang akan dijawab oleh responden dengan metode skala likert.

Hasil Penelitian

Deskripsi data penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah generasi millennial yang lahir pada 1981-1997 (saat ini berusia 24-39 tahun). Sebanyak 111 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Namun demikian, setelah dilakukan seleksi penulis memutuskan hanya mengambil 76 responden yang masuk dalam kriteria penelitian.

Tabel 1
Karakteristik Responden

Demografi	Kategori	Frekuensi (Satuan)	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	33	43%
	Perempuan	43	57%
Umur	24-28	57	75%
	29-33	13	17%
	34-39	6	0,5%
Asal Pulau	Sumatera	17	22%
	Jawa	5	0,6%
	Kalimantan	9	11%
	Sulawesi	41	53%
	Maluku	0,1	0,1%

Sumber: diolah penulis, 2022

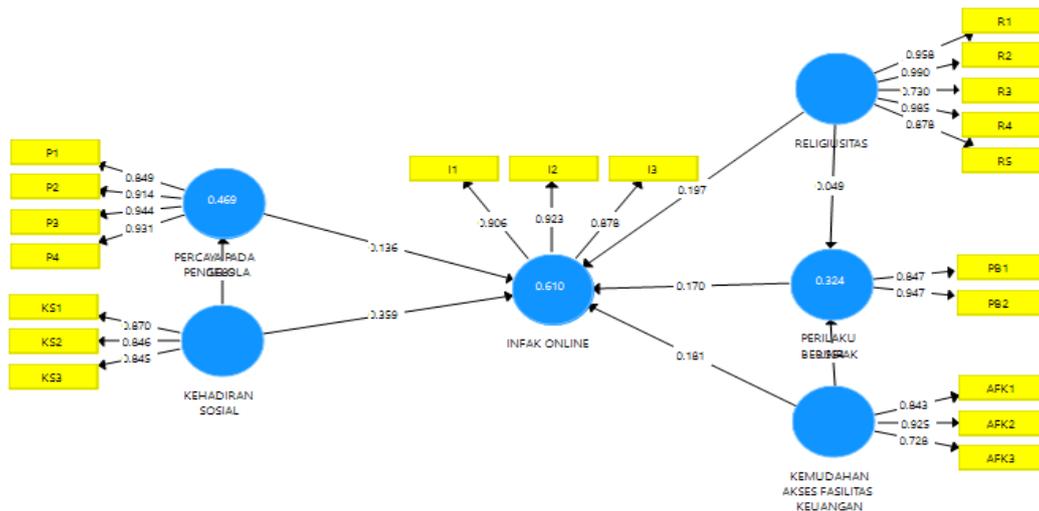
Berdasarkan tabel 1 dari 76 responden yang terpilih, terlihat komposisi berdasarkan kriteria, sebanyak 43 persen responden berjenis kelamin laki-laki dan 47 persen perempuan. Jika dilihat dari kelompok umur responden terbanyak berumur mulai interval 24-28 atau setara 75 persen dari total responden. Sedangkan jika ditelisik lebih jauh dari posisi geografis, responden yang berasal dari pulau Sulawesi lebih banyak

dibandingkan lima pulau lainnya yakni mencapai angka 53 persen, setengah dari total sampel.

Estimasi model

Dalam penggunaan model SEM dikenal istilah *loading factor* untuk melihat kestabilan nilai validitas konvergen variabel. Berikut digambarkan model SEM dengan nilai *loading factor*.

Gambar 1
Model dengan nilai *loading factor*



Sumber: diolah penulis, 2022

Jika LF dan nilai cronbach’s Alpha > 0,7 maka indikator-indikator dalam variabel laten telah memiliki nilai validitas konvergen yang baik. Demikian, berdasarkan gambar diatas diketahui semua indikator yang ada memiliki validitas konvergen yang stabil karena terlihat semua nilai *loading factor* lebih besar dari 0,7.

Convergent Validity dilakukan dengan melihat item *reliability* (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah angka yang menunjukkan korelasi antara skor suatu item pertanyaan dengan skor indikator konstruk indikator yang mengukur konstruk tersebut. *Loading factor* dengan nilai lebih besar 0,7 dikatakan valid. Namun, menurut Hair *et al.* (1998) untuk pemeriksaan awal dari matriks *loading factor* yaitu kurang lebih 0,3 dipertimbangkan telah memenuhi level minimal, dan untuk *loading factor* kurang lebih 0,4 dianggap lebih baik, dan untuk *loading factor* lebih besar 0,5 secara umum dapat dikatakan signifikan. Dalam penelitian ini batas *loading factor* yang digunakan sebesar 0,7. Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS nilai *loading factor* dari masing-masing indikator dapat ditunjukkan seperti pada tabel berikut.

Tabel 2
Nilai *loading vector*

Variabel	Indikator	Nilai <i>loading vector</i>
Infak Online	I1	0,906
	I2	0,923
	I3	0,878

Kepercayaan kepada pengelola	P1	0,849
	P 2	0,914
	P 3	0,944
	P 4	0,931
Kehadiran Sosial	KS1	0,874
	KS2	0846
	KS3	0,845
Religiusitas	R1	0,958
	R2	0,990
	R3	0,730
	R4	0,985
	R5	0,878
Perilaku Berinfak	PB1	0,847
	PB2	0,947
Kemudahan Akses Fasilitas Keuangan	AFK1	0,843
	AFK2	0,925
	AFK3	0,728

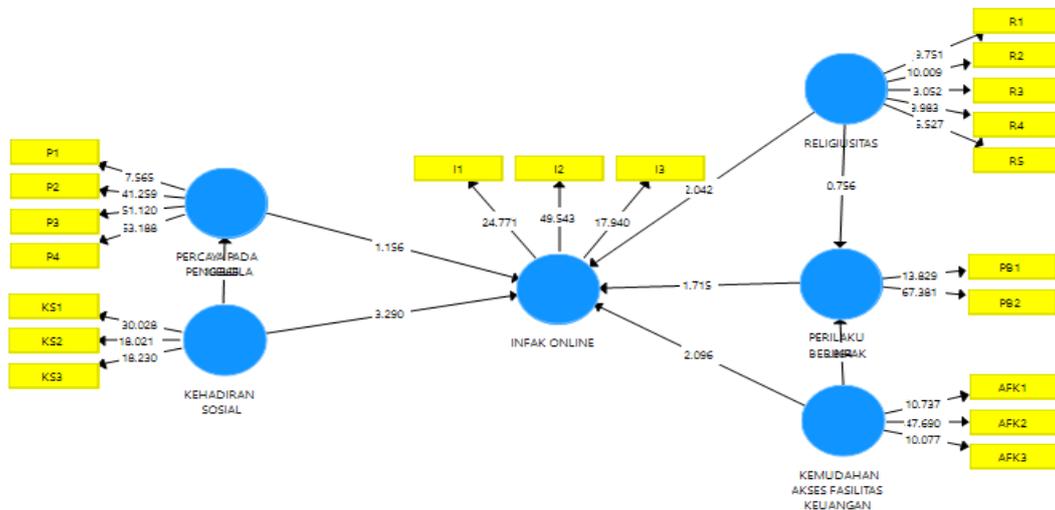
Sumber: diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel 2 hasil pengolahan data dengan menggunakan smartPLS bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,70 dan dikatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa indikator variabel yang memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,70 memiliki tingkat validitas yang tinggi, sehingga memenuhi *convergent validity*. Dengan demikian tidak terdapat indikator variabel yang memiliki nilai *loading factor* lebih kecil dari 0,70 sehingga tidak ada indikator variabel dengan tingkat validitas yang rendah sehingga tidak perlu dilakukan eliminasi atau dihilangkan dari model.

Tabel 2, terdapat tiga indikator yang berkontribusi menjelaskan Variabel infak online I1, I2, dan I3. Adapun yang memiliki kontribusi terbesar yaitu I2 dengan nilai *loading factor* sebesar 0,923. Variabel Kepercayaan Terhadap Lembaga Pengelola Infak terdapat empat indikator yang berkontribusi menjelaskan yaitu P1, P2, P3 dan P4. Adapun yang memiliki kontribusi terbesar yaitu P4 dengan nilai *loading factor* sebesar 0,9321. Untuk variabel kehadiran sosial, terdapat tiga indikator yaitu K.S1, K.S2, dan K.S3 dengan indikator yang memiliki kontribusi terbesar yaitu K.S1 dengan nilai *loading factor* sebesar 0,870. Untuk variabel religiusitas terdapat empat indikator yang berkontribusi menjelaskan yaitu R1, R2, R3 dan R4. Adapun yang memiliki kontribusi terbesar yaitu R2 dengan nilai *loading factor* sebesar 0,990.

Merujuk tabel 2, terdapat 2 indikator yang berkontribusi menjelaskan variabel perilaku berinfak yaitu PB1 dan PB2. Adapun yang memiliki kontribusi terbesar yaitu PB2 dengan nilai *loading factor* sebesar 0,947. Variabel kemudahan akses keuangan terdapat tiga indikator yang berkontribusi menjelaskan AFK1, AFK2, dan AFK3 Adapun yang memiliki kontribusi terbesar yaitu AFK2 dengan nilai *loading factor* sebesar 0,925

Gambar 2
Model dengan Nilai T-Statistik



Sumber: diolah penulis, 2022

Tabel 3
R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
I	0,610	0,582
P	0,469	0,462
PB	0,324	0,305

Sumber: diolah penulis, 2022

Nilai R Square yang diperoleh dari hasil pengujian *Inner Model* dijelaskan bahwa variabel percaya pada pengelola dan kehadiran sosial secara simultan mampu menjelaskan kontribusi terhadap variabel infak online sebesar 0.469 atau sebesar 46%. Variabel kemudahan akses fasilitas keuangan, religiusitas dan perilaku berinfak memberikan kontribusi sebesar 0.324 terhadap variabel infak online. Kontribusi secara simultan dari ke 5 variabel adalah sebesar 0.610 atau 61% terhadap infak online sedangkan 39% dijelaskan oleh variabel lainnya di luar penelitian ini. Saat R-Square > 0.26 maka tergolong bagus.

Tabel 4
F-Square

Variabel	I	KS	AFK	P	PB	R
I						
KS	0,167			0,884		
AFK	0,048				0,421	
P	0,017					
PB	0,037					
R	0,091					0,003

Sumber: diolah penulis, 2022

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa pengaruh kehadiran sosial terhadap infak online dan kepercayaan pada pengelola sebesar 0.167 dan 0.884, pengaruh kemudahan akses fasilitas keuangan terhadap infak online dan perilaku berinfak adalah sebesar 0.048 dan 0.421, pengaruh perilaku berinfak terhadap infak online sebesar 0.037, pengaruh religiusitas terhadap infak online sebesar 0.091.

Tabel 5
T-Statistik

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics	P Values
KS -> I	0.359	3.389	0.001
KS -> P	0.685	11.088	0.000
AFK -> I	0.181	2.174	0.030
AFK-> PB	0.554	6.024	0.000
P -> I	0.136	1.130	0.259
PB -> I	0.170	1.600	0.110
R -> I	0.197	1.948	0.052
R -> PB	0.049	0.770	0.442

Sumber: diolah penulis, 2022

Hipotesis pertama menguji apakah kehadiran sosial berpengaruh positif terhadap infak online. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai koefisiennya sebesar 0.359 dan t-statistiknya sebesar 3.389 > 1.96 maka dapat disimpulkan bahwa t-statistiknya signifikan. Hipotesis pertama diterima dan berpengaruh positif karena P-Valuenya 0.001 < 0.05.

Hipotesis kedua menguji apakah Kehadiran sosial dimoderasi oleh kepercayaan kepada lembaga pengelola infak berpengaruh secara signifikan terhadap infak online. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai koefisiennya sebesar 0.685 dan t-statistiknya sebesar 11.088 > 1.96 maka dapat disimpulkan bahwa t-statistiknya signifikan. Hipotesis kedua diterima dan berpengaruh positif karena p-valuenya 0.000 < 0.05.

Hipotesis ketiga menguji apakah kemudahan akses fasilitas keuangan berpengaruh positif terhadap percaya pada infak online. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai koefisiennya sebesar 0.181 dan t-statistiknya sebesar 2.174 > 1.96 maka dapat disimpulkan bahwa t-statistiknya signifikan. Hipotesis ketiga diterima dan berpengaruh positif karena p-valuenya 0.030 < 0.05.

Hipotesis keempat menguji apakah Kemudahan akses fasilitas keuangan dimoderasi oleh perilaku berinfak berpengaruh secara signifikan terhadap infak online. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai koefisiennya sebesar 0.554 dan t-statistiknya sebesar 6.024 > 1.96 maka dapat disimpulkan bahwa t-statistiknya signifikan. Hipotesis keempat diterima dan berpengaruh positif karena P-Valuenya 0.000 < 0.05.

Pembahasan

Keputusan berinfak dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mampu mendorong keputusan seseorang untuk berinfak termasuk dalam bentuk infak online melalui media platform digital. Secara umum variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan hubungan signifikan. Namun, terdapat juga beberapa variabel yang menunjukkan nilai yang tidak signifikan. seperti yang ditunjukkan oleh Tabel 3. Penelitian ini memperlihatkan kehadiran sosial, dan kemudahan akses keuangan

berpengaruh secara positif terhadap infak online. Namun, berbeda halnya dengan perilaku berinfak dan religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan.

Ditelisik lebih jauh, beberapa pengaruh antar variabel juga dapat dilihat dari variabel kehadiran sosial yang berpengaruh terhadap kepercayaan pada pengelola infak dan begitu pula variabel kemudahan akses juga memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku berinfak, seperti yang diperlihatkan oleh Kasri & Yuniar (2021), bahwa ketersediaan dan kemudahan akses memberikan pengaruh signifikan terhadap zakat online. Zakat dan infak memiliki kesamaan yakni pilar keuangan sosial islam. Temuan yang ada, secara mengkonfirmasi bahwa religiusitas tidak selalu memberikan pengaruh saat dimoderasi oleh variabel lain. Hal itu karena temuan ini bertolak belakang dengan temuan riset (Aji *et al.*, 2020).

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan penggunaan platform online untuk membayar infaq di Indonesia dengan menggunakan model SEM. Studi ini menemukan bahwa kehadiran sosial, dan kemudahan akses keuangan berpengaruh secara positif terhadap niat berinfak menggunakan platform digital. Namun, saat religiusitas dan kemudahan akses fasilitas keuangan dimoderasi oleh perilaku berinfak tidak ditemukan adanya pengaruh signifikan.

Temuan di atas memiliki beberapa implikasi manajerial dan kebijakan. *Pertama*, pengelola dana infak harus memastikan bahwa sistem yang ditawarkan harus mudah bagi orang untuk melakukan pembayaran infak melalui platform online karena akses yang mudah (*user friendly*) ditemukan menjadi faktor terpenting yang mempengaruhi niat untuk membayar infak dan dana sosial lainnya seperti zakat dan sedekah secara online. *Kedua*, mereka juga harus terus berupaya meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem pembayaran untuk memastikan bahwa sistem memungkinkan pembayaran yang lebih cepat dan akses yang mudah. *Ketiga*, penting juga untuk meningkatkan kualitas infrastruktur dan sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan pembayaran infak online. Hal ini juga berlaku pada aspek organisasi dan teknis terkait dana amal termasuk infak, yang juga merupakan bagian dari kondisi fasilitasi yang baik. Dalam hal ini, sinergitas antar dengan pemangku kepentingan lainnya, khususnya pemerintah, mungkin juga diperlukan. Secara bersama-sama, implikasi ini juga bisa menjadi pelajaran dan pengayaan bagi lembaga amal pada umumnya dan lembaga ZISWAF khususnya. Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yakni ukuran dan metode pengambilan sampel yang kebanyakan sampelnya dominan pada satu pulau yaitu pulau Sulawesi padahal ada banyak pulau besar di Indonesia. Oleh karena itu, berangkat dari keterbatasan yang ada nantinya dapat menjadi area kajian lanjutan untuk peneliti selanjutnya.

Referensi

- Abdullah, M., & Sapiei, N. S. (2018). Do religiosity, gender and educational background influence zakat compliance? The case of Malaysia. *International Journal of Social Economics*.
- Afandi, M. Y. (2021). Antecedents of Digitizing ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 4(2).

- Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., & Muslichah, I. (2020). *Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic : an insight from Indonesia*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0136>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411.
- Aristiana, M., Waluyo, B., & Muchtasib, A. B. (2019). *Factors that Influence People Interest in Using a Digital Platform as a ZIS Payment (Case Study Go-Pay)*. 2017.
- Ascarya. (2022). The role of Islamic social finance during Covid-19 pandemic in Indonesia's economic recovery. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(2), 386–405.
- Chen, Y., Dai, R., Yao, J., & Li, Y. (2019). Donate time or money? The determinants of donation intention in online crowdfunding. *Sustainability*, 11(16), 4269.
- Gefen, D., & Straub, D. (2003). Managing user trust in B2C e-services. *E-Service*, 2(2), 7–24.
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). *Determinants of digital zakat payments : lessons from Indonesian experience*. 2019. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>
- Lancaster, L.C. and Stillman, D. 2002. "When Generation Collide :Who They Are. Why They Clash. How To Solve The Generation Puzzle at Work." 9.
- Liu, L., Suh, A., & Wagner, C. (2018). Empathy or perceived credibility? An empirical study on individual donation behavior in charitable crowdfunding. *Internet Research*.
- Manly, B. F. J., & Alberto, J. A. N. (2016). *Multivariate statistical methods: a primer*. Chapman and Hall/CRC.
- Mhd Sarif, Suhaimi, and Rohaziah Yahya. 2020. "Effect of Ta'awun on Management Stickiness of Administrative Zakat Institutions." *Journal of Education and Social Science* 15(2):95–101.
- Oktavendi, T. W. (2022). *Acceptance model for predicting adoption of Zakat ,Infaq , and Sodaqoh (ZIS) digital payments in Generation Z*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2021-0267>
- Pongpaew, Wimmala, Mark Speece, and Leela Tiangsoongnern. 2017. "Social Presence and Customer Brand Engagement on Facebook Brand Pages." *Journal of Product and Brand Management* 26(3):262–81. doi: 10.1108/JPBM-08-2015-0956.
- Putra, Yanuar Surya. 2017. "Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi." 9(1952):123–34.
- Ridho, Zainal, S. L., Siswanto, & Dodik. (2021). Islamic Social Finance, Modern Slavery of Children, and Sustainable Development Goals in Indonesia. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 487, 729–745.
- Sakti, M. R. P., Thaker, H. bin M. T., Qoyum, A., & Qizam, I. (2016). Determinants of cash Waqf contribution in Klang Valley and Selangor: a SEM approach. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 2(1), 111–144.
- Sargeant, A., Ford, J. B., & West, D. C. (2006). Perceptual determinants of non profit giving behavior. *Journal of Business Research*, 59(2), 155–165.
- Uyun, Qurratul. 2015. "Zakat, Infaq, Shadaqah, Dan Wakaf Sebagai Konfigurasi Filantropi Islam." *Islamuna: Jurnal Studi Islam* 2(2):218. doi: 10.19105/islamuna.v2i2.663.