

Determinasi Niat Berdonasi Uang di Masjid: Studi Empiris pada Jamaah Masjid Agung Kauman Semarang

Naufal Aprianto¹

¹Universitas Diponegoro

naufalaprianto46@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap niat berdonasi uang dalam konteks masjid. Penelitian dilakukan di Masjid Agung Kauman Kota Semarang dengan melibatkan 120 responden Muslim yang sebelumnya pernah berdonasi di masjid tersebut. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner sebagai sumber data primer, dan dianalisis dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat faktor Religiusitas, Kepercayaan, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat individu untuk berdonasi uang di masjid. Temuan ini menegaskan pentingnya dimensi spiritual, sosial, dan kendali perilaku dalam membentuk perilaku amal dalam konteks keagamaan. Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis terhadap literatur perilaku donasi, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pengelola masjid. Memahami determinan perilaku ini dapat membantu dalam merancang program-program strategis dan terarah guna meningkatkan partisipasi serta membangun loyalitas donatur. Pengelola masjid diharapkan dapat menggunakan wawasan ini untuk mengembangkan inisiatif pemberdayaan jamaah yang lebih efektif, demi menjamin dukungan finansial dan programatik yang berkelanjutan bagi masjid.

Kata Kunci: Intensi Donasi, Masjid, *Partial Least Squares*.

ABSTRACT

This study aims to explore the influence of Religiosity, Trust, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control on the intention to donate money in the context of a mosque. The research was conducted at Masjid Agung Kauman in Semarang City, involving 120 Muslim respondents who had previously donated at the mosque. Data were collected using a questionnaire as the primary source and analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Squares (PLS-SEM) with SmartPLS 3.0 software. The results indicate that all four factors Religiosity, Trust, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control have a positive and significant influence on individuals' intentions to donate money at the mosque. These findings underscore the importance of spiritual, social, and behavioral control dimensions in shaping charitable behavior in religious contexts. This research not only contributes theoretically to the literature on donation behavior but also provides practical implications for mosque administrators. Understanding these behavioral determinants can help in designing strategic and targeted programs to enhance donor participation and build loyalty. Mosque managers are expected to use these insights to develop more effective congregation empowerment initiatives, ensuring sustainable financial and programmatic support for the mosque.

Keywords: Donation Intention, Mosque, *Partial Least Square*

Article History: Submitted: 19 June 2025 | Accepted: 31 October 2025 | Available Online: 31 October 2025

PENDAHULUAN

Tindakan berdonasi sering dikaitkan dengan konsep altruisme (Teah et al., 2014), yaitu Tindakan memberi kepada orang lain sebagai wujud kepedulian terhadap kesejahteraan mereka (Otto & Bolle, 2011). Altruisme berakar dari empati dan kepedulian tulus terhadap sesama (Raven & Rubin, 1983; Feldman, 1985), di mana perhatian terhadap kesejahteraan orang lain menjadi pendorong utama dalam membantu (Baron & Byrne, 2005). Namun, beberapa penelitian modern menunjukkan bahwa tindakan altruistik tidak selalu murni, melainkan kadang disertai motif egoistik seperti pencarian pengakuan sosial atau keinginan untuk merasa dibutuhkan (Batson, 2011; Oakley et al., 2012; Jaeger & van Vugt, 2022). Dalam konteks filantropi keagamaan, amal dan agama diyakini berjalan seiring (Ranganathan & Henley, 2008). Ajaran dalam agama-agama besar seperti Islam, Nasrani, Hindu, dan Buddha menekankan pentingnya berbagi dalam kitab sucinya, sehingga sistem keyakinan keagamaan memainkan peran sentral dalam mendorong individu untuk berdonasi (Kashif et al., 2015). Islam menempatkan filantropi sebagai instrumen ekonomi untuk menciptakan keadilan sosial serta kesejahteraan umat (Chapra, 2000; Kahf, 2004). Dengan demikian, perilaku berdonasi memiliki dimensi spiritual, sosial, dan moral yang saling melengkapi dalam mewujudkan keseimbangan antara ibadah dan kemanusiaan.

Laporan *Charities Aid Foundation* (2017) memproyeksikan bahwa total donasi global dapat mencapai \$319 miliar per tahun pada 2030. Namun, pada 2022, total donasi yang terhimpun baru mencapai \$271 miliar (CAF, 2023). Pada tahun 2023, sebanyak 4,3 miliar orang dewasa atau 73% populasi dunia telah memberikan donasi dalam berbagai bentuk (CAF, 2024). Angka ini menegaskan pentingnya peran lembaga donasi sebagai perantara strategis antara niat para donatur dan kebutuhan masyarakat. Tanpa peran aktif lembaga ini, potensi donasi rentan terfragmentasi dan kehilangan dampaknya (Kasri & Ramli, 2019; Teah et al., 2014; Okunade, 1996). Indonesia negara yang berpenduduk lebih dari 283 juta jiwa dan mayoritas (87,2%) beragama Islam (*World Population Review*, 2024), tingkat kedermawanan tergolong tinggi. Indonesia telah tujuh kali berturut-turut menempati peringkat pertama sebagai negara paling dermawan dunia menurut *Charities Aid Foundation* (2024). Masyarakat Indonesia secara aktif berdonasi, khususnya dalam bentuk uang, meskipun cenderung kurang membantu orang asing yang tidak dikenal.

Tabel 1.
Peringkat Indeks Kedermawanan Dunia

Rank	Country	World Giving Indeks	Helped A Stranger (% of Adults)	Donated Money (% of Adult)	Volunteered (% of Adults)
1	Indonesia	74	66%	90%	65%
2	Kenya	63	82%	56%	52%
3	Singapore	61	75%	68%	40%
4	The Gambia	61	78%	61%	45%
5	Nigeria	60	81%	45%	53%
6	United States of America	59	76%	61%	39%
7	Ukraine	57	77%	67%	27%
8	Australia	54	69%	59%	34%
9	United Arab Emirates	54	65%	59%	37%
10	Malta	54	56%	74%	31%

Sumber: (Charities Aid Foundation, 2024)

Semarang merupakan salah satu kota yang menonjol dalam hal kedermawanan dan penerapan nilai-nilai Islam. Berdasarkan data Aksi Cepat Tanggap (2020), Semarang menempati peringkat keempat kota paling dermawan dengan total donasi Rp24 miliar dari 2.666 donatur. Dalam Indeks Kota Islami, Semarang berada di posisi kedelapan dengan skor 75,58 (Maarif Institute, 2016). Fenomena ini menunjukkan adanya korelasi antara tingkat religiusitas dan perilaku filantropi masyarakat.

Tabel 2.
Survei Peringkat Kota Paling Dermawan

Kota	Jumlah Donatur	Nominal Donasi
Jakarta Selatan	5.523	Rp 290 miliar
Jakarta Timur	3.725	Rp 26 miliar
Tangerang Selatan	3000	Rp 21 miliar
Kota Semarang	2.666	Rp 24 miliar
Medan	2.300	Rp 23,7 miliar

Sumber: Aksi Cepat Tanggap (2020)

Salah satu bentuk donasi yang paling populer adalah donasi uang, yang dapat disalurkan melalui lembaga formal maupun nonformal, termasuk masjid (Kasri & Ramli, 2019). Dalam Islam, masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga

sebagai pusat kegiatan sosial, pendidikan, dan pelayanan kemanusiaan (Tamuri, 2021), sehingga partisipasi masyarakat dalam bentuk donasi menjadi penting untuk mendukung fungsi-fungsi tersebut. Salah satu contohnya adalah Masjid Agung Kauman Semarang sebagai pusat aktivitas keagamaan di Kota Semarang berdasarkan Kementerian Keagamaan (2020), menurut keterangan Bapak Muhaimin selaku takmir (wawancara pribadi, 15 November 2024), mencatatkan penerimaan rata-rata sebesar Rp32,5 juta per minggu dari infaq dan sedekah jamaah, sementara pengeluaran operasional bulanan mencapai Rp150 juta. Defisit keuangan ini ditutupi melalui pendapatan dari usaha ekonomi produktif masjid seperti penyewaan tempat, pasar induk, hingga agrobisnis yang menghasilkan sekitar Rp200 juta per bulan. Meskipun demikian, masjid masih menghadapi kekurangan dana yang cukup besar, yaitu sekitar Rp60 miliar, untuk menyelesaikan proyek pembangunan fisik berupa gedung delapan lantai sebagai fasilitas penunjang kegiatan keagamaan.

Tabel 3.
Kegiatan Pembangunan Fisik Masjid Periode III (2019-sekarang)

Uraian Pekerjaan	Biaya (Rp)
Pembangunan Pondasi, Ground Tank, Dak Lantai I dan II Gedung 8 Lantai Perluasan Areal Masjid Agung Semarang (Tahun 2020)	9.820.000.000
Renovasi Ruang Posko IT (Tahun 2022)	30.500.000
Pembangunan Toilet Gedung Parkir	62.400.000
Perbaikan Profil, Plafond Ruang, Pengecatan Ruang Utama dan Gapuro (Tahun 2022)	183.200.000
Total Biaya	10.096.100.000

Sumber: Yayasan Badan Pengelola Masjid Agung Semarang (2024)

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa niat berdonasi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, sebagaimana dijelaskan dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen & Fishbein, 1970; Ajzen, 1991). Sikap menggambarkan evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu tindakan; norma subjektif mencerminkan tekanan sosial dari orang-orang penting di sekitarnya; sedangkan persepsi kontrol perilaku menunjukkan sejauh mana individu merasa mampu untuk melakukan tindakan tersebut. Sebagian menunjukkan hubungan signifikan antara sikap dan niat berdonasi (Liu & Han, 2023; Shukor et al., 2017; Kasri, 2020), sementara

yang lain tidak (Kashif et al., 2015). Hal yang sama terjadi pada variabel norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku (Huang et al., 2021; Fehresti et al., 2021).

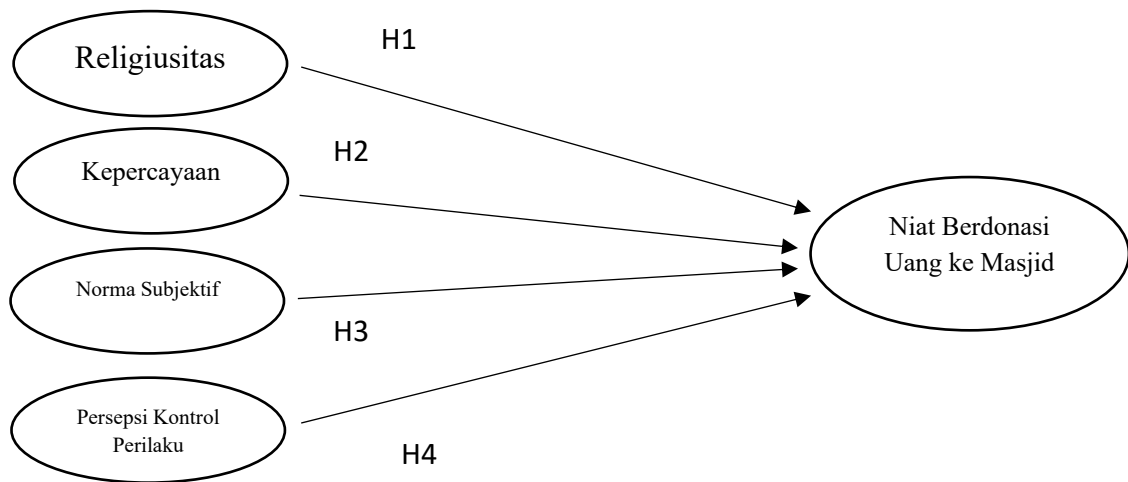
Selain tiga variabel TPB tersebut, penelitian mutakhir menunjukkan bahwa kepercayaan (trust) juga berpengaruh pada sikap terhadap organisasi amal dan niat berdonasi (Teah et al., 2014; Kasri & Ramli, 2019; Maulina et al., 2023). Namun, penelitian yang secara khusus menganalisis faktor-faktor tersebut dalam konteks masjid sebagai saluran donasi masih terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, kepercayaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat berdonasi uang ke masjid, dengan fokus pada jamaah Masjid Agung Kauman Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diperluas, serta menggunakan analisis *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji model teoritis yang dibangun. Temuan ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis, khususnya bagi pengelola masjid dalam mengembangkan strategi pemberdayaan jamaah untuk mendukung keberlanjutan masjid.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berlandaskan paradigma positivisme dengan mengadopsi dan memodifikasi kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat individu dalam berdonasi uang melalui masjid di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena dapat menjelaskan hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik, serta relevan dengan konteks donasi masjid yang dipengaruhi oleh religiusitas, kepercayaan, norma sosial, dan persepsi kontrol perilaku. Penelitian ini memanfaatkan data primer dan sekunder serta menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis berdasarkan model TPB yang telah disesuaikan dengan konteks keagamaan. Pendekatan serupa telah digunakan dalam berbagai penelitian sebelumnya, seperti oleh Kasri dan Ramli (2019), Amin (2022), Kasri dan Chaerunnisa (2020), serta Maulina et al. (2023).

Gambar 1.
Kerangka Penelitian



Sumber: (Kasri & Ramli, 2019; Amin, 2022; Kasri & Chaerunnisa, 2020; Maulina et al, 2023), diolah.

Dengan perspektif tersebut, kuesioner disusun dengan mengadopsi indikator TPB yang telah diperluas. Instrumen penelitian ini terdiri dari 24 indikator yang mencerminkan lima konstruk utama, yaitu: *Religiusitas*, *Kepercayaan*, *Norma Subjektif*, *Persepsi Kontrol Perilaku*, dan *Niat Berdonasi*. Seluruh item diukur menggunakan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju). Selain pertanyaan persepsional, kuesioner juga mencakup data profil responden.

Tabel 4.
Pengukuran

Nama Variabel	Indikator	Sumber
Religiusitas (KA)	1. Keyakinan terhadap Allah sebagai dasar hidup. 2. Pemahaman bahwa seluruh kegiatan harus diniatkan karena Allah. 3. Pentingnya agama dalam kehidupan sehari-hari. 4. Pelaksanaan kewajiban ibadah secara konsisten. 5. Pengaruh agama dalam membentuk hubungan sosial. 6. Keyakinan mengikuti teladan Nabi Muhammad untuk berbuat baik. 7. Kepercayaan bahwa berdonasi akan mendatangkan balasan kebaikan dari Allah. 8. Kesadaran bahwa berdonasi adalah bentuk pengabdian kepada Allah. 9. Komitmen kepada ajaran agama melalui donasi sukarela.	(Kasri & Chaerunnisa, 2020), (Maulina et al., 2023) (Shukor et al., 2017) (Majid, 2021)

Kepercayaan (KL)	1. Keyakinan terhadap kredibilitas pihak pengelola donasi di masjid. 2. Citra baik lembaga masjid dalam mengelola donasi. 3. Kepercayaan pada informasi yang diberikan oleh lembaga masjid. 4. Keyakinan bahwa pengelolaan donasi akan sesuai dengan kebutuhan.	(Kasri & Chaerunnisa, 2020), (Maulina et al., 2023) (Shukor et al., 2017)
Norma Subjektif (NS)	1. Pengaruh rekomendasi masyarakat dalam berdonasi. 2. Dampak rekomendasi dari tokoh agama terhadap keputusan berdonasi. 3. Pengaruh teman dekat dalam memotivasi donasi. 4. Peran media sosial sebagai sumber informasi dan motivasi.	(Kasri & Chaerunnisa, 2020), (Maulina et al., 2023) (Majid, 2021)
Persepsi Kontrol Perilaku (PBC)	1. Ketersediaan sumber daya keuangan untuk berdonasi. 2. Kemudahan dan kebiasaan berdonasi di masjid. 3. Pelaksanaan donasi secara sukarela tanpa paksaan.	(Kasri & Chaerunnisa, 2020), (Maulina et al., 2023) (Majid, 2021)
Niat Berdonasi Uang ke Masjid (Y)	1. Motivasi untuk berdonasi sebagai bentuk amal. 2. Keinginan untuk segera melakukan donasi. 3. Rencana untuk terus berdonasi di masa depan. 4. Komitmen untuk rutin berdonasi ke masjid.	(Kasri & Chaerunnisa, 2020), (Maulina et al., 2023) (Shukor et al., 2017) (Majid, 2021)

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden Muslim yang merupakan jamaah Masjid Agung Kauman di Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. Masjid ini dipilih karena statusnya sebagai Masjid Agung di tingkat kota serta letaknya di wilayah dengan tingkat kedermawanan dan religiusitas yang tinggi berdasarkan laporan Aksi Cepat Tanggap (2020) dan Maarif Institute, (2016). Selain itu, responden dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan tiga kriteria utama: (1) beragama Islam, (2) pernah mengikuti aktivitas keagamaan di Masjid Agung Kauman Semarang, dan (3) memiliki pengalaman berdonasi uang di masjid tersebut.

Jumlah sampel 120 orang telah memenuhi syarat minimal jumlah sampel dalam analisis SEM sebagaimana disarankan oleh Hair et al. (2011), yaitu minimal lima kali jumlah indikator ($24 \text{ indikator} \times 5 = 120 \text{ responden}$). Proses pengumpulan data dilakukan

pada bulan April 2025 melalui distribusi kuesioner langsung kepada jamaah yang memenuhi kriteria.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM). Metode ini dipilih karena *Partial Least Squares* (PLS) merupakan metode analisis yang tangguh karena tidak mempersyaratkan data berdistribusi normal dan tetap efektif digunakan meskipun ukuran sampel relatif kecil (Ghozali, 2021). Analisis dilakukan dalam dua tahap utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Model pengukuran digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara indikator dengan konstruk laten yang diukur, melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Validitas konvergen diuji dengan menggunakan nilai *factor loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), di mana keduanya harus bernilai $\geq 0,5$. Sementara itu, reliabilitas dinilai melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR), dengan ambang batas $\geq 0,7$ untuk menunjukkan konsistensi internal yang baik. Validitas diskriminan diuji melalui analisis *cross loading*, kriteria *Fornell-Larcker* (akar kuadrat AVE > korelasi antar konstruk), dan nilai HTMT yang harus di bawah 0,90 (Ghozali, 2021).

Setelah model pengukuran memenuhi kriteria yang ditetapkan, tahap berikutnya adalah evaluasi model struktural (*inner model*), yang bertujuan untuk menguji hubungan kausal antar konstruk laten. Evaluasi ini dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* (R^2) untuk menilai kekuatan prediksi dengan kategori 0,75 = kuat, 0,50 = sedang, dan 0,25 = lemah (Hair et al. 2011). Sebelum pengujian. Hasil temuan dari analisis ini akan dipaparkan pada bagian hasil dan pembahasan dalam artikel ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Sebanyak 120 responden dalam penelitian ini merupakan jamaah Masjid Agung Kauman Semarang, yang sebagian besar berdomisili di Kota Semarang (82%). Sebagian kecil lainnya berasal dari daerah lain seperti Demak, Kendal, Magelang, Malang, Bandung, Jakarta, Jayapura, dan Pekalongan. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki (60%) dan sisanya perempuan (40%). Dalam hal usia, kelompok usia 25–34 tahun merupakan yang terbanyak (43%), diikuti oleh usia 15–24

tahun (18%) dan 35–44 tahun (15%). Responden berusia lebih dari 55 tahun tercatat sebesar 12%. Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih berada dalam usia produktif, sehingga berpotensi aktif dalam kegiatan sosial keagamaan, termasuk donasi.

Sebagian besar responden telah menyelesaikan pendidikan tingkat sarjana (37%) dan SMA/ sederajat (31%). Pendidikan diploma (18%) dan SMP (8%) juga cukup menonjol, sementara lulusan magister tercatat sebesar 5%. Dalam hal pekerjaan, mayoritas responden bekerja sebagai karyawan swasta (51%), diikuti oleh wiraswasta dan pelajar/mahasiswa masing-masing sebesar 13%, serta pegawai negeri (9%). Responden lainnya terdiri dari berbagai profesi seperti ibu rumah tangga, pekerja informal, atau belum bekerja (15%). Untuk pendapatan bulanan, 38% responden memiliki penghasilan di atas Rp3 juta, 33% berada pada rentang Rp2–3 juta, dan 21% berpenghasilan di bawah Rp1 juta. Komposisi ini memberikan gambaran umum bahwa responden memiliki latar belakang demografis yang cukup beragam, baik secara sosial, ekonomi, maupun geografis, sehingga mendukung kelengkapan data dalam analisis niat berdonasi di masjid.

Tabel 5.
Karakteristik Demografi Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	72	60%
	Perempuan	48	40%
Domisili	Semarang	98	82%
	Demak	5	4%
	Kendal	7	6%
	Magelang	1	1%
	Malang	1	1%
	Bandung	3	3%
	Jakarta	2	2%
	Jayapura	1	1%
	Pekalongan	2	2%
	Pekalongan	2	2%
Usia	15–24 tahun	21	18%
	25–34 tahun	52	43%
	35–44 tahun	18	15%
	45–54 tahun	15	13%
	55–64 tahun	9	8%
	>65 tahun	5	4%
Tingkat Pendidikan	SMP/Sederajat	10	8%

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Pekerjaan	SMA/Sederajat	37	31%
	Diploma (D1/D2/D3)	21	18%
	Sarjana (S1/D4)	44	37%
	Magister (S2)	6	5%
	Lain-lain	2	2%
	Pelajar/Mahasiswa	15	13%
	Karyawan Swasta	61	51%
	PNS	11	9%
	Wiraswasta	15	13%
	Lain-lain	18	15%
Pendapatan/Bulan	< Rp 1.000.000	25	21%
	Rp 1.000.100 – Rp 2.000.000	11	9%
	Rp 2.000.100 – Rp 3.000.000	39	33%
	> Rp 3.000.100	45	38%

Hasil Analisis

Tabel 6.
Analisis Faktor pada Semua Item Pengukuran

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Religiusitas (KA)	KA1	0,905	0,587	0,940	0,949
	KA2	0,804			
	KA3	0,859			
	KA4	0,867			
	KA5	0,731			
	KA6	0,817			
	KA7	0,772			
	KA8	0,869			
	KA9	0,764			
Kepercayaan (KL)	KL1	0,820	0,691	0,830	0,887
	KL2	0,711			
	KL3	0,893			
	KL4	0,825			
	NS1	0,755	0,714	0,855	0,899
	NS2	0,869			

Norma Subjektif (NS)	NS3	0,912			
	NS4	0,778			
Persepsi Kontrol Perilaku (PBC)	PBC1	0,820	0,677	0,800	0,882
	PBC2	0,855			
	PBC3	0,859			
Niat Berdonasi Uang ke Masjid (Y)	Y1	0,764	0,664	0,766	0,850
	Y2	0,808			
	Y3	0,750			
	Y4	0,740			

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas. Seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa setiap indikator secara konsisten merepresentasikan konstruk yang diukur. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk masing-masing konstruk juga berada di atas ambang batas minimum 0,50, yakni: Religiusitas (0,587), Kepercayaan (0,691), Norma Subjektif (0,714), Persepsi Kontrol Perilaku (0,677), dan Niat Berdonasi (0,664). Hal ini mengindikasikan bahwa lebih dari 50% varians dari indikator telah berhasil dijelaskan oleh konstruknya masing-masing.

Seluruh konstruk juga menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang melampaui nilai minimum 0,70. Capaian ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang kuat dan stabil, sehingga layak digunakan untuk mengukur konstruk secara akurat dan berulang. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini telah lolos uji validitas konvergen dan reliabilitas, serta memenuhi persyaratan kelayakan untuk digunakan dalam tahap analisis model struktural selanjutnya.

Table 7.
Hasil Uji R-Square (R²)

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Niat Berdonasi Uang ke Masjid (Y)	0,586	0,572

Berdasarkan di atas, nilai *R-Square* untuk variabel Niat Berdonasi sebesar 0,586 dan *Adjusted R-Square* sebesar 0,572 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi pada kategori moderat (cukup baik). Hal ini mengindikasikan bahwa konstruk-

konstruk eksogen dalam model cukup mampu menjelaskan variasi niat berdonasi, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan pada aspek prediktif lainnya.

Tabel 8.
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Hasil
H1: KA $\rightarrow$ Y	0,393	3,953	0	Tidak dapat ditolak
H2: KL $\rightarrow$ Y	0,240	2,513	0,012	Tidak dapat ditolak
H3: NS $\rightarrow$ Y	0,346	4,343	0	Tidak dapat ditolak
H4: PBC $\rightarrow$ Y	0,187	1,997	0,046	Tidak dapat ditolak

Catatan: Tingkat Signifikansi 5%

Berdasarkan hasil uji statistik dengan analisis *bootstrapping*, seluruh hipotesis dalam model penelitian ini menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat berdonasi uang ke masjid Agung Kauman Semarang. Seperti terlihat pada Tabel, keempat hipotesis (H1 hingga H4) memiliki nilai *p-value* di bawah 0,05 dan nilai *t-statistics* di atas 1,96, yang berarti hipotesis tidak dapat ditolak pada tingkat signifikansi 5%. Dengan demikian, konstruk Religiusitas (H1), Kepercayaan (H2), Norma Subjektif (H3), dan Persepsi Kontrol Perilaku (H4) terbukti secara empiris berpengaruh signifikan terhadap Niat Berdonasi Uang ke Masjid Agung Kauman Semarang (Y).

Pembahasan

Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berdonasi uang ke masjid ($\beta = 0,393$; $t = 3,953$; $p < 0,05$). Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat keyakinan dan ketaatan individu terhadap nilai-nilai agama, semakin besar pula dorongan mereka untuk berdonasi. Hal ini mencerminkan peran penting nilai spiritual dalam mendorong tindakan amal. Penelitian terdahulu oleh Kasri & Ramli (2019), Maulina et al. (2023), dan Shukor et al. (2017) juga mendukung bahwa religiusitas menjadi prediktor penting dalam perilaku donasi. Dalam konteks ini, jamaah yang merasa bahwa berdonasi adalah bagian dari amal saleh dan perintah agama akan lebih termotivasi untuk mendukung keberlangsungan masjid.

Kepercayaan terhadap pengelola masjid turut memberikan pengaruh signifikan terhadap niat individu dalam berdonasi ($\beta = 0,240$; $t = 2,513$; $p < 0,05$). Semakin tinggi keyakinan jamaah terhadap integritas, transparansi, dan akuntabilitas pihak pengelola,

semakin besar keinginan mereka untuk memberikan kontribusi. Hasil ini konsisten dengan temuan Kasri & Ramli (2019), Teah et al (2014), serta Kasri & Chaerunnisa (2020), yang menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap lembaga pengelola dana umat mendorong loyalitas dan keterlibatan donatur secara aktif.

Norma subjektif juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berdonasi ($\beta = 0,346$; $t = 4,343$; $p < 0,05$). Tekanan sosial atau dorongan dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, tokoh agama, dan komunitas, mendorong individu untuk melakukan donasi. Dukungan sosial ini menciptakan norma kolektif yang memperkuat intensi. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Kasri & Ramli (2019), Maulina et al. (2023), dan Amin (2022) yang menunjukkan bahwa norma sosial yang kuat akan meningkatkan partisipasi dalam kegiatan filantropi keagamaan.

Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berdonasi ($\beta = 0,187$; $t = 1,997$; $p = 0,046$). Jamaah yang merasa mampu, memiliki akses yang mudah, dan tidak terhambat oleh kendala finansial atau teknis, lebih terdorong untuk berdonasi. Hasil ini sejalan dengan temuan Kasri & Ramli (2019), Maulina et al. (2023), Kashif & Run (2018), serta Charsetad (2015), yang menyoroti bahwa persepsi kendali atas suatu tindakan dapat memperkuat niat individu untuk terlibat dalam aktivitas sosial atau keagamaan, termasuk donasi di masjid.

Dengan demikian, keempat variabel dalam penelitian ini religiusitas, kepercayaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku telah terbukti berkontribusi signifikan dalam membentuk niat berdonasi uang ke masjid. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam memahami faktor-faktor yang mendorong perilaku donasi dalam konteks keagamaan serta memberikan landasan bagi pengelola masjid untuk merancang strategi peningkatan partisipasi jamaah secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyoroti pentingnya pemahaman terhadap faktor-faktor psikologis dan sosial yang membentuk niat individu untuk berdonasi uang ke masjid. Melalui pendekatan SEM-PLS, diperoleh bukti bahwa keempat variabel utama religiusitas, kepercayaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berdonasi uang ke masjid Agung Kauman Semarang. Temuan

ini mengindikasikan bahwa niat berdonasi tidak hanya didorong oleh aspek spiritual semata, tetapi juga dipengaruhi oleh rasa percaya terhadap pengelola donasi, tekanan sosial dari lingkungan, serta persepsi kemudahan dan kendali individu dalam melakukan donasi. Religiusitas menjadi pendorong internal yang kuat karena terkait langsung dengan keimanan dan komitmen terhadap ajaran agama. Kepercayaan memainkan peran sebagai jembatan antara keyakinan dan tindakan nyata, menciptakan rasa aman dalam berpartisipasi. Norma subjektif menegaskan bahwa pengaruh sosial memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk perilaku filantropi, terutama dalam konteks masyarakat kolektif seperti komunitas Muslim. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku menegaskan pentingnya rasa mampu dan kemudahan akses dalam mendorong partisipasi donasi. Dengan demikian, strategi peningkatan partisipasi jamaah terhadap kegiatan donasi masjid sebaiknya mempertimbangkan keempat aspek tersebut secara terpadu. Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengelola masjid dalam merancang program yang tidak hanya religius, tetapi juga transparan, inklusif, dan mudah diakses, guna menciptakan pola donasi yang berkelanjutan dan berbasis kepercayaan.

Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan kepada pengelola Masjid Agung Semarang untuk mengoptimalkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat berdonasi jamaah, yaitu religiusitas, kepercayaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui penguatan program keagamaan yang mendorong kedermawanan, peningkatan transparansi pengelolaan dana melalui laporan berkala dan teknologi digital, serta penyediaan kemudahan akses donasi seperti QRIS, kotak infak digital, dan layanan jemput donasi. Kolaborasi dengan tokoh masyarakat juga penting untuk memperkuat norma sosial yang mendukung budaya donasi. Di sisi lain, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel tambahan di luar Theory of Planned Behavior, seperti norma moral dan perilaku masa lalu, serta melibatkan responden dengan latar belakang yang lebih beragam secara sosial dan ekonomi guna meningkatkan generalisasi temuan. Penggunaan teknik pengambilan sampel yang lebih representatif, seperti stratified atau cluster sampling, juga direkomendasikan agar hasil penelitian ke depan lebih akurat dan relevan dengan dinamika perilaku donasi di masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [http://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1970). The prediction of behavior from attitudinal and normative variables. *Journal of Experimental Social Psychology*, 6(4), 466–487. [http://doi.org/10.1016/0022-1031\(70\)90057-0](http://doi.org/10.1016/0022-1031(70)90057-0)
- Aksi Cepat Tanggap. (2020). *Survei Kota Paling Dermawan di Indonesia Tahun 2020*. Jakarta: ACT.
- Amin, H. (2022). An analysis of online sadaqah acceptance among university graduates in Malaysia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(6), 1019–1034. <http://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2019-0020>
- Baron, R.A. & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial, jilid 2 Terj. Djuwita, R, dkk.* Jakarta: Erlangga
- Batson, C. D. (2011). *Altruism in humans*. Oxford University Press
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. The Islamic Foundation.
- Charities Aid Foundation. (2017). *CAF World Giving Index 2017: A global view of giving trends*. <https://www.cafonline.org>
- Charities Aid Foundation. (2023). *CAF World Giving Index 2023*. <https://www.cafonline.org>
- Charities Aid Foundation. (2024). *CAF World Giving Index 2024*. <https://www.cafonline.org>
- Fehrest, S., Takian, A., & Jaafaripooyan, E. (2021). Predicting donors ' behavior in contributing to health compared to non-health sectors : an application of revised theory of planned behavior in Iran. *International Journal of Ethics and Systems*, 38(1), 108-124, <http://doi.org/10.1108/IJOES-02-2021-0034>
- Feldman, R. S. (1985). *Social psychology: Theories, research, and applications*. McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed A Silver Bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Huang, Y., Aguilar, F. X., Yang, J., Qin, Y., & Wen, Y. (2021). Predicting citizens' participatory behavior in urban green space governance: An application of the theory of planned behavior. *Urban Forestry & Urban Greening*, 62, 127163. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2021.127163>
- Jaeger, B., & van Vugt, M. (2022). Psychological barriers to effective altruism: An evolutionary perspective. *Current Opinion in Psychology*, 44, 130–134.

<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.09.008>

- Kahf, M. (2004). *Shariah and Historical Aspects of Zakat and Awqaf*. Islamic Research and Training Institute (IRTI).
- Kashif, M., & Run, E. C. (2018). Donating behaviors in religious contexts: Empirical evidence from a Muslim setting. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 23(2), e1595. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1595>
- Kashif, M., Sarifuddin, S., & Hassan, A. (2015). Charity donation: Intentions and behavior. *Marketing Intelligence and Planning*, 33(1), 90–102. <http://doi.org/10.1108/MIP-07-2013-0110>
- Kasri, R. A. (2020). The role of knowledge , Kepercayaan , and Religiusitas in explaining the online cash waqf amongst Muslim millennials. *Journal of Islamic Marketing* 13(6), 1334-1350. <http://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>
- Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019). Why do Indonesian Muslims donate through mosques?: A theory of planned behaviour approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(5), 663–679. <http://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2018-0399>
- Kementerian Agama RI. (2020). *Data Masjid Agung dan Besar di Indonesia*. Jakarta: Ditjen Bimas Islam.
- Liu, J., & Han, H. (2023). Applying a modified and extended theory of planned behavior to predict blood donation intentions among Chinese university students: An empirical investigation. *Heliyon*, 9(8), e18851. <http://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18851>
- Maarif Institute. (2016). *Indeks Kota Islami 2016*. Jakarta: Maarif Institute.
- Majid, R. (2021). The Role of Religiusitas in Explaining the Intention to use Islamic FinTech Among MSME Actors. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 4(2), 207–232. <http://doi.org/10.18196/ijief.v4i2.11833>
- Maulina, R. (2023). Behaviour determinants of two Muslims classes towards cash waqf for productive purposes : explanation from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <http://doi.org/10.1108/JIABR-04-2023-0139>
- Oakley, B. A., Knafo, A., Madhavan, G., & Wilson, D. S. (Eds.). (2012). *Pathological altruism*. Oxford University Press
- Okunade, A. A. (1996). Graduate school alumni donations to academic funds: Micro-data evidence. *The American Journal of Economics and Sociology*, 55(2), 213–229. <https://www.jstor.org/stable/3487082>
- Otto, P. E., & Bolle, F. (2011). Multiple facets of altruism and their influence on blood donation. *Journal of Socio-Economics*, 40(5), 558–563. <http://doi.org/10.1016/j.socec.2011.04.010>
- Ranganathan, S. K., & Henley, W. H. (2008). Determinants of charitable donation intentions: a structural equation model. *International Journal of Nonprofit and*

Voluntary Sector Marketing, 13(1), 1–11. <http://doi.org/10.1002/nvsm.297>

Raven & Rubin. (1983). *Social Psychology Second Edition*. New York: Georgetown

Shukor, S. A., Anwar, I. F., Aziz, S. A., & Sabri, H. (2017). Muslim Attitude Towards Participation In Cash Waqf : Antecedents And Consequence, *International Journal of Business and Society*, 18, 193-204. (May 2020).

Tamuri, A. H. (2021). Konsep Dan Pelaksanaan Fungsi Masjid Dalam Memartabatkan Masyarakat. *International Journal of Mosque, Zakat And Waqaf Management (Al-Mimbar)*, 1–12. <http://doi.org/10.53840/almimbar.v1i1.11>

Teah, M., Lwin, M., & Cheah, I. (2014). Moderating role of religious beliefs on attitudes towards charities and motivation to donate. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(5), 738-760.

World Population Review. (2024). *Indonesia Population 2024*. <https://worldpopulationreview.com>

Yayasan Badan Pengelola Masjid Agung Semarang. (2024). *Selayang Pandang Masjid Agung Semarang Dari Dulu Hingga Sekarang*. Semarang