

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berinfak Secara Online

Ira Humaira Hany¹, Sri Herianingrum¹ Fitria Nurma Sari^{2*}

¹Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia.

²Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia.

*Email: fitria@pbs.uad.ac.id

Abstrak

Pada penelitian ini menggunakan dua teori yakni Theory of Planned Behavior (TPB) dan Theory Acceptance Model (TAM). Variabel-variabel yang digunakan merupakan variabel asli yang ada pada TPB dan TAM yang berjumlah enam variabel. Keenam variabel tersebut yakni; Sikap (Attitude), Norma Subjektif (Subjective Norm), Persepsi Kontrol Perilaku (Perceived Behavior Control), Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Behavior Control), Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness) dan Intention to Use yang mana Attitude sebagai variabel intervening dalam penelitian ini. Keenam variabel tersebut digunakan untuk meneliti niat penggunaan digital platform untuk berinfak online pada masyarakat Muslim Surabaya, dimana hal tersebut masih berhubungan dengan teknologi. Selanjutnya penelitian ini akan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan digital platform untuk berinfak online. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni penelitian eksplanatori dengan teknik analisis data yang menggunakan pendekatan PLS. Data diperoleh dari hasil sebar kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Terdapat 130 sample yang diperoleh dan digunakan dalam penelitian ini yang dianalisis dengan menggunakan metode PLS dengan software smartPLS. Berdasarkan hasil analisis data, hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya: Attitude dan subjective norm berpengaruh signifikan terhadap Intention, perceived behavior control dan perceived usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap Intention, attitude tidak signifikan memediasi hubungan antara perceived ease of use dan intention. Yang berarti, perceived ease of use secara tidak langsung, tidak signifikan mempengaruhi intention, melalui attitude., attitude signifikan memediasi hubungan antara perceived usefulness dan intention. Dengan kata lain, perceived usefulness secara tidak langsung, signifikan mempengaruhi intention, melalui attitude.

Kata kunci: Akad; TPB; TAM; Niat; Infak

Pendahuluan

Ilmu Fiqh merupakan ilmu yang membahas tentang hukum islam untuk mengatur segala kegiatan umat islam yang berkaitan dengan perkara duniawi dan bersosial yakni Fiqh Muamalah (Suhendi, 2011). Setiap apa yang dilakukan oleh manusia Allah telah mengaturnya, begitu detail Allah mengatur semuanya, hingga pentashorufan hartapun sudah ditata oleh Allah dalam Al-quran dan hadist, yakni harta yang dimiliki oleh seseorang hendaknya benar-benar

untuk sesuatu yang baik yang dianjurkan oleh syariat sebagaimana termaktub dalam Surat Al-Baqarah ayat 195:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ١٩٥

Artinya: Berinfaklah di jalan Allah, janganlah jerumuskan dirimu ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.

Pengertian infaq dalam Al-Qur'an dapat dipahami bahwa istilah tersebut mengandung pengertian yang umum mencakup setiap aktivitas pengeluaran harta baik berupa kewajiban seperti zakat maupun kewajiban menafkahi keluarga, pengertian infaq juga bisa sebagai bentuk kedermawanan dari seseorang untuk menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan sosial. Dengan demikian, infaq terlepas dari ketentuan dan ukuran, tetapi tergantung kepada kerelaan masing-masing. Sehingga, kewajiban memberikan infaq tidak tergantung pada mereka yang kaya saja tetapi juga ditunjukkan kepada orang-orang yang mempunyai kelebihan dari kebutuhannya sehari-hari. Berbeda dengan zakat dimana zakat tidak sembarang orang dapat mendapatkan pendistribusian zakat seperti yatim piatu, orang yang terkena penyakit, orang yang terkena musibah seperti gempa atau tsunami, bantuan untuk saudara saudara kita yang terpapar virus covid-19 ataupun bantuan bantuan untuk pembangunan jembatan dan lain sebagainya. Oleh karena itu dalam islam selain diwajibkan untuk membersihkan harta dan dirinya melalui zakat seorang muslim juga dianjurkan untuk menyisihkan harta yang dimilikinya untuk membantu sesama umat muslim yang terdapat dalam konsep infak dan sedekah yang dapat diberikan kepada siapapun tidak terbatas hanya kepada delapan asnaf dan dapat dikeluarkan kapanpun tanpa harus mencapai nishab terlebih dahulu dan tidak terbatas pada berapa nominal yang diberikan seperti zakat.

Jika melihat penduduk Indonesia dengan jumlahnya hampir 267 juta dengan mayoritas beragama islam, maka Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengumpulkan Infak. Akan tetapi uraian tersebut belum sesuai pada realita karena dana yang berhasil dihimpun masih terbilang rendah dan sangat jauh dari estimasi penghimpunan ZIS. Dimana dapat dilihat dari hasil pengimpunan dana infak dan sedekah pada 3 tahun kebelakang 2021, 2020, 2019.

Tabel 1. Penerimaan Dana Infak Dan Sedekah Tahun 2021, 2020, 2019

Tahun	Jumlah Penerima Infak & Sedekah
2021	Rp. 69.644.484.321
2020	Rp. 76.346.790.474

Dapat dilihat dari tabel 1 penerimaan dana infak dan sedekah mengalami fluktuasi, untuk tahun 2021 hanya mencapai Rp. 69.644.484.321, dimana penghimpunan tahun 2021 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yakni 2020 yang sebesar Rp.76.346.790.474, akan tetapi pada tahun 2019 jika dibandingkan dengan penghimpunan pada tahun 2021 masih lebih besar. (BAZNAS, 2022). Sehingga hal ini menjadi perhatian peneliti mengapa dengan negara mayoritas muslim dana infak yang terkumpul masih sangat jauh dari estimasi dan masyarakat masih sedikit dalam membelanjakan hartanya ke jalan Allah (berinfak dan sedekah). Padahal jika dilihat pada saat ini melakukan kegiatan amal seperti halnya berinfak sangatlah mudah kapanpun dan dimanapun bisa melakukan kegiatan berinfak, karena di era modern teknologi sangatlah canggih.

Kemajuan teknologi sangat berkembang pesat. Kemajuan teknologi ini dapat memberi efek positif ataupun dampak negatif pada kehidupan masyarakat dalam bidang ekonomi, sosial, atau budaya. Efek positifnya termasuk mempermudah pekerjaan atau aktivitas sehari-hari lainnya, inovasi di banyak industri, peningkatan layanan pelanggan, dan pendapatan yang lebih tinggi. (Karuniaputri, Dwihapsari, Huda, & Rini, 2020). Adapun dampak negatif ada yakni boros, masyarakat ketergantungan yang menjadikan malas, dan lain sebagainya.

Jangkauan internet berkembang pesat dengan adanya smart phone dimana harga yang ditawarkan terjangkau dan juga harga paket data internet yang relative terjangkau. Oleh karena itu internet memiliki perkembangan yang luar biasa. Pengguna internet sudah bertambah berlipat lipat seiring berjalannya waktu dan urutan teratas dalam penetrasi pengguna internet di tempati oleh pulau jawa. menurut pernyataan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), sebesar 77,02% p dengan jumlah 210,02 juta jiwa dari total 272,69 juta jiwa di Indonesia telah menggunakan teknologi digital (internet) (Hasil survei Pengguna Internet Indonesia APJII 2022, 2022)

Perubahan gaya hidup yang lebih canggih karena difasilitasi oleh media internet sehingga segala kegiatan bisa dilakukan lebih cepat dan juga biaya yang dikeluarkan termasuk lebih ekonomis sesuai kebutuhan daripada era sebelum ada internet segalanya dilakukan dengan cara manual tanpa adanya bantuan teknologi internet. Teknologi pada saat ini sangatlah mudah untuk melakukan sebuah transaksi, Selain digunakan untuk komunikasi. Banyak transaksi digital yang saat ini digemari masyarakat salah satunya adalah transaksi pembayaran, memudahkan masyarakat untuk membayar segala jenis kebutuhan mereka. Hingga tidak sedikit

disediakan transaksi untuk berinfak sebagai bentuk amal sosial dan revolusioner pertumbuhan dan penyebaran agama karena Indonesia menduduki peringkat pertama negara dengan masyarakat pemeluk agama Islam sedunia yang juga mengalami dampak dari perkembangan teknologi.

Dalam KBBI platform bisa diartikan sebagai suatu rencana kerja, program, sebuah pernyataan dari kelompok partai tentang program kebijakan, sampai dengan mimbar, pentas, atau panggung. Platform adalah sebuah program yang digunakan untuk mengesekusi rencana kerja, dimana platform difungsikan sebagai wadah utama atau dasar untuk menjalankan sistem yang akan digunakan. Dan sistem yang bisa menggunakan platform ini sangat banyak dimulai dari bidang komputer, bisnis, politik, sampai dengan kegiatan sosial seperti penghimpunan dana infak yang akan di bahas pada penelitian ini.

Dapat dilihat dampaknya yakni peluang yang dimiliki Indonesia sangatlah banyak dan berpotensi untuk mendirikan perekonomian syariah dunia. Instrumen pokok dalam pendirian ekonomi syariah dunia tersebut yakni dengan pengumpulan hasil pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Saat ini, masyarakat khususnya yang termasuk dalam kelompok milenial memiliki kecenderungan untuk menjaga serta menikmati aktivitas melalui media online. Sehingga bagaimana lembaga sosial yang memiliki digital platform yang menyediakan wadah berinfak agar masyarakat lebih mudah berinfak secara online sehingga terkumpulnya dan zakat dapat lebih meningkat. Misalnya, BAZNAS yang merupakan salah sebuah instansi nirlaba yang ada di Indonesia berkolaborasi bersama platform digital. Dalam kerjasama ini, BAZNAS bekerja sama dengan enam platform yang tercantum dalam tabel di bawah ini: (KNKS, 2019)

Tabel 2. Kolaborasi digital platform dengan BAZNAS

Platform	Contoh
BAZNAS Platform	Platform yang dijalankan oleh baznas sendiri
Commercial Platform	Tokopedia-salam, Buka-lapak, Shopee, Lazada, JD.ID, Blibli.com, Elevenia
Non-Commercial Platform	Kitabisa.com, WeCare.id, peduli-sehat, BenihBaik.com, Bantoo, Waktumu hijrah, beramaljariah.org
Social Media Platform	Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Tiktok
Artificial Intelligence Platform	ZAVIRA, lenna, AR
Innovative Platform	Gojek, OVO, LinkAja, layanan syariah LinkAja, DANA, Spin

Sudah banyak beberapa digital platform menyediakan wadah untuk berinfak, lalu bagaimana cara menumbuhkan intensi masyarakat untuk berinfak menggunakan digital platform? Faktor apa saja yang dapat mempengaruhi intensi berinfak menggunakan digital platform? Inilah yang akan di bahas dalam penelitian ini. Dengan didukung beberapa penelitian yang mengkaji sebuah intensi.

Dalam penelitian Hamid, Rozak, Bakar, & Abdullah, (2016) memberikan hasil yakni *perceived usefulness* dan *percieved ease of use* memang memprediksi *Continuance Intention* menggunakan layanan e-government di Malaysia. Akan tetapi, korelasi antara *perceived usefulness* dan *Continuance Intention* lebih tinggi dari pada korelasi antara persepsi *percieved ease of use* dan *Continuance Intention* menunjukkan bahwa, apabila pengguna layanan e-government merasa bahwa hal tersebut berguna dan meningkatkan interaksi mereka dengan lembaga pemerintah, maka mereka akan lebih mungkin terus menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, pembuat harus memperhitungkan kebutuhan pengguna dalam membuat sistem e-government. Dalam hal persepsi *perceived usefulness* dan *Continuance Intention*, hasilnya masih signifikan tetapi tidak sekuat yang dirasakan pengguna. Dengan demikian, jika desain sistem e-government efektif dan mudah digunakan, diharapkan dapat memperkuat persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan sistem e-government. Oleh karena itu, untuk keberhasilan penerapan aplikasi e-government, perancang harus memastikan bahwa sistem e-government tertentu memang mudah digunakan.

Kemudian penelitian dari Aji, et al., (2021) Penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis yang dihasilkan dari teori tindakan beralasan dan teori keberadaan sosial signifikan secara aktif mempengaruhi niat infak online. Anehnya, religiusitas intrinsik Muslim tidak mempengaruhi baik sikap terhadap infak online maupun niat infak online. Untuk lebih menjelaskan hasil tersebut maka dilakukan analisis post hoc. Sejalan dengan itu, ditemukan bahwa religiusitas intrinsik umat Islam memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap niat infak online melalui kehadiran sosial.

Penelitian ini mengukur intention (niat) individu dalam berinfak melalui digital platform (online). Komponen variabel yang digunakan di dalam penelitian ini terdiri dari dua teori, yakni TAM (*Perceive Ease of Use* & *Perceive Usefulness*) dan TPB (*sikap/attitude*, *perceived behavioral control* *subjective norm*) *Intention* menurut (Fishbein & Ajzen, 1975) niat didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dimiliki oleh seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Kaitannya dengan infak. Beberapa penelitian terdahulu juga menjadikan niat sebagai indikator dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah.

Perceived Ease of Use bisa diartikan dengan kepercayaan yang dimiliki oleh seorang individu bahwasanya suatu sistem itu dapat mudah dimanfaatkan akan mendorong individu tersebut untuk terus menggunakannya. Temuan Wang, Hemmen, & Criado, (2022) menunjukkan bahwasanya Perceived Ease of Use berkorelasi positif dengan attitude, dimana dengan kemudahan penggunaan, maka timbullah suatu sikap atau perilaku untuk melakukan sesuatu, kaitannya dengan berinfak disini yakni dengan seorang menggunakan digital platform dengan mudah, maka akan terjadi sebuah perilaku yang lahir pada diri individu tersebut,

Davis (1989) mengemukakan bahwasanya Perceived Usefulness ialah batasan sejauh mana seorang individu mempercayai bahwasanya penggunaan suatu sistem dapat menaikkan performa kinerjanya. Kepercayaan terkait kegunaan suatu sistem terhadap dirinya akan memotivasi seorang individu untuk dapat menggunakan sistem tersebut. Dalam penelitian (Aji, et al., 2021) Perceived Usefulness memiliki hubungan positif dengan Intention.

Sikap/Attitude oleh (Ajzen, 2005) menunjukkan bahwa sikap adalah reaksi positif atau negatif terhadap perilaku tertentu. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh keyakinan. Dimana apabila seorang percaya bahwa perilaku yang mereka lakukan menimbulkan sesuatu yang positif maka seorang tersebut akan memiliki citra yang baik dan akan melakukan perilakunya. Jika dikaitkan dengan kegiatan berinfak dapat dikatakan bahwasannya dengan perilaku yang baik maka terciptalah niat yang baik pula untuk melakukan kegiatan amal seperti halnya berinfak dengan menggunakan digital platform. Beberapa penelitian memiliki hasil yang berbeda-beda, dimana adanya hubungan positif dan negative antara sikap terhadap intention. Niswah, Mutmainah, & Legowati, (2019) menyebutkan bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat, dengan menjelaskan bahwa belum semua individu percaya dengan digitalplatform dikarena masih ditemukan berbagai masalah yang ada dalam system digital.

Subjective Norm adalah pemahaman pribadi tentang harapan orang yang memberi dampak pada hidupnya (Signifikan Others) selesai atau tidak melakukan tindakan tertentu. Dalam penelitian (Aji, et al., 2021) menunjukkan bahwa semua hipotesis yang dihasilkan dari teori tindakan beralasan dan teori keberadaan sosial signifikan secara aktif mempengaruhi niat infak online.

Perceived Behavioral Control adalah pandangan pribadi tentang kesederhanaan atau kemudahan kesulitan dalam mencapai perilaku tertentu Ajzen, (2005), seperti halnya ketika seorang memiliki uang yang cukup sehingga bisa berinfak, atau ketika melakukan infak online lebih mudah maka dimungkinkan seorang melakukan infak online.

Melalui uraian diatas, penelitian ini akan menguji gap terhadap temuan-temuan sebelumnya, seperti halnya temuan (Kumari & Devi, 2021), (Ardhiani, 2015), (Yang, Lee, & Zo,

2017) dan beberapa penelitian lainnya. Penelitian ini memiliki research gap membandingkan hasil penelitian terdahulu dengan melihat objek, subjeck, dan variabel yang berbeda. Objek penelitian adalah individu yang pernah berinfak secara langsung akan tetapi belum pernah berinfak menggunakan digital platform. Adapun subjek dari penelitian ini hanya focus kepada Infak. Dan dalam penelitian ini niat berinfaknya dalam konteks teknologi sehingga penulis menggunakan dua teori yakni TAM & TPB, dimana penelitian mengenai penerimaan teknologi menggunakan TAM, dan mengenai intensi seorang untuk menentukan sesiatu menggunakan teori TPB. Dan variabel Attitude sebagai variabel intervening. Oleh sebab itu, penelitian ini akan mengkaji faktor yang diduga dapat memengaruhi niat berinfak secara online.

Sebab itu fokus penelitian ini adalah pada pemahaman tentang faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap niat seseorang berinfak menggunakan platform digital/ online. Oleh karena itu peneliti berharap dapat mengangkat judul "Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berinfak secara online, guna untuk memberikan nilai tambah pada literatur dengan mengkaji faktor-faktor yang menentukan niat seseorang menggunakan digital platform untuk berinfak secara online.

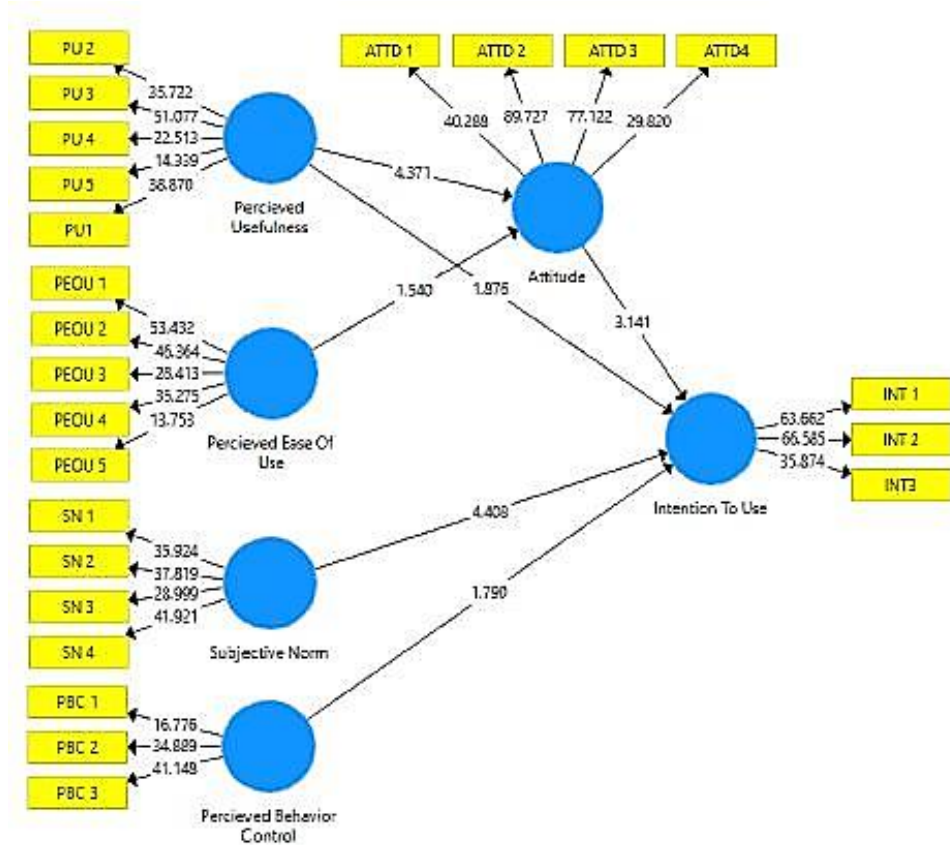
Metode Penelitian

Penelitian ini berjenis kuantitatif, yakni penelitian yang mengacu pada metode-metode berdasarkan filosofi positivisme guna mempelajari sampel maupun populasi tertentu (Sugiono, 2014) Analisis data yang di gunakan pada penelitian kuanitatif menggunakan alat statistik. Hasil dari penelitian ini bisa digunakan untuk membentuk teori yang memiliki fungsi untuk memprediksi, menjelaskan suatu gejala. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik SEM-PLS. Penelitian ini berusaha menjawab rumusan masalah dengan alat statistik kuantitatif. Atau dapat disebut sebagai teknik analisis data yaitu untuk menyederhanakan data agar lebih mudah untuk dipahami dan mengimplikasinya. SEM-PLS digunakan dalam menganalisis data penelitian, yakni teknis analisis statistik multivariate dan merupakan salah satu teknik analisis SEM yang bervariasi.

Alasan mendasar pengujian penelitian ini menggunakan PLS adalah, pertama, penelitian ini tidak menggunakan sampel yang begitu besar, hanya pada masyarakat muslim surabaya yang menggunakan digital platform akan tetapi belum pernah berinfak online dan. Kedua, uji PLS berguna dalam melakukan analisis sebuah teori yang dianggap kurang mendukung, sebab uji PLS mampu dipakai dalam memprediksi hubungan antar variabel. Ketiga, PLS memungkinkan analisis series OLS (ordinary least square efisiensi perhitungan algoritma. Keempat, dapat digunakan untuk menguji data yang berskala nominal, ordinal, rasio, maupun interval. Sehingga

uji normalitas tidak harus berdistribusi normal. (Ghazali, Structural Equation Modeling: Metod eAlternatif dengan Partial Least Square (PLS), 2004).

Hasil dan Pembahasan



Gambar 4. 1 Diagram Jalur Outer Model PLS

Construct validity

Construct validity merupakan uji untuk mengetahui sejauh mana validitas suatu tes untuk mengukur teori yang telah diklaim oleh peneliti yang dijadikan dasar untuk sebuah penelitian. Nilai *construct validity* diindikasikan baik jika nilai dari AVE menunjukkan nilai > 0.5. Adapun hasil dari uji Construct validity menggunakan SmartPLS dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 3. Average Variance Extracted (Ave)

	Average Variance Extracted (AVE)
Attitude	0.835
Intention To Use	0.872
Percieved Behavior Control	0.776
Percieved Ease Of Use	0.747
Percieved Usefulness	0.730
Subjective Norm	0.772

Sumber: Hasil olah data dengan smart PLS 3.0

Hasil ditunjukkan pada tabel 3 bahwa rata-rata nilai construct validity (AVE) pada setiap variabel memiliki nilai AVE yang baik, karena nilai $AVE > 0.5$.

Composite Reability

Composite reliability yaitu untuk uji mengetahui nilai reabilitas dari sebuah konstruk, selain itu dapat juga dilihat dari nilai Cronbach's alpha. Sebuah konstruk dapat dikatakan reliable jika nilai dari Composite reliability memiliki nilai > 0.7 dan untuk nilai Cronbach's alpha > 0.6 . Composite reliability yaitu untuk mengukur nilai realibilitas sesungguhnya dari suatu variabel, sedangkan

Melihat nilai Cronbach's alpha dan Composite reliability digunakan untuk uji reabilitas. Jika Cronbach's alpha $> 0,6$ maka suatu konstruk dapat dikatakan reliable, dan nilai Composite reliability harus $> 0,7$. Composite reliability yaitu untuk mengukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari suatu variabel, Cronbach's alpha yaitu untuk melihat nilai terendah reliabilitas suatu variabel. Sehingga nilai Composite reliability selalu lebih tinggi dibandingkan dengan nilai Cronbach's alpha. Berikut tabel Hasil uji Cronbach's alpha dan Composite reliability pada penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Attitude	0.934	0.953	0.835
Intention To Use	0.927	0.953	0.872
Percieved Behavior Control	0.857	0.912	0.776
Percieved Ease Of Use	0.916	0.937	0.747
Percieved Usefulness	0.906	0.931	0.730
Subjective Norm	0.902	0.931	0.772

Sumber: hasil olah data smart PLS 3.0

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai dari Cronbach's alpha rata-rata memiliki nilai > 0.6 dan nilai Composite reliability memiliki nilai keseluruhan dari tiap variabel > 0.7 . Hal ini berarti bahwa semua konstruk adalah reliable. Yang juga dapat diartikan bahwa masing-masing konstruk dalam penelitian ini memiliki konsistensi internal dalam uji reliabilitas instrumen.

Discriminant Validity

Discriminant validity adalah suatu uji yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat nilai cross loading pada indikator yang menyusun variabel dengan nilai cross loading pada indikator yang lain. Pada uji discriminant validity yang menjadi tolak ukur ialah dengan cara menganalogikan nilai AVE suatu konstruk harus lebih tinggi dibanding dengan hubungan antar variabel laten atau peneliti dapat melihat dari nilai cross loading nya. Nilai cross loading

pada sebuah indikator di sebuah konstruk akan terlihat berbeda dengan nilai cross loading pada indikator di konstruk yang lain dan akan mengumpul pada konstruk yang dimaksud. Berikut adalah nilai cross loading masing-masing indikator:

Tabel 5. Cross Loading

	Attitude	Intention To Use	Percieved Behavior Control	Percieved Ease Of Use	Percieved Usefulness	Subjective Norm
ATTD 1	0.888	0.639	0.563	0.557	0.587	0.551
ATTD 2	0.949	0.738	0.653	0.598	0.686	0.653
ATTD 3	0.947	0.731	0.655	0.614	0.696	0.676
ATTD4	0.868	0.646	0.635	0.580	0.694	0.521
INT 1	0.742	0.944	0.655	0.673	0.675	0.677
INT 2	0.763	0.941	0.659	0.687	0.636	0.696
INT3	0.601	0.917	0.578	0.609	0.617	0.631
PBC 1	0.520	0.472	0.819	0.658	0.529	0.392
PBC 2	0.690	0.660	0.902	0.707	0.739	0.581
PBC 3	0.590	0.632	0.919	0.686	0.601	0.503
PEOU 1	0.563	0.611	0.754	0.885	0.673	0.513
PEOU 2	0.546	0.590	0.674	0.903	0.611	0.535
PEOU 3	0.587	0.645	0.678	0.850	0.718	0.545
PEOU 4	0.623	0.636	0.690	0.867	0.669	0.539
PEOU 5	0.425	0.547	0.521	0.815	0.602	0.450
PU 2	0.632	0.545	0.610	0.613	0.872	0.439
PU 3	0.649	0.603	0.634	0.634	0.912	0.433
PU 4	0.619	0.526	0.609	0.613	0.842	0.453
PU 5	0.607	0.697	0.629	0.704	0.750	0.565
PU1	0.599	0.545	0.556	0.665	0.888	0.419
SN 1	0.548	0.576	0.500	0.464	0.447	0.872
SN 2	0.612	0.667	0.436	0.531	0.490	0.881
SN 3	0.522	0.610	0.497	0.514	0.429	0.875
SN 4	0.626	0.657	0.561	0.592	0.542	0.887

Sumber: Olah data smart PLS 3.0

Pada table 5 yang telah ditunjukkan diatas maka dapat diketahui bahwasannya nilai setiap indikator pada suatu konstruk mempunyai nilai yang lebih tinggi daripada konstruk lain dan mengumpul pada suatu konstruk tersebut. Sehingga nilai discriminant validity dalam penelitian ini memiliki kategori nilai yang baik.

Evaluasi Model Struktur (Inner Model)

Evaluasi model struktural bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten berpengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Evaluasi inner model dengan SEM-PLS dimulai dengan melihat nilai R-square.

R-Square (R²)

R-Square sendiri digunakan untuk mengukur kekuatan prediksi dari model struktural. R-Square menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen apakah

memiliki pengaruh yang substantif. Nilai R-Square 0.67, 0.33 dan 0.19 menunjukkan model yang kuat, moderat dan lemah (Ghozali & Latan, 2015). Berikut ini Tabel 6,

Tabel 6. R-Square (R²)

	R Square	R Square Adjusted
Attitude	0.551	0.544
Intention To Use	0.693	0.683

Sumber: Hasil olah smart PLS 3.0

Dari hasil R-Squares pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai R-Square adalah pada variable Attitude adalah 0,551 yang berarti perceived usefulness dan perceived ease of use mampu menjelaskan variance dari variabel Attitude sebesar 55,1%. Sementara diketahui nilai r-square pada variabel Intention to use adalah 0,693, yang berarti variabel perceived usefulness, perceived ease of use, attitude, subjective norm, dan perceived behavior control mampu menjelaskan variance dari variabel Intention sebesar 69.3% dan sisanya 30,7% dipen garuhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Predictive Relevance

Predictive relevance yaitu digunakan untuk mengetahui nilai yang dihasilkan oleh kerangka dan estimasi parameter. Untuk mengetahui nilai Q-square yaitu dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

Attitude Intention to use

$$\begin{aligned}
 Q_2 &= 1 - (1 - R_2) & Q_2 &= 1 - (1 - R_2) \\
 &= 1 - (1 - 0.551) & &= 1 - (1 - 0.693) \\
 &= 1 - 0.449 & &= 1 - 0.307 \\
 &= 0.551 & &= 0.693
 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan tersebut dapat diketahui nilai predictive relevance sebesar 0.551 atau 55,1% dan 0,693 atau 69,3% yang artinya model analisis dalam predictive relevance memiliki nilai yang baik.

Uji Hipotesis

Tahapan berikutnya yaitu pengujian hipotesis, yaitu dengan cara mengetahui nilai dari T-statistic. Estimasi koefisien jalur menunjukkan nilai estimasi yang menggambarkan hubungan antar variabel laten yang diperoleh dengan prosedur bootstrapping. Untuk mengetahui tingkat signifikansi yaitu jika nilai T-statistic lebih besar dari nilai 1,96 dan nilai p-value nya < 0,05 pada taraf signifikansi 5%. Sedangkan untuk koefisien parameter menyatakan tingkat pengaruh antar

variabel dengan melihat positif atau negatifnya. Hasil yang diperoleh pada studi ini adalah dapat diketahui dengan melihat nilai T-statistic pada tabel berikut:

Tabel 7. Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Attitude -> Intention To Use	0.298	0.290	0.091	3.274	0.001
Percieved Behavior Control -> Intention To Use	0.156	0.158	0.091	1.708	0.088
Percieved Ease Of Use -> Attitude	0.208	0.219	0.140	1.483	0.139
Percieved Usefulness -> Attitude	0.572	0.567	0.139	4.123	0.000
Percieved Usefulness -> Intention To Use	0.178	0.175	0.095	1.859	0.064
Subjective Norm -> Intention To Use	0.335	0.344	0.078	4.281	0.000

Sumber: olah data smart PLS 3.0

Berdasarkan tabel 7, maka hipotesis yang akan diterima ataupun ditolak akan dijelaskan dibawah ini:

Konstruk perceived usefulness memiliki T-statistik sebesar 4,123 lebih besar dari 1,96 dan p-values 0,000 < dari 0,05, sehigga **hipotesis pertama** menunjukkan bahwasannya perceived usefulness berpengaruh terhadap Attitude.

Konstruk Perceived ease of use T-statistik sebesar 1,483 lebih kecil dari 1,96 dan p-values 0,139 > dari 0,05, sehigga **hipotesis kedua** menunjukkan bahwasannya perceived ease of use tidak berpengaruh terhadap Attitude.

Konstruk Attitude memiliki T-statistik sebesar 3,274 lebih besar dari 1,96 dan p-values 0,000 < dari 0,05, sehigga **hipotesis ketiga** menunjukkan bahwasannya Attitude berpengaruh terhadap Intention.

Konstruk subjective norm memiliki T-statistik sebesar 4.281 lebih besar dari 1,96 dan p-values 0,001 < dari 0,05, sehigga **hipotesis keempat** menunjukkan bahwasannya subjective norm berpengaruh terhadap Intention.

Konstruk perceived behavior control memiliki T-statistik sebesar 1,709 kurang dari 1,96 dan p-values 0,088 > dari 0,05 sehingga **hipotesis kelima** menunjukkan bahwasannya perceived behavior control tidak berpengaruh terhadap intention.

Perceived usefulness memiliki T-statistik sebesar 1,859 lebih kecil dari 1,96 dan p-values 0,064 > dari 0,05, sehigga **hipotesis keenam** menunjukkan bahwasannya Perceived usefulness tidak berpengaruh terhadap Intention.

Pengajuan Efek Mediasi (Intervening)

Pada tahap ini menjelaskan analisis SEM-PLS dengan efek moderating, yaitu hubungan antara konstruk eksogen dan endogen melalui variabel penghubung. Pada pengujian efek moderating sama halnya dengan uji hipotesis dimana variabel eksogen terhadap variabel endogen dan harus signifikan pada nilai t-statistik lebih besar dari 1.96. dan Pvalues <0,05

Tabel 8. Spesific Indirect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Percieved Ease Of Use -> Attitude -> Intention To Use	0.062	0.062	0.045	1.389	0.166
Percieved Usefulness -> Attitude -> Intention To Use	0.170	0.165	0.069	2.475	0.014

Sumber: Hasil olah data smart PLS 3.0

Diketahui pengaruh tidak langsung perceived ease of use terhadap intention to use, melalui attitude adalah 0,062 (kolom Original Sample). Diketahui nilai T-statistik 1,389 < 1,96 P-Values = 0,116 > 0,05, maka disimpulkan attitude tidak signifikan memediasi hubungan antara perceived ease of use dan intention. Dengan kata lain, perceived ease of use secara tidak langsung, tidak signifikan mempengaruhi intention, melalui attitude.

Diketahui pengaruh tidak langsung perceived usefulness terhadap intention, melalui attitude adalah 0,170 (kolom Original Sample). Diketahui nilai T-statistik 2,475 > 1,96 P-Values = 0,014 < 0,05, maka disimpulkan attitude signifikan memediasi hubungan antara perceived usefulness dan intention. Dengan kata lain, perceived usefulness secara tidak langsung, signifikan mempengaruhi intention, melalui attitude.

1. Pengaruh percieved usefulness (X1) terhadap Attitude

Berdasarkan tabel 4.19 bahwasannya H₁ yang diajukan dapat diterima, karena perceived usefulness memiliki T-statistik sebesar 4,123 lebih besar dari 1,96 dan p-values 0,000 < dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwasannya perceived usefulness berpengaruh terhadap Attitude. Semakin tinggi persepsi kegunaan digital platform untuk berinfak maka akan semakin baik pula sikap penggunaan terhadap sistem tersebut. Secara logis dapat dipersepsikan bahwa sistem yang semakin banyak memberikan manfaat atau kegunaan kepada pengguna akan mempengaruhi sikap pengguna untuk menggunakan sistem tersebut.

Dimana dari hasil penelitian yang dijelaskan diatas sesuai dengan penelitian (Kumari & Devi, 2021) yang menjelaskan bahwa perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap Attitude.

Hal ini juga sesuai dengan yang diungkapkan (Wang, Hemmen, & Criado, 2022) bahwa perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap Attitude.

Secara teoritis dan juga dalam beberapa penelitian-penelitian terdahulu, terdapat teori pendukung hipotesis penelitian yang pertama dimana perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap Attitude. Karena secara logika ketika sesuatu yang memberikan manfaat atau kegunaan yang dirasa sangat baik maka akan mempengaruhi sikap seorang untuk menggunakannya.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel perceived usefulness termasuk dalam kriteria sangat tinggi dengan nilai sebesar 4,46 yakni “menurut saya digital platform sangat berguna untuk melakukan berbagai jenis transaksi” ini menunjukkan bahwasannya dengan adanya digital platform yang memiliki kegunaan untuk berbagai transaksi maka individu akan semakin baik pula penggunaan digital platform untuk berinfak.

2. Pengaruh perceived ease of use (X2) terhadap Attitude

Berdasarkan tabel 4.19 bahwasannya H_2 yang diajukan ditolak, karena perceived ease of use memiliki T-statistik sebesar 1,483 lebih kecil dari 1,96 dan p-values 0,139 > dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa perceived ease of use tidak berpengaruh terhadap attitude.

Dimana dari hasil penelitian yang dijelaskan diatas sesuai dengan penelitian (Kumari & Devi, 2021) yang menjelaskan bahwa perceived ease of use tidak berpengaruh signifikan terhadap attitude. Hal ini juga sesuai dengan penelitian (Wang, Hemmen, & Criado, 2022) dimana dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa perceived ease of use tidak berpengaruh signifikan terhadap attitude.

Perceived ease of use dalam menggunakan digital platform untuk berinfak tidak menjadi faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan terhadap system. Hal tersebut menjelaskan bahwasannya kemudahan dalam menggunakan system tidak menjadikan pengguna menunjukkan sikap baik atau buruk dalam penggunaan digital platform. Hal tersebut merupakan suatu aktifitas yang tidak setiap hari dilakukan, karena untuk melakukan kegiatan berinfak tidaklah harus menggunakan digital platform.

hal ini dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan digital platform oleh calon munfiq, tidak berpengaruh pada sikap dalam penggunaan digital platform. Hal ini menunjukkan adanya kenyataan bahwa para responden (calon munfiq) memang dituntut untuk menggunakan digital platform untuk berinfak. Dengan demikian mudah atau tidaknya teknologi yang digunakan tidak akan mempengaruhi sikap responden terhadap digital platform untuk berinfak.

Hal tersebut mengacu pada kenyataan bahwa meskipun 60% dari responden penelitian ini adalah kalangan muda berusia 18-25 tahun. Walaupun sejatinya untuk usia tersebut sangat melek terhadap teknologi, akan tetapi kecenderungan mereka menggunakan digital platform digunakan untuk hal lain di luar kegiatan berinfak.

3. Pengaruh Attitude (X3) terhadap Intention

Berdasarkan tabel 4.19 Bahwa H_3 yang diajukan diterima, karena Attitude memiliki T-statistik sebesar 3,274 lebih besar dari 1,96 dan p-values 0,000 < dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwasannya Attitude berpengaruh terhadap Intention

Dimana dari hasil penelitian yang dijelaskan diatas sesuai dengan penelitian (Kumari & Devi, 2021) yang menjelaskan attitude ini memiliki dampak yang signifikan terhadap niat. Hal ini sesuai dengan apa yang juga telah ditunjukkan (Wang, Hemmen, & Criado, 2022) bahwa attitude berpengaruh signifikan terhadap intention.

Semakin tinggi sikap menggunakan platform digital untuk berinfak, maka semakin tinggi pula niat untuk menggunakan platform digital untuk berinfak. Logikanya, ternyata semakin baik perasaan pengguna platform digital dalam menggunakan, semakin besar niat untuk menggunakan sistem tersebut.

4. Pengaruh Subjective Norm (X4) terhadap Intention

Berdasarkan tabel 4.19 Bahwa H_4 yang diajukan diterima, karena subjective norm memiliki T-statistik sebesar 4.281 lebih besar dari 1,96 dan p-values 0,001 < dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwasannya Subjective Norm berpengaruh terhadap Intention.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Yang, Lee, & Zo, 2017) memiliki hasil dimana subjective norm signifikan mempengaruhi niat. Secara umum, saat seorang menggunakan teknologi untuk pertama kalinya ataupun akan melakukan transaksi digital untuk pertama kalinya tidak memiliki cukup informasi untuk membuat keputusan dalam penggunaannya. Sehingga hal tersebut dapat dipengaruhi oleh pendapat atau saran orang lain.

Sehubungan dengan berinfak dengan digital platform, jika seseorang untuk pertama kalinya mencoba untuk berinfak secara online akan mencari referensi ataupun pendapat orang lain terlebih dahulu sehingga dapatlah muncul intensi untuk berinfak menggunakan digital platform.

5. Pengaruh behavior control (X5) terhadap Intention

Berdasarkan tabel 4.19 Bahwa H_5 ditolak karena perceived behavior control memiliki T-statistik sebesar 1,709 kurang dari 1,96 dan p-values 0,088 > dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwasannya perceived behavior control tidak berpengaruh terhadap intention.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan penelitian (Diani, 2017) yang menunjukkan bahwa variabel Perceived Behavioral Control berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel niat menggunakan Aplikasi City113. Variabel yang relevan pada persepsi kontrol perilaku adalah kepemimpinan keyakinan individu, menunjukkan bahwa ada faktor yang menjadi penghambat atau pendukung dalam penggunaan aplikasi perkotaan113.

Dalam penelitian ini perceived behavior control yang dimiliki oleh responden terhadap berinfak menggunakan digital belum mendukung intensi mereka, persepsi atau pandangan individu tentang kepercayaan, yang dapat mempengaruhi niat untuk menggunakan atau tidak digital platform untuk berinfak. Dengan kata lain responden belum percaya bahwa mereka memiliki pengetahuan dan sumber daya untuk berinfak menggunakan digital platform.

6. Pengaruh perceived usefulness (X6) terhadap intention

Berdasarkan tabel 4.19 bahwa H_6 ditolak karena Perceived usefulness memiliki T-statistik sebesar 1,859 lebih kecil dari 1,96 dan p-values 0,064 > dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwasannya Perceived usefulness tidak berpengaruh terhadap Intention.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Ardhiani, 2015) Persepsi kegunaan menggunakan digital platform untuk berinfak tidak menjadi faktor yang mempengaruhi niat seseorang menggunakannya. Padahal hampir seluruh penelitian menunjukkan bahwa perceived usefulness memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan dan merupakan variabel yang paling banyak signifikan serta penting dalam mempengaruhi variabel sikap, dan niat.

Dimana dalam penelitian ini malah sebaliknya, dimana variabel persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat seseorang menggunakan digital platform untuk berinfak. Dapat juga dikarenakan berinfak tidak harus melalui digital platform, bisa secara langsung ketika melihat apa yang ada dihadapan seorang yang menjadikan seorang tersebut membuat keputusan berinfak, sebab banyak hal yang tidak disengaja ditemui oleh seseorang, seperti halnya kotak infak, pengemis, dan lain sebagainya.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Yaitu perceived ease of use, perceived usefulness, attitude, subjective norm, dan perceived behavior control terhadap intention to use digital platform untuk berinfak dimana attitude sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat muslim surabaya yang belum pernah menggunakan digital platform untuk berinfak. Metode yang digunakan untuk menganalisis data antar variabel adalah Equation Model – Partial Least Square

(SEM-PLS) dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0. Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan:

1. Attitude dan subjective norm berpengaruh signifikan terhadap Intention to use digital platform untuk berinfak online.
2. Perceived behavior control dan perceived usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap Intention to use digital platform untuk berinfak online.
3. Diketahui pengaruh tidak langsung perceived ease of use terhadap intention to use, melalui attitude adalah 0,062 (kolom Original Sample). Diketahui nilai T-statistik $1,389 < 1,96$ P-Values = $0,116 > 0,05$, maka disimpulkan attitude tidak signifikan memediasi hubungan antara perceived ease of use.

Daftar Pustaka

- Davis. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology.
- Departemen Agama RI. (2002). Al-Quran.
- Diani, M. (2017). Pengukuran Minat Pengguna terhadap Penggunaan Aplikasi City113 Berdasarkan Decomposed Theory of Planned Behavior pada Kota Surabaya. Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Sepuluh November.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ghazali, I. (2004). Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, A. A., Rozak, F. Z., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. (2016). The Effects of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Continuance Intention To Use E-Government. *Procedia Economics and Finance*, 645.
- Hasil survei Pengguna Internet Indonesia APJII 2022. (2022, 09). Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII): <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Hasil-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>
- Karuniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15-22.

- KNKS. (2019). Tumbuh Bersama, Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pemerataan Zakat. *Insight Buletin Ekonomi Syariah*.
- Kumari, A., & Devi, N. (2021). Blockchain technology acceptance by investment professionals: a decomposed TPB model. *Journal of Financial Reporting and Accounting*.
- Niswah, F. M., Mutmainah, L., & Legowati, D. A. (2019). Muslim Millennial's Intention of Donating for Charity Using Fintech Platform. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 623-644.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, H. (2011). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wang, K., Hemmen, S. F., & Criado, J. R. (2022). The behavioural intention to use MOOCs by undergraduate students: incorporating TAM with TPB. *International Journal of Educational Management*.
- Yang, H., Lee, H., & Zo, H. (2017). User acceptance of smart home services: an extension of the theory of planned behavior. *Industrial Management & Data Systems*.