

SIKAP TERHADAP SEDEKAH ONLINE SISWA SMK BERDASARKAN TINGKAT PEMAHAMAN AGAMA ISLAM

Intan Sarahvinas¹, Ainul Yaqin², Muhammad Ali Rohmad³

Universitas Islam Majapahit^{1,2,3}

e-mail: sarahvinasintan@gmail.com

Diterima: 06/08/2026; Direvisi: 15/09/2026; Diterbitkan: 28/09/2026

ABSTRAK

Perkembangan sedekah melalui media digital menghadirkan perubahan dalam praktik filantropi sekaligus menuntut pemahaman mengenai keterkaitan nilai keagamaan dengan sikap peserta didik. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara tingkat pemahaman agama Islam dan sikap terhadap sedekah *online* pada siswa SMKN 1 Dlanggu, Mojokerto. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional yang melibatkan 320 siswa sebagai responden melalui teknik *Simple Random Sampling*. Data dikumpulkan menggunakan tes pemahaman agama Islam dan angket sikap terhadap sedekah *online* melalui Google Form, kemudian dianalisis dengan uji normalitas, uji linearitas, dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman agama Islam siswa berada pada kategori tinggi sebesar 75% ($M = 29$; $SD = 5,21$), sedangkan sikap terhadap sedekah *online* dominan berada pada kategori sedang sebesar 60% ($M = 59$; $SD = 6,4$). Analisis regresi memperoleh hubungan positif dan signifikan ($p < 0,001$; $R = 0,230$; $R^2 = 0,053$). Model penelitian menjelaskan 5,3% variasi sikap, sedangkan 94,7% lainnya belum dijelaskan oleh model. Temuan ini menegaskan bahwa pemahaman agama Islam berkaitan dengan sikap terhadap sedekah *online*, meskipun kekuatan hubungannya relatif lemah, sehingga pembelajaran PAI perlu dikontekstualisasikan dengan realitas kehidupan digital siswa.

Kata Kunci: *Pemahaman Agama Islam, Sedekah Online, Sikap Siswa, Filantropi Digital.*

ABSTRACT

The development of online almsgiving has transformed philanthropic practices while also raising the need to understand the relationship between religious values and students' attitudes. This study aimed to analyze the relationship between the level of Islamic religious understanding and attitudes toward online almsgiving among students at SMKN 1 Dlanggu, Mojokerto. The study employed a quantitative approach with a correlational design involving 320 students selected through Simple Random Sampling. Data were collected using an Islamic religious understanding test and an attitude questionnaire on online almsgiving administered through Google Forms. The data were then analyzed using normality, linearity, and simple linear regression tests. The results showed that students' Islamic religious understanding was categorized as high, accounting for 75% ($M = 29$; $SD = 5.21$), while attitudes toward online almsgiving were predominantly categorized as moderate, accounting for 60% ($M = 59$; $SD = 6.4$). Regression analysis revealed a positive and statistically significant relationship ($p < 0.001$; $R = 0.230$; $R^2 = 0.053$). The model explained 5.3% of the variance in attitudes, while the remaining 94.7% was not explained by the model. These findings indicate that Islamic religious understanding is positively associated with attitudes toward online almsgiving, although the relationship is relatively weak. Therefore, Islamic Religious Education should be contextualized with students' digital lives.



Keywords: *Islamic Religious Understanding, Online Almsgiving, Student Attitudes, Digital Philanthropy.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara generasi muda berinteraksi, memperoleh pengetahuan, dan menjalankan berbagai aktivitas sosial, termasuk praktik berbagi melalui filantropi digital. Dalam konteks Pendidikan Agama Islam (PAI), perubahan tersebut menghadirkan kebutuhan untuk memahami bagaimana pengetahuan keagamaan diterjemahkan ke dalam sikap sosial pada lingkungan yang semakin terdigitalisasi. Pemahaman terhadap ajaran Islam tidak berhenti pada penguasaan konsep ibadah, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan peserta didik menghayati nilai keagamaan dan menempatkannya dalam perilaku sosial yang sesuai dengan konteks kehidupan. Penelitian mengenai pendidikan agama menunjukkan bahwa pemahaman terhadap materi keislaman memiliki keterkaitan dengan pembentukan sikap sosial dan etika peserta didik, termasuk pada jenjang pendidikan menengah (Rahmi et al., 2025; Sugiyanto et al., 2026). Temuan tersebut memberikan dasar bahwa dimensi kognitif keagamaan relevan untuk dikaji bersama sikap sosial, tetapi belum secara khusus menjelaskan bagaimana hubungan tersebut muncul ketika aktivitas berbagi dilakukan melalui media digital.

Sedekah merupakan salah satu bentuk ajaran sosial Islam yang memungkinkan nilai kepedulian diwujudkan melalui pemberian kepada pihak yang membutuhkan. Transformasi teknologi kemudian memperluas cara masyarakat menyalurkan sedekah dari interaksi langsung menuju penggunaan platform digital yang menawarkan kemudahan dan jangkauan lebih luas. Perubahan tersebut menjadikan aktivitas sedekah tidak hanya berkaitan dengan pemahaman mengenai kewajiban atau anjuran agama, tetapi juga dengan cara individu menilai media, mekanisme, dan kredibilitas lembaga atau pihak yang menerima dana. Studi mengenai keputusan donasi *online* menunjukkan bahwa *trust* dan persepsi risiko menjadi aspek yang perlu diperhatikan ketika seseorang menentukan keputusan berdonasi melalui media digital (Zikrinawati et al., 2023). Sejalan dengan itu, penelitian Safika dan Mardikaningsih (2025) menunjukkan bahwa kepercayaan dan religiusitas merupakan variabel yang relevan dalam menjelaskan keputusan sedekah *online*. Dengan demikian, pemahaman keagamaan secara teoritis merupakan bagian penting dari konteks sedekah, tetapi praktiknya dalam ruang digital berlangsung dalam situasi yang lebih kompleks.

Kompleksitas tersebut semakin terlihat pada kelompok generasi muda yang memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi digital. Generasi Z tidak hanya menggunakan media digital untuk komunikasi dan hiburan, tetapi juga berhadapan dengan berbagai bentuk aktivitas sosial dan keagamaan yang tersedia melalui ruang *online*. Penelitian tentang perilaku sosial keagamaan Gen Z di era digital menunjukkan bahwa perkembangan teknologi turut membentuk cara generasi muda menjalankan dan mengekspresikan aktivitas sosial-keagamaan (Oktavia et al., 2026). Pada ranah filantropi, penggunaan media digital juga dipandang membuka peluang penggalangan dana dan memperluas literasi filantropi di kalangan generasi digital (Usman, 2025). Anggara et al. (2025) bahkan menunjukkan bahwa media sosial, *electronic word of mouth* (eWOM), dan tipologi motivasi menjadi bagian dari konteks donasi Islam digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sikap terhadap sedekah *online* perlu dipahami sebagai respons yang berada pada persilangan antara nilai keagamaan, karakteristik generasi digital, dan pengalaman individu dalam menggunakan teknologi.

Pada sisi lain, perkembangan filantropi digital tidak secara otomatis menjadikan individu memiliki sikap positif terhadap seluruh bentuk pemberian melalui internet. Minat terhadap pembayaran zakat secara *online*, misalnya, berkaitan dengan sejumlah pertimbangan seperti persepsi kegunaan, kemudahan, literasi zakat, dan kepercayaan (Jannah, 2026). Penelitian Putri dan Jatnika (2025) juga menempatkan religiusitas, literasi zakat, dan kepercayaan sebagai aspek yang berkaitan dengan minat Generasi Z dalam pembayaran zakat digital. Perspektif tersebut penting karena menunjukkan bahwa nilai keagamaan berinteraksi dengan pengetahuan digital dan penilaian terhadap mekanisme layanan ketika aktivitas filantropi dipindahkan ke ruang *online*. Pada tingkat kelembagaan, pemanfaatan media digital juga berkaitan dengan kebutuhan pengelolaan komunikasi dan penyampaian informasi filantropi yang sesuai dengan karakteristik pengguna digital (Nola et al., 2026). Bahkan dalam konteks yang lebih luas, kajian sistematis mengenai komunikasi filantropi Islam menunjukkan bahwa media digital menjadi ruang strategis untuk penyebaran kampanye zakat dan sedekah, sekaligus menuntut pengelolaan komunikasi yang dapat membangun keterhubungan dengan calon pemberi (Amos, 2026).

Meskipun penelitian mengenai filantropi digital semakin berkembang, sebagian kajian masih lebih banyak menempatkan religiusitas, kepercayaan, literasi, kemudahan, atau karakteristik pengguna sebagai faktor yang berkaitan dengan minat dan keputusan berdonasi. Penelitian Zikrinawati et al. (2023), Safika dan Mardikaningsih (2025), Putri dan Jatnika (2025), serta Jannah (2026), misalnya, memperlihatkan kuatnya perhatian terhadap aspek kepercayaan, religiusitas, dan karakteristik layanan digital dalam perilaku filantropi *online*. Sementara itu, penelitian Rahmi et al. (2025) dan Sugiyanto et al. (2026) lebih memberikan gambaran mengenai hubungan pemahaman pendidikan agama dengan sikap sosial dan etika peserta didik. Kedua kelompok penelitian tersebut belum secara spesifik mempertemukan tingkat pemahaman agama Islam sebagai kemampuan kognitif siswa dengan sikap mereka terhadap sedekah *online* dalam konteks pendidikan SMK. Kesenjangan ini menjadi semakin relevan karena siswa SMK berada pada fase perkembangan yang ditandai dengan penggunaan teknologi yang intensif sekaligus proses pembentukan orientasi nilai dan sikap sosial. Oleh sebab itu, diperlukan penelitian yang tidak hanya melihat apakah siswa memahami konsep keagamaan, tetapi juga menguji apakah tingkat pemahaman tersebut memiliki hubungan dengan cara mereka memandang praktik sedekah melalui media digital.

Kesenjangan antara pengetahuan keagamaan dan sikap terhadap sedekah *online* juga penting dilihat dari karakteristik pembelajaran PAI di sekolah. Pemahaman terhadap ajaran agama dapat menjadi landasan bagi siswa untuk mengenali nilai kepedulian, berbagi, dan tanggung jawab sosial, tetapi penerapannya dalam lingkungan digital menghadapkan siswa pada situasi yang berbeda dari praktik sedekah secara konvensional. Siswa perlu berhadapan dengan pilihan platform, informasi mengenai pengelola dana, keamanan transaksi, serta berbagai bentuk komunikasi digital yang menyertai aktivitas pemberian. Penelitian mengenai pengembangan sikap sosial-spiritual menegaskan perlunya sinergi antara lingkungan pendidikan dan pihak yang mendampingi peserta didik agar nilai keagamaan dapat berkembang menjadi sikap sosial (Rahmi et al., 2025), sedangkan penelitian Sugiyanto et al. (2026) memperlihatkan relevansi pemahaman materi PAI dengan sikap sosial dan etika siswa. Dalam konteks digital, persoalannya bukan sekadar apakah siswa memahami nilai sedekah, melainkan bagaimana pemahaman tersebut berhubungan dengan sikap ketika nilai tersebut dihadapkan pada mekanisme pemberian yang berlangsung melalui teknologi. Posisi inilah yang

membedakan penelitian ini dari kajian yang hanya mengukur religiusitas, minat donasi, atau keputusan pembayaran digital.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara tingkat pemahaman agama Islam dan sikap terhadap sedekah *online* pada siswa SMKN 1 Dlanggu, Mojokerto. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional untuk memperoleh bukti empiris mengenai arah dan kekuatan hubungan antara penguasaan kognitif keagamaan dengan sikap siswa terhadap praktik sedekah melalui media digital. Kebaruan penelitian terletak pada penempatan siswa SMK sebagai subjek penelitian serta penghubungan secara langsung antara pemahaman agama Islam dan sikap terhadap sedekah *online*, yang belum menjadi fokus utama pada penelitian-penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian PAI dari pembahasan mengenai penguasaan materi dan sikap sosial menuju persoalan aktual mengenai penerapan nilai keagamaan dalam lingkungan digital. Hasil penelitian juga diharapkan memberikan dasar empiris bagi pengembangan pembelajaran PAI yang tidak hanya memperkuat pemahaman keagamaan, tetapi juga membantu peserta didik menghadapi praktik sosial-keagamaan yang berkembang melalui teknologi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk menganalisis arah dan kekuatan hubungan antara pemahaman agama Islam sebagai Variabel X dan sikap terhadap sedekah *online* sebagai Variabel Y. Penelitian dilaksanakan pada siswa SMKN 1 Dlanggu, Mojokerto, dengan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari responden serta data pendukung dari dokumentasi sekolah. Populasi penelitian mencakup seluruh siswa aktif sebanyak 1.604 orang yang tersebar pada lima program keahlian, yaitu RPL, TKJ, PHT, DKV, dan Kuliner. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh kebutuhan minimal 320 responden, sedangkan dari 328 respons yang terkumpul dipilih 320 data melalui teknik *Simple Random Sampling* untuk digunakan dalam analisis penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui tes pemahaman agama Islam dan angket sikap terhadap sedekah *online* yang disebar menggunakan Google Form. Instrumen pemahaman agama Islam berupa 40 soal pilihan ganda dengan penskoran dikotomis, yaitu skor 1 untuk jawaban benar dan skor 0 untuk jawaban salah, yang disusun berdasarkan konsep pemahaman agama menurut al-Ghazali serta indikator ranah kognitif Taksonomi Bloom Revisi. Instrumen sikap terdiri atas 18 pernyataan dengan skala Likert lima tingkat yang mencakup aspek kognitif, afektif, dan konatif. Sebelum digunakan pada penelitian utama, kedua instrumen telah diuji cobakan kepada 43 siswa; hasil pengujian menunjukkan 34 dari 40 butir tes dan 16 dari 18 butir angket memenuhi kriteria validitas, sedangkan reliabilitas instrumen masing-masing memperoleh koefisien 0,909 melalui KR-20 dan 0,803 melalui *Cronbach's Alpha*. Pengisian instrumen dilakukan setelah responden memperoleh penjelasan mengenai tujuan penelitian, kerahasiaan data, sifat kesukarelaan partisipasi, serta penggunaan data hanya untuk kepentingan akademik, kemudian responden memberikan persetujuan untuk berpartisipasi. Delapan respons yang tidak digunakan dalam analisis akhir merupakan kelebihan dari jumlah sampel yang telah ditetapkan, sehingga 320 respons dipilih secara acak sesuai kebutuhan sampel penelitian; apabila terdapat kriteria khusus seperti respons tidak lengkap atau pengisian ganda, kriteria tersebut perlu dicantumkan secara eksplisit sesuai kondisi pengumpulan data sebenarnya.

Data dianalisis secara bertahap menggunakan SPSS. Tahap pertama berupa uji

normalitas residual menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* untuk memeriksa terpenuhinya asumsi distribusi residual, sedangkan tahap kedua berupa uji linearitas melalui nilai signifikansi *Deviation from Linearity* untuk memastikan pola hubungan antara Variabel X dan Variabel Y memenuhi asumsi linear. Setelah prasyarat analisis terpenuhi, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linear sederhana untuk memperoleh informasi mengenai arah hubungan, koefisien regresi, signifikansi statistik, serta daya jelas model terhadap variasi sikap siswa. Keputusan statistik ditetapkan dengan taraf signifikansi 5%, yaitu hubungan dinyatakan signifikan apabila nilai $p < 0,05$, sedangkan kekuatan hubungan dibaca berdasarkan nilai koefisien korelasi dengan memperhatikan kedekatannya terhadap nilai 0 atau 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Data menunjukkan profil yang asimetris antara penguasaan materi dan respons sikap. Pemahaman Agama Islam siswa (X) berada pada kategori tinggi (75%) dengan Mean sebesar 29 dan Standar Deviasi (SD) sebesar 5,21. Sebaliknya, Sikap terhadap Sedekah Online (Y) dominan berada pada kategori sedang (60%) dengan Mean sebesar 59 dan SD sebesar 6,4. Sebaran data ini mengindikasikan adanya homogenitas yang cukup tinggi dalam penguasaan kognitif, namun variabilitas yang lebih lebar pada respons sikap digital. Distribusi kategori Pemahaman Agama Islam siswa secara lebih rinci disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kategorisasi Pemahaman Agama Islam Siswa

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Tinggi	28 – 34	240	75,0%
Sedang	21 – 27	58	18,1%
Rendah	7 – 20	22	6,9%
Jumlah	-	320	100%

Tabel 1 memperlihatkan bahwa sebanyak 240 siswa (75,0%) berada pada kategori tinggi, 58 siswa (18,1%) berada pada kategori sedang, dan 22 siswa (6,9%) berada pada kategori rendah. Kategori tinggi memiliki frekuensi terbesar dibandingkan dengan kategori sedang dan rendah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki tingkat pemahaman Agama Islam yang tergolong tinggi.

Distribusi Sikap Siswa terhadap Sedekah Online

Analisis deskriptif berikutnya dilakukan terhadap sikap siswa dalam melakukan sedekah *online*. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa skor sikap siswa tersebar dalam kategori tinggi, sedang, dan rendah. Nilai *Mean* sikap siswa sebesar 59 dengan *Standard Deviation* (SD) sebesar 6,4. Distribusi kategori sikap berdasarkan frekuensi dan persentase ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kategorisasi Sikap Siswa terhadap Sedekah Online

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Tinggi	63 – 74	94	29,4%
Sedang	52 – 62	192	60,0%
Rendah	39 – 51	34	10,6%
Jumlah	-	320	100%

Berdasarkan Tabel 2, sebanyak 192 siswa (60,0%) berada pada kategori sedang, 94 siswa (29,4%) berada pada kategori tinggi, dan 34 siswa (10,6%) berada pada kategori rendah. Kategori sedang memiliki jumlah responden terbesar dibandingkan dengan kategori tinggi dan rendah. Distribusi tersebut menunjukkan bahwa sikap siswa terhadap sedekah *online* lebih banyak berada pada kategori sedang.

1. Uji Prasyarat Analisis

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,315 ($> 0,05$), yang menegaskan bahwa data residual berdistribusi normal. Selanjutnya, uji linearitas menghasilkan nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,281 ($> 0,05$), yang mengonfirmasi bahwa hubungan antara pemahaman agama dan sikap terhadap sedekah bersifat linear dan memenuhi syarat statistik parametrik. Hasil uji normalitas dan linearitas secara lengkap disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas dan Linearitas

Jenis Uji	Nilai Statistik	Signifikansi	Keterangan
Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Z)	0,960	0,315	Data berdistribusi normal
Linearitas (Deviation from Linearity)	F = 1,158	0,281	Hubungan bersifat linear

Berdasarkan Tabel 3, nilai signifikansi uji normalitas sebesar 0,315 lebih besar dari 0,05, sehingga residual memenuhi asumsi normalitas. Uji linearitas juga menghasilkan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,281 yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara pemahaman Agama Islam dan sikap terhadap sedekah *online* memenuhi asumsi linearitas untuk analisis regresi linear sederhana.

2. Uji Hipotesis

Analisis regresi menghasilkan persamaan $\hat{Y} = 50,738 + 0,284X$. Hasil uji ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 17,699 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Dengan $df = 318$ dan taraf 0,05, diperoleh t hitung (4,207) $>$ t tabel (1,967) serta hasil uji ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 17,699 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Maka, H_0 ditolak (H_a diterima). Dengan demikian, terdapat hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel; setiap peningkatan satu satuan pemahaman agama diikuti oleh peningkatan sikap terhadap sedekah online sebesar 0,284 yang berarti tingkat hubungan tergolong rendah.

3. Koefisien Determinasi

Nilai R Square yang diperoleh adalah 0,053. Secara substantif, hasil ini menunjukkan bahwa pemahaman agama Islam memberikan kontribusi sebesar 5,3% terhadap pembentukan sikap siswa dalam bersedekah online. Sebagian besar faktor pembentuk sikap lainnya, yakni sebesar 94,7%, dipengaruhi oleh variabel eksternal di luar cakupan penelitian ini. Rincian hasil analisis regresi linear sederhana yang menjadi dasar temuan tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis (Regresi Linear Sederhana)

Parameter	Nilai
Koefisien Korelasi (R)	0,230
R Square	0,053 (5,3%)

Konstanta (a)	50,738
Koefisien Regresi (b)	0,284
t hitung / t tabel	4,207 / 1,967
F hitung / Sig.	17,699 / 0,000
Persamaan Regresi	$\hat{Y} = 50,738 + 0,284X$
Keputusan	H_0 ditolak, H_a diterima

Hasil pada Tabel 4 menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,207, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,967, dengan nilai signifikansi $p < 0,001$. Hasil uji F juga menunjukkan nilai 17,699 dengan signifikansi $p < 0,001$. Temuan tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara pemahaman Agama Islam dan sikap siswa terhadap sedekah *online*. Persamaan regresi $\hat{Y} = 50,738 + 0,284X$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan skor pemahaman Agama Islam berkaitan dengan kenaikan skor sikap terhadap sedekah *online* sebesar 0,284 satuan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman Agama Islam siswa berada pada kategori tinggi, sementara sikap terhadap sedekah *online* lebih dominan pada kategori sedang. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa penguasaan pengetahuan keagamaan tidak selalu berjalan pada tingkat yang sama dengan kesiapan sikap ketika nilai keagamaan diterapkan dalam lingkungan digital. Temuan ini sejalan dengan perhatian Augustiani et al. (2026) terhadap hubungan pemahaman Pendidikan Agama Islam dan perilaku sosial siswa, serta kajian Darmawan dan Najibah (2026) yang menempatkan pembelajaran Pendidikan Agama Islam dalam kaitannya dengan pembentukan akhlak peserta didik pada jenjang sekolah menengah. Kedua penelitian tersebut memberikan dasar bahwa dimensi kognitif dan pendidikan agama memiliki keterkaitan dengan ranah perilaku atau akhlak, tetapi penelitian ini menunjukkan konteks yang lebih spesifik karena sikap yang dikaji bukan perilaku sosial secara umum, melainkan sikap terhadap sedekah melalui media *online*. Dengan demikian, tingginya pemahaman agama dalam penelitian ini lebih tepat diposisikan sebagai dasar kognitif yang berkaitan dengan sikap, bukan sebagai jaminan bahwa siswa akan memiliki respons positif yang sama kuat terhadap setiap bentuk praktik keagamaan.

Hubungan positif dan signifikan yang ditemukan menunjukkan bahwa siswa dengan skor pemahaman Agama Islam yang lebih tinggi cenderung memiliki skor sikap terhadap sedekah *online* yang lebih tinggi pula. Namun, kekuatan hubungan yang relatif rendah menunjukkan bahwa keterkaitan kedua variabel tersebut bersifat terbatas. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,230 dan R Square sebesar 0,053 berarti model penelitian menjelaskan 5,3% variasi sikap terhadap sedekah *online*, sedangkan 94,7% variasi lainnya berada di luar penjelasan model yang hanya memasukkan pemahaman Agama Islam. Temuan tersebut penting karena memperlihatkan bahwa pengetahuan keagamaan merupakan salah satu aspek yang berhubungan dengan sikap siswa, tetapi bukan satu-satunya aspek yang perlu diperhatikan dalam memahami praktik filantropi digital. Putra dan Isabella (2026), melalui kajian mengenai literasi digital dan perilaku generasi muda, memperlihatkan relevansi kemampuan dan perilaku digital dalam memahami respons generasi muda terhadap lingkungan berbasis teknologi. Dalam konteks penelitian ini, hasil tersebut mengisyaratkan bahwa penerapan nilai keagamaan melalui media digital berlangsung dalam ruang yang lebih kompleks daripada sekadar penguasaan materi agama.

Keterbatasan daya jelas model dapat dipahami melalui karakteristik sedekah *online*

yang melibatkan proses penilaian terhadap media dan lembaga pengelola. Berbeda dengan sedekah secara langsung, transaksi digital membuat calon pemberi sedekah perlu berhadapan dengan informasi mengenai platform, mekanisme pembayaran, keamanan transaksi, serta kredibilitas pihak yang menerima atau mengelola dana. Fazira et al. (2025) mengkaji religiusitas, kemudahan, keamanan, dan media sosial dalam konteks minat menggunakan platform *crowdfunding*, sedangkan Yanti et al. (2026) membahas kepercayaan, kemudahan platform, dan akuntabilitas perusahaan dalam penggunaan *fintech crowdfunding*. Ananda et al. (2025) juga menempatkan reputasi perusahaan, pengaruh sosial elektronik, dan *e-trust* sebagai bagian dari kajian keputusan berdonasi melalui aplikasi Dompot Dhuafa. Rangkaian penelitian tersebut menunjukkan bahwa keputusan atau minat dalam aktivitas donasi digital dapat bersinggungan dengan dimensi kepercayaan, keamanan, kemudahan, reputasi, dan lingkungan sosial. Meskipun demikian, faktor-faktor tersebut tidak dapat disebut sebagai penyebab rendahnya sikap siswa dalam penelitian ini karena tidak termasuk variabel yang diuji, sehingga posisinya hanya sebagai kemungkinan penjelas yang dapat diuji lebih lanjut.

Temuan tersebut menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan penelitian yang secara khusus membahas perilaku sedekah dan donasi dalam lingkungan digital. Lisnawati et al. (2025) mengkaji *electronic word of mouth* (E-WoM) dan *trustworthiness* dalam konteks pembayaran sedekah *online* pada Generasi Z. Sementara itu, Kim et al. (2026) mengembangkan model prediksi perilaku donasi *online* dengan mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Self-Determination Theory* (SDT), *Norm Activation Model* (NAM), dan *trust*. Perspektif tersebut membantu menempatkan hasil penelitian ini dalam kerangka yang lebih luas bahwa respons terhadap donasi digital dapat terbentuk melalui interaksi berbagai pertimbangan psikologis, sosial, normatif, dan kepercayaan. Oleh karena itu, hubungan positif antara pemahaman agama dan sikap sedekah *online* tidak berarti bahwa pengetahuan agama secara langsung menentukan keputusan seseorang untuk berdonasi secara digital. Temuan penelitian ini justru memperlihatkan bahwa aspek keagamaan memiliki hubungan dengan sikap, tetapi kekuatan hubungan tersebut masih rendah sehingga diperlukan pengujian terhadap konstruk lain untuk memperoleh model yang lebih komprehensif.

Dimensi etika dan tata kelola filantropi juga memberikan perspektif penting untuk membaca hasil penelitian. Juniza et al. (2026) membahas etika *fundraising* dalam Islam dengan menekankan persoalan transparansi dan akuntabilitas lembaga filantropi syariah di Indonesia. Pada sisi pendidikan, Verawati et al. (2026) membahas integrasi media digital dalam Pendidikan Agama Islam sebagai bagian dari penguatan kepribadian Islami siswa pada era Industri 5.0. Kedua kajian tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi tidak cukup dipahami sebagai perubahan sarana, tetapi juga berkaitan dengan nilai, etika, tanggung jawab, dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi. Perspektif tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tingginya pemahaman agama belum otomatis menghasilkan sikap sedekah *online* pada kategori tinggi secara dominan. Pendidikan Agama Islam dengan demikian memiliki peluang untuk menghubungkan materi keagamaan dengan kemampuan siswa dalam mengevaluasi praktik keagamaan digital secara kritis, termasuk memahami transparansi, akuntabilitas, keamanan, dan kredibilitas lembaga atau platform yang digunakan.

Konteks generasi muda digital juga memperkaya interpretasi terhadap temuan penelitian ini. Wang et al. (2025) menunjukkan melalui kajian mengenai Generasi Z dan praktik spiritual di media sosial bahwa ekspresi praktik spiritual generasi muda dapat berinteraksi dengan karakteristik ruang digital yang mereka gunakan. Walaupun konteks sosial dan

keagamaannya berbeda dengan penelitian pada siswa SMKN 1 Dlanggu, penelitian tersebut membantu menunjukkan bahwa teknologi digital bukan sekadar saluran netral untuk memindahkan praktik yang sebelumnya dilakukan secara konvensional. Lingkungan digital dapat menghadirkan bentuk interaksi, informasi, pertimbangan, dan evaluasi baru yang menyertai praktik spiritual atau keagamaan. Hal ini membantu menjelaskan mengapa pemahaman agama yang tinggi dalam penelitian ini tidak serta-merta menghasilkan sikap sedekah *online* yang juga dominan tinggi. Dengan demikian, karakter digital dari objek sikap perlu diperhitungkan ketika pendidikan agama ingin menghubungkan penguasaan pengetahuan keagamaan dengan praktik sosial-keagamaan generasi muda.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa pemahaman Agama Islam memiliki hubungan positif dan signifikan dengan sikap siswa terhadap sedekah *online*, tetapi kontribusinya dalam model hanya sebesar 5,3%. Temuan tersebut menjadi kontribusi penting karena menunjukkan bahwa hubungan antara pengetahuan agama dan sikap keagamaan dalam lingkungan digital tidak bersifat sederhana maupun tunggal. Secara pedagogis, pembelajaran Pendidikan Agama Islam dapat diarahkan tidak hanya pada pemahaman konsep dan ketentuan sedekah, tetapi juga pada kemampuan siswa untuk menerapkan nilai tersebut secara bertanggung jawab dalam ekosistem digital. Penguatan tersebut dapat mencakup literasi digital, penilaian terhadap kredibilitas informasi, pemahaman mengenai keamanan transaksi, serta kesadaran terhadap transparansi dan akuntabilitas lembaga filantropi. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model yang memasukkan *trust*, literasi digital, keamanan, kemudahan platform, *e-WoM*, pengaruh sosial, dan akuntabilitas untuk menguji apakah faktor-faktor tersebut dapat menjelaskan variasi sikap yang belum ter jelaskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya mengonfirmasi adanya hubungan antara pemahaman agama dan sikap sedekah *online*, tetapi juga memperlihatkan batas daya jelaskan pemahaman agama sekaligus membuka arah pengembangan penelitian mengenai pendidikan agama dan filantropi Islam di ruang digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman Agama Islam pada siswa SMKN 1 Dlanggu memiliki keterkaitan positif dan signifikan dengan sikap terhadap sedekah *online*, meskipun hubungan tersebut berada pada tingkat yang relatif rendah. Temuan ini memperlihatkan bahwa penguasaan pengetahuan keagamaan dapat menjadi salah satu dasar bagi terbentuknya sikap positif terhadap praktik filantropi digital, tetapi belum dapat menjelaskan keseluruhan keragaman respons siswa. Kondisi tersebut menegaskan bahwa penerapan nilai keagamaan dalam lingkungan digital tidak cukup dipahami hanya melalui penguasaan materi agama, melainkan perlu ditempatkan dalam konteks pengalaman siswa ketika berinteraksi dengan teknologi dan layanan filantropi digital. Oleh karena itu, pembelajaran Pendidikan Agama Islam perlu diarahkan untuk mempertemukan pemahaman nilai keagamaan dengan kemampuan siswa dalam menggunakan, menilai, dan merespons praktik sosial-keagamaan berbasis teknologi secara kritis dan bertanggung jawab.

Keterbatasan penelitian terletak pada penggunaan pemahaman Agama Islam sebagai satu-satunya variabel prediktor, sehingga masih terdapat variasi sikap siswa yang belum dapat dijelaskan melalui model penelitian ini. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi penelitian berikutnya untuk mengembangkan model yang lebih luas dengan mempertimbangkan *trust* terhadap platform, literasi digital, keamanan dan kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, *electronic word of mouth* (E-WoM), serta akuntabilitas lembaga filantropi. Penelitian

selanjutnya juga dapat memperluas subjek dan konteks penelitian atau membandingkan praktik sedekah *online* dengan sedekah konvensional untuk memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai perubahan perilaku filantropi pada generasi muda. Dengan arah tersebut, hasil penelitian ini dapat menjadi pijakan bagi pengembangan Pendidikan Agama Islam yang tidak hanya menekankan penguasaan pengetahuan keagamaan, tetapi juga membekali siswa dengan kecakapan menerapkan nilai tersebut secara relevan, etis, dan bertanggung jawab dalam kehidupan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amos, O. O. (2026). Digital media and Islamic philanthropic communication: A systematic review of zakat and sadaqah campaigns in Nigeria. *IMANIF: Islamic Economics, Management, and Finance Journal*, 1(2), 88–100. <https://imanif.arthacendekia.com/imanif/article/view/17>
- Ananda, R. T., Purnamasari, F., & Devi, Y. (2025). Pengaruh company reputation, e-social influence dan e-trust terhadap keputusan berdonasi di aplikasi Dompot Dhuafa. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 2246–2260. <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/1590>
- Anggara, M. R., Munandar, J. M., & Beik, I. S. (2025). The role of social media eWOM and motivation typology in urban Islamic digital donations. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 71–90. <https://journal.uui.ac.id/AJIM/article/view/41887>
- Augustiani, S., Aryati, A., & Hadi, A. (2026). Hubungan pemahaman Pendidikan Agama Islam dengan penyimpangan perilaku sosial siswa Sekolah Dasar Negeri 1 Banyuasin I. *AL-MUNAWWIR: Jurnal Komunikasi, Pendidikan, & Syari'ah*, 2(1). <https://ojs.um-palembang.ac.id/index.php/al-munawwir/article/view/1301>
- Darmawan, D., & Najibah, M. A. (2026). Pengaruh pembelajaran Pendidikan Agama Islam terhadap akhlak peserta didik setingkat sekolah menengah pertama. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(3), 1452–1471. <https://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan/article/view/8060>
- Fazira, S. M., Imsar, I., & Harahap, M. I. (2025). Pengaruh religiusitas, kemudahan, keamanan, dan media sosial terhadap minat menggunakan platform crowdfunding melalui Kitabisa.com. *Jambura Economic Education Journal*, 7(2), 637–655. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jej/article/view/31258>
- Jannah, B. R. (2026). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat secara *online*. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 9(1), 151–168. <https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/28435>
- Juniza, L., Meilani, F., Wulandari, P., Syaifullah, A., & Samiyono, S. (2026). Etika fundraising dalam Islam: Studi kritis terhadap transparansi dan akuntabilitas lembaga filantropi syariah di Indonesia. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 4(2), 2679–2690. <https://multidisipliner.org/ijim/article/view/589>
- Kim, J., Chae, H. S., & Yoon, C. (2026). Predictors for online donation behavior: Integrating TPB, SDT, NAM and trust. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 38(3), 331–362. <https://doi.org/10.1080/10495142.2025.2559377>
- Lisnawati, R., Safitri, N., & Hasanah, N. (2025, September). Pengaruh electronic word of mouth (E-WoM) dan trustworthiness terhadap prevalensi pembayaran sedekah online

- di kalangan Generasi Z. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (Vol. 5, No. 2).
<https://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/view/10640>
- Nola, D. A., Deliyana, E., Hasrin, H. P. A., & Mumtazah, S. (2026). Peran media digital dalam manajemen lembaga filantropi di era Generasi Z. *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 61–75.
<https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic/article/view/2895>
- Oktavia, R. O. R., Ananda, N., Marni, T., & Fitriana, R. D. (2026). Perilaku sosial keagamaan Gen Z di era digital di Desa Talang Padang Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan. *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 4(3), 4779–4791.
<https://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim/article/view/9589>
- Putra, D. A., & Isabella. (2026). Digital literacy and radicalism potential: An analysis of youth digital behavior in South Sumatra. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 11(2), 592–602.
<https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/PDP/article/view/7101>
- Putri, R. A. M., & Jatnika, D. (2025). Pengaruh religiusitas, literasi zakat, dan kepercayaan (trust) terhadap minat Muslim Generasi Z dalam membayar zakat digital. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(3), 66–82.
<https://doi.org/10.59841/jureksi.v3i3.2927>
- Rahmi, U. Q., Alfalah, S. R., Supriadi, U., Jamil, H., & Setiawan, Z. (2025). Sinergitas kemampuan pedagogik guru dan orang tua dalam mengembangkan sikap sosial-spiritual peserta didik pada Pendidikan Agama Islam. *At-Tarbiyah Al-Mustamirrah: Jurnal Pendidikan Islam*, 6(1), 13–32.
<https://ejournal.uinmybatusangkar.ac.id/ojs/index.php/at-tarbiyah/article/view/14958>
- Safika, S., & Mardikaningsih, R. (2025). Pengaruh kepercayaan dan religiusitas terhadap keputusan sedekah online. *Currency (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah)*, 3(2), 442–467. <https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/currency/article/view/641>
- Sugiyanto, B., El-Syam, R. S., & Maidah, I. N. (2026). Implikasi pemahaman birrul walidain pada materi Pendidikan Agama Islam dalam membentuk sikap sosial dan etika siswa kelas X SMA Takhasus Al-Qur'an Wonosobo. *Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Al-Amin*, 5(1), 354–364.
<https://ejournal.staialamin.ac.id/index.php/pgmi/article/view/616>
- Usman, R. A. U. (2025). Transformasi generasi digital: Mengoptimalkan penggalangan dana daring dan literasi filantropi melalui Warung Bumbu Langit. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 10(1), 33–52. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pasca/jkii/article/view/1403>
- Verawati, E., Aziz Q, I., & Hayati, R. M. (2026). Integrasi media digital dalam Pendidikan Agama Islam: Solusi penguatan kepribadian Islami siswa di luar sekolah pada era Industri 5.0. *Contemporary Islamic Learning and Society*, 1(1), 30–39.
<https://journal.nimsyapublisher.id/index.php/cilas/article/view/33>
- Wang, J., Balakrishnan, B., Wan, X., Yu, Q., & Ye, Q. (2025). The revival of spiritual practices: Factors influencing the “seeking deities and offering prayers” behavior of China’s Generation Z on social media in an atheistic context. *Frontiers in Psychology*, 15, 1485265.
<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2024.1485265/full>



- Yanti, S. N. M., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2026). Pengaruh kepercayaan, kemudahan platform, dan akuntabilitas perusahaan terhadap minat masyarakat menggunakan fintech crowdfunding Kitabisa di Karawang. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 4(2), 52–67. <https://ukitoraja.id/index.php/jumek/article/view/692>
- Zikrinawati, K., Isrounnastiti, F., & Aiyuda, N. (2023). Keputusan donasi online ditinjau dari pengaruh trust dan persepsi risiko. *JIVA: Journal of Behaviour and Mental Health*, 4(1), 98–111. <https://doi.org/10.30984/jiva.v4i1.2533>