



Keputusan Infak Online Mahasiswa Ditinjau dari Persepsi Kemudahan dan Manfaat

Hamni Fadlilah Nasution¹, Zulaika Matondang²

^{1,2} UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidiimpuan

hamni@uinsyahada.ac.id¹, zulaikamatondang@uinsyahada.ac.id²

Abstrak

Indonesia terkenal dengan masyarakat yang dermawan. Bahkan 9 dari 10 orang Indonesia menyisihkan pendapatannya untuk berinfak. Mahasiswa sebagai bagian masyarakat modern sudah terbiasa dengan aplikasi secara online. Tetapi, mahasiswa lebih memilih untuk berinfak secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan pengetahuan terhadap keputusan membayar infak secara online secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel insidental dan jumlah responden sebanyak 97 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar melalui google form. Peneliti juga melakukan pengumpulan data dengan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, serta regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan membayar infak online. Kedua variabel secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi online. Temuan ini memberikan implikasi bagi lembaga keuangan dalam mengembangkan strategi untuk mendorong meningkatkan pengetahuan dan kemudahan transaksi secara online.

Kata Kunci: Infak, Kemudahan, Manfaat

Abstract

Indonesia is well-known for its generous society. In fact, nine out of ten Indonesians set aside their income for charitable giving (infak). As a segment of modern society, university students are accustomed to using online applications; however, many still prefer to give infak directly. This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of perceived ease of use and knowledge on the decision to pay infak online. This research employs a quantitative approach with an incidental sampling technique, involving 97 respondents. Data were collected through questionnaires distributed via Google Forms and supported by documentation. The data were then analyzed using validity, reliability, and normality tests, classical assumption tests, t-tests, F-tests, and multiple linear regression analysis using SPSS version 26. The results indicate that perceived ease of use and knowledge significantly influence the decision to pay infak online. Furthermore, both variables simultaneously affect the decision to donate online. These findings provide implications for financial institutions in developing strategies to enhance public knowledge and the convenience of online transactions.

Keywords: Infak, Knowledge, Perceived Ease of Use

PENDAHULUAN

Ibadah dalam Islam mencakup dimensi ritual (*hablum minallah*) dan juga dimensi sosial (*hablum minannas*) melalui instrumen filantropi seperti zakat, infak, dan sedekah. Di Indonesia, kesadaran berdonasi terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi finansial (*FinTech*). Munculnya berbagai platform pembayaran digital dan *QR Code Indonesian Standard* (QRIS) telah mengubah lanskap transaksi sosial yang dulunya berbasis kas menjadi serba digital.

Fenomena kedermawanan di Indonesia menunjukkan tren yang sangat positif. Menurut laporan World Giving Index 2024 yang dirilis oleh *Charities Aid Foundation* (CAF, 2024) Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara paling dermawan di dunia selama tujuh tahun berturut-turut, dimana 90% masyarakatnya tercatat rutin menyumbangkan uang selama 7 tahun berturut-turut. Sehingga 9 dari sepuluh orang Indonesia selalu menyisihkan pendapatannya untuk disumbangkan. Sesuai dengan hal tersebut, Badan Amil Zakat Nasional (Baznas, 2024) mencatat pertumbuhan penghimpunan dana ZIS yang konsisten setiap tahunnya. Peningkatan ini tidak lepas dari peran teknologi digital yang memberikan persepsi kemudahan bagi para donatur, khususnya kelompok mahasiswa yang merupakan *digital natives*. Namun, dibalik kemudahan tersebut, faktor pengetahuan mengenai urgensi dan tata cara infak tetap menjadi pilar utama yang menentukan apakah seorang mahasiswa akan mengambil keputusan untuk membayar atau tidak mahasiswa merupakan kelompok masyarakat yang paling adaptif terhadap teknologi. Sebagai generasi Z, mahasiswa memiliki karakteristik melek digital (*digital native*) dan cenderung menginginkan segala sesuatu yang praktis. Potensi infak dari kalangan mahasiswa sangat besar, bukan dari nominal per individu, melainkan dari kolektivitas dan frekuensi mereka dalam berinteraksi dengan platform digital.

Berdasarkan hasil prariset yang dilakukan peneliti pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan sebanyak 60 orang menunjukkan 100% mahasiswa pernah menyumbangkan uang yang dimilikinya. Namun, hanya 90% berinfak secara langsung tidak pernah melakukan secara *online*. Meskipun infrastruktur digital sudah tersedia, keputusan mahasiswa untuk berinfak sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. Jika sistem pembayaran infak dianggap rumit, memerlukan banyak langkah, atau sering mengalami kendala teknis, maka niat mahasiswa untuk berdonasi akan menurun. Kemudahan akses melalui ponsel pintar menjadi faktor krusial dalam mendorong spontanitas seseorang untuk melakukan infak.

Selain kemudahan teknis, pengetahuan mengenai urgensi infak dan literasi keuangan syariah juga menjadi faktor penentu. Masih terdapat kesenjangan pengetahuan dimana sebagian mahasiswa mungkin memahami cara menggunakan aplikasi, namun belum

sepenuhnya memahami keutamaan infak atau transparansi penyaluran dana oleh lembaga pengelola. Pengetahuan yang baik akan menciptakan kepercayaan (*trust*) yang kemudian berujung pada keputusan untuk membayar.

Meskipun banyak penelitian membahas tentang niat berdonasi secara umum, masih sedikit yang secara spesifik menggabungkan variabel teknis (persepsi kemudahan) dengan variabel kognitif (pengetahuan) dalam lingkup mahasiswa. Mengingat mahasiswa adalah calon pembayar zakat dan infak dimasa depan, memahami pola perilaku mereka saat ini sangat penting bagi lembaga amil zakat untuk menentukan strategi edukasi dan penyediaan fasilitas pembayaran. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk menjawab apakah persepsi kemudahan dan tingkat pengetahuan secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam membayar infak.

KAJIAN TEORITIS

Keputusan Berinfak

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan zakat pada Bab I Pasal 1, infak adalah harta yang dikeluarkan seseorang atau badan usaha diluar zakat untuk kemaslahatan umum. BAZNAS (Baznas, 2024) mendefenisikan bahwa infak merupakan amalan yang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari seorang muslim yang dilakukan dengan harta yang bersifat material. Keputusan merupakan hasil akhir dari proses pengambilan keputusan, setelah melakukan analisis, evaluasi dan memilih alternatif yang tersedia sampai menjadi suatu tindakan yang tepat untuk dilakukan. Keputusan berinfak adalah tahap akhir dari minat seseorang yang kemudian diwujudkan dalam tindakan nyata menyisihkan harta bukan untuk konsumsi pribadi melainkan untuk kepentingan sosial guna mencapai maslahah dan falah. Keputusan ini unik karena dalam ekonomi konvensional, manusia cenderung memaksimalkan kepuasan pribadi (*utility*), namun dalam berinfak, seseorang justru memberikan hartanya untuk orang lain guna mencapai kepuasan spiritual (*falah*). Keputusan berinfak (Hafidhuddin, 2002) adalah proses pemilihan perilaku dari berbagai alternatif untuk mengeluarkan sebagian harta demi kepentingan umum yang didasari oleh ketaatan kepada Allah SWT. Berbeda dengan zakat yang bersifat wajib dan memiliki nishab, infak bersifat sukarela. Keputusan berinfak (Muhammad, 2005b) dalam psikologi ekonomi syariah dipengaruhi oleh faktor internal (keyakinan, pengetahuan) dan faktor eksternal (kemudahan akses, transparansi lembaga). Keputusan berinfak dapat diukur melalui dimensi utama yang diperoleh dari konsep perilaku konsumen dan prinsip filantropi Islam:

1. Spiritualitas (Hafidhuddin, 2002): infak dipandang sebagai asset akhirat, sehingga berinfak menjadi tolak ukur ketaatan beragam, keyakinan balasan dan kesadaran sosial.
2. Tingkat pendapatan (Huda et al., 2008): kestabilitasan keuangan dan ketersedian data menjadi sumber seseorang cenderung untuk berinfak.

3. Kepercayaan terhadap lembaga (Muhammad, 2005): menjadi faktor utama donatur untuk memberikan dana mencakup transparansi, reputasi pengelola dan ketepatan sasaran dalam penyaluran dana.
4. Motivasi (Sargeant, 1999) adalah dorongan untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain tanpa memperoleh imbalan sehingga mengurangi kesenjangan ekonomi antar sesama

Persepsi Kemudahan

Kemudahan menunjukkan sistem memiliki tujuan yang jelas, pengoperasian yang tidak rumit dan minim hambatan teknis. Persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat pendapat seseorang untuk percaya ketika menggunakan sistem yang ditawarkan. Sebagaimana pernyataan (Hartono, 2007). Davis (Davis, F.D, 1989) juga mendefenisikan bahwa "*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort.*" Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari upaya fisik dan mental yang berat.

Hubungannya dengan teori Davis tentang *Tecnology Acceptance Model*, bahwa (Venkatesh & D. Davis, 2000) persepsi kemudahan memiliki 2 peran penting. Peran itu antara lain pengaruh terhadap kegunaan dan pengaruh terhadap niat penggunaan. Pengaruh terhadap kegunaan menunjukkan bahwa seseorang merasa sistem bermanfaat jika sistem semakin mudah digunakan karena tidak memerlukan tenaga yang berlebih untuk mengoperasikannya. Pengaruh terhadap niat penggunaan menunjukkan sistem yang digunakan oleh seseorang karena didorong niat menggunakan sistem secara terus menerus dikarenakan adanya sikap positif sebagai akibat dari kemudahan yang diperoleh secara langsung.

Menurut (Davis, F.D, 1989) Ada 5 dimensi yang digunakan untuk mengukur apakah sistem yang digunakan mudah atau tidak oleh penggunanya antara lain :

1. Mudah untuk dipelajari (*Easy to learn*) : tidak memerlukan pelatihan khusus untuk menggunakannya
2. Dapat diandalkan (*Controllable*) : sistem merespons intruksi pengguna dengan tepat
3. Interaksi yang jelas dan dipahami (*Clear and Understandable*) : bahasa dan simbol dalam sistem tidak membingungkan
4. Fleksibel (*Flexible*) : sistem menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna yang beragam
5. Mudah untuk menjadi ahli (*Easy to become expert*) : pengguna cepat paham dalam mengoperasikan tanpa bantuan

Pengetahuan

Pengetahuan secara umum merupakan hasil pemahaman seseorang terhadap suatu objek. Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki oleh seseorang mengenai sesuatu. Dalam

penelitian ini yang dimaksud dengan pengetahuan adalah informasi yang dimiliki seseorang tentang ketentuan berinfak hingga cara penyalurannya. Menurut (Anis, 2019) Semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang tentang pentingnya berinfak maka semakin tinggi juga keinginan mereka untuk memutuskan berinfak secara rutin yang didorong oleh kesadaran akan tanggung jawab agama dan sosial. Pengetahuan menjadi poin yang sangat penting untuk membentuk tindakan seseorang. Dalam teori perilaku (Ajzen, 1991), sikap yang terbentuk berasal dari pengetahuan yang dimiliki lalu berkembang mendorong niat hingga menjadi keputusan. Dalam berinfak, (Anis, 2019) jika seseorang memiliki pengetahuan yang tinggi tentang ancaman dalam menimbun harta dan janji pelipatgandaan rezeki maka akan memiliki keputusan yang konsisten dalam berinfak dibandingkan dengan yang pengetahuannya terbaatas. Menurut (Huda et al., 2008) Pengetahuan tentang berinfak dapat diukur menjadi 3 dimensi yaitu Pengetahuan syariah (fikih); Pengetahuan operasional; Pengetahuan manfaat (Hikmah).

Pengetahuan syariah yaitu pemahaman yang dilandasi dengan hukum dalam Al-Quran dan hadis. Pengetahuan operasional merupakan pemahaman tentang saluran-saluran pembayaran infak melalui teknologi digital seperti QRIS atau *mobile banking*. Pengetahuan manfaat merupakan bentuk kesadaran akan efek positif jika berinfak bagi penerima maupun diri sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Univeristas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah Populasi adalah wilayah generalis yang terdiri obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Dameria Sinaga, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan yang pernah berinfak secara online. Sampel adalah bagian kecil anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel dalam penelitian ini adalah Sebagian mahasiswa program studi ekonomi syariah di UIN SYAHADA Padangsidimpuan. Dalam penelitian ini besarnya sampel ditetapkan menggunakan rumus Isaac Michel. Sampel yang digunakan minimal 70 orang. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 97 responden. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* (Tangking Widarsa, 2022) artinya peneliti melakukan pemilihan sampel dianggap tepat menurut peneliti dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah pernah berinfak secara online.

Penelitian ini menggunakan 3 variabel. 1 variabel dependen yaitu keputusan berinfak dan 2 variabel independent yaitu kemudahan penggunaan (X1) dan Pengetahuan (X2). Butir pernyataan sebanyak 24 pernyataan. Data penelitian diperoleh dengan menggunakan metode survey dalam bentuk penyebaran angket melalui *google form*, selain itu juga menggunakan metode dokumentasi. Angket yang digunakan sebagai bentuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi (r^2) dan uji hipotesis. Analisis data dibantu dengan alat analisis SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah data diperoleh dari google form diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	R hitung	Kesimpulan
Keputusan Berinfak (Y)	0,564 > 0,263	Valid
	0,290 > 0,263	Valid
	0,514 > 0,263	Valid
	0,478 > 0,263	Valid
	0,586 > 0,263	Valid
	0,786 > 0,263	Valid
	0,562 > 0,263	Valid
	0,342 > 0,263	Valid
Persepsi Kemudahan (X1)	0,344 > 0,263	Valid
	0,528 > 0,263	Valid
	0,414 > 0,263	Valid
	0,368 > 0,263	Valid
	0,556 > 0,263	Valid
	0,436 > 0,263	Valid
	0,322 > 0,263	Valid
	0,355 > 0,263	Valid
	0,298 > 0,263	Valid
	0,450 > 0,263	Valid
Pengetahuan (X2)	0,343 > 0,263	Valid
	0,543 > 0,263	Valid
	0,333 > 0,263	Valid
	0,563 > 0,263	Valid
	0,376 > 0,263	Valid
	0,323 > 0,263	Valid

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil uji vadlitas pada tabel 1 diperoleh masinng-masing pernyataan pada variablel keputusan berinfak, persepsi kemudahan dan pengetahuan mempunyai nilai R

hitung lebih besar dari R tabel, sehingga semua item pernyataan valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Keputusan Berinfak (Y)	0,667	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X1)	0,765	Reliabel
Pengetahuan (X2)	0,876	Reliabel

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 2, nilai *Cronbach's alpha variable* keputusan berinfak, persepsi kemudahan dan pengetahuan lebih besar dari 0,600, maka semua variable dinyatakan reliabel.

Hasil uji normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas	Asymp. Sig (2-tailed)	Sig	Kesimpulan
Kolmogorov-Smirnov Test	0,200	0,10	Normal

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 3 nilai *asymp. Sig (2-tailed)* 0,200 lebih besar dari 0,10 sehingga sebaran data memenuhi asumsi normalitas. Maka data memenuhi syarat uji parametrik.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Sig	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan (X1)	1,112	< 10	Bebas Multikolinearitas
Pengetahuan (X2)	1,212	< 10	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai *Variance Inflation Factors (VIF)* dari masing-masing variabel lebih kecil dari 10, disimpulkan bahwa antar variabel independen terbebas gejala multikolinearitas.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Nilai	Sig	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,112	> 0,10	Bebas heterokedastisitas
Pengetahuan (X2)	0,512	> 0,10	Bebas heterokedastisitas

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 5, nilai signifikan dari masing-masing variabel independennya lebih besar dari 0,10 disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan dan pengetahuan terbebas dari gejala heterokedastisitas.

Hasil Uji Parsial (t)

Tabel 6 Hasil Uji Parsial (t)

Variabel	Nilai	Sig	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,001	< 0,10	Berpengaruh
Pengetahuan (X2)	0,014	< 0,10	Berpengaruh

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 6 untuk uji t diperoleh nilai sig untuk variabel persepsi kemudahan lebih kecil dari 0,10 maka persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa berinfak. Nilai sig dari variabel pengetahuan lebih lecil dari 0,10 maka pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam berinfak.

Hasil Uji Simultan (F)

Tabel 7 Hasil Uji Simultan (F)

Uji	Nilai	Sig	Kesimpulan
Uji Simultan	0,005	< 0,10	Berpengaruh

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 7 diperoleh nilai sig lebih kecil dari 0,10 maka persepsi kemudahan dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berinfak.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji	Nilai Adjusted R Square	Kesimpulan
Koefisien determinasi	0,765	76,5 persen berkontribusi

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 8, nilai adjusted R square sebesar 0,765 berarti kontribusi variabel persepsi kemudahan dan pengetahuan terhadap keputusan berinfak sebesar 76,5% sedangkan sisanya sebesar 23,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Tabel 9 Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	Koefisien
Konstanta	1,760
Persepsi Kemudahan (X1)	0,592
Pengetahuan (X2)	0,491

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 9 diperoleh persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$KB = 1,760 + 0,592 PK + 0,491 P$$

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Berinfak

Persepsi kemudahan merupakan salah satu variabel kunci dalam *Technology Acceptance* (TAM). Persepsi kemudahan adalah donator merasa yakin bahwa sistem layanan berinfak secara online membebaskan donator dari upaya yang menyulitkan dalam bertransaksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan berinfak mahasiswa secara online. Mahasiswa berasumsi dengan adanya *fintech* seperti QRIS, aplikasi donasi dan *mobile banking* akan memberikan kemudahan untuk melakukan pembayaran infak. Pembayaran infak dilakukan tidak memerlukan usaha yang besar sehingga kemungkinan untuk transaksi infak akan meningkat secara signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan *theory of planned behavior*. Jika seseorang merasa memiliki kontrol dan kemudahan dalam menjangkau infak maka niat tersebut akan lebih cepat berubah menjadi perilaku nyata dalam bentuk transaksi infak. Mahasiswa sebagai donator modern denderung menyukai efisiensi. Prosedur yang berbelit-belit sering menjadi penghambat bagi mahasiswa. Sebaliknya, (Huda et al., 2017) penyederhanaan birokrasi dan kemudahan dalam mendapatkan bukti setor infak secara otomatis memberikan pengalaman positif yang mendorong loyalitas donatur untuk berinfak secara rutin. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian terdahulu (Fitriani & Nuryadin, 2024) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minta muzakki membayar zakat melalui kitabisa.com. Hasil penelitian ini menunjukkan penting bagi Lembaga untuk meningkatkan kemudahan dalam penggunaan sistem sehingga meningkatkan kepercayaan mahasiswa yang berdampak terhadap keputusan mahasiswa dalam berinfak.

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Berinfak

Pengetahuan adalah faktor kognitif yang mendasar dalam menentukan perilaku mahasiswa. Pengetahuan akan keutamaan berinfak dan hukum-hukum silam menjadi pendorong memunculkan niat berinfak. Pengetahuan tentang mekanisme lembaga resmi pengelola infak juga meningkatkan keyakinan mahasiswa dalam menyalurkan infak. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan cenderung lebih selektif dan kritis dalam memilih lembaga atau program, misalnya akan lebih memilih berinfak secara online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa berinfak. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan (Hafidh & Muthohar, 2025) bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat berwakaf melalui *Crowdfunding*. Penelitian lain (Mia & Nasrulloh, 2024) juga menyatakan pengetahuan berpengaruh terhadap pembayaran digital ZIS. Dengan demikian disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan berinfak. Bagi Lembaga dapat melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan pengetahuan dari mahasiswa.

Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Pengetahuan Secara Simultan Terhadap Keputusan Berinfak

Keputusan mahasiswa untuk berinfak secara online dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pengetahuan memberikan dasar alasan (*the why*) mengapa seseorang harus berinfak, sementara persepsi kemudahan memberikan jalan (*the how*) untuk melakukannya. Secara simultan, ketika seseorang mengetahui besarnya pahala dan manfaat sosial dari infak (pengetahuan), dan ia mendapatkan bahwa menyalurkan infak tersebut sangat praktis melalui aplikasi digital (kemudahan), maka hambatan psikologis untuk menunda berinfak akan hilang (Huda et al., 2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berinfak. Persepsi kemudahan dan pengetahuan menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan. Jika mahasiswa yakin akan sistem online mudah dipahami dan digunakan maka akan cenderung menggunakannya. Pengetahuan yang baik tentang teknologi yang digunakan akan mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan untuk menggunakannya. Persepsi kemudahan dan pengetahuan adalah faktor penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen atau pengguna. Keduanya memperkuat niat dan keputusan untuk mengadopsi atau membeli sesuatu, meskipun interaksinya kompleks dan dipengaruhi oleh variabel lain.

KESIMPULAN

Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan berinfak mahasiswa secara online. Mahasiswa yang beranggapan bahwa sistem bermanfaat jika sistem semakin mudah digunakan karena tidak memerlukan tenaga yang berlebih untuk mengoperasikannya. Anggapan akan kemudahan yang diberikan sistem akan menjadi faktor penentu mahasiswa dalam memutuskan berinfak. Demikian pula dengan pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan berinfak mahasiswa secara online. Pengetahuan akan syariah dari infak, operasional sistem dan manfaat dari melakukan infak akan meningkatkan keputusan mahasiswa berinfak. Persepsi kemudahan dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berinfak mahasiswa secara online. Oleh karena itu lembaga yang memiliki kewenangan untuk mengelola penerimaan ZIS diharapkan untuk meningkatkan kemudahan penggunaan sistem dan meningkatkan pengetahuan mahasiswa melalui pendekatan layanan digital untuk mendorong mahasiswa sebagai masyarakat modern dalam berinfak secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no 2, 179.
- Anis, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Masyarakat Berinfak. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4 no 2, 45.
- Baznas. (2024). *Laporan Tahunan BAZNAS 2023*. Badan Amil Zakat Nasional. <https://baznas.go.id/>
- CAF. (2024). *World Giving Index 2024: A Global View of Giving Trends*. Charities Aid Foundation. <https://www.cafonline.org/>
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 325.
- Fitriani, R., & Nuryadin, M. B. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Resiko dan Kepercayaan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 8 Nomor 3.
- Hafidh, F. M., & Muthohar, A. M. (2025). Pengaruh SocialInfluencedan Pengetahuan terhadap Minat Berwakaf melalui CrowdfundingWakaf dengan E-Trustsebagai Kunci Moderasi. *Al-Iqtishod : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 13(1), 18–41.
- Hafidhuddin, D. (2002). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Gema Insani Press.
- Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Huda, N., Hudori, K., & Fahlevi, R. (2017). *Pemasaran Lembaga Pengelola Zakat*. Kencana Prenada Media Grup.
- Huda, N., Idris, H. R., Nasution, M. E., & Wiliasih, R. (2008). *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoretis*. Kencana Prenada Media Grup.
- Mia, A., & Nasrulloh, N. (2024). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Pembayaran Digital ZIS Dengan Kemudahan Akses Teknologi Sebagai Variabel Moderating. *I-Finance*, 10 No 02.
- Muhammad. (2005a). *Manajemen Bank Syariah*. UPP AMP YKPN.
- Muhammad. (2005b). *Sistem dan Mekanisme Perbankan Syariah*. UPP AMP YKPN.
- Sargeant, A. (1999). Charitable Giving: Towards a Model of Donor Behaviour. *Journal of Marketing Management*, 15 no 4, 220.
- Tangking Widarsa, K. (2022). *Metode Sampling Penelitian*. Baswara Press.
- Venkatesh, V., & D. Davis, F. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, no 2, 187.