

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wakaf merupakan instrumen ekonomi Islam yang sudah ada sejak awal kedatangan Islam. Sepanjang sejarahnya, wakaf telah berperan penting dalam mendorong pertumbuhan di berbagai sektor, mulai dari sosial, ekonomi, hingga kebudayaan. Selain itu, keberadaan wakaf juga telah banyak memfasilitasi para ilmuwan Muslim dalam menjalankan riset dan pendidikan, sehingga dapat mengurangi ketergantungan pada sumber dana pemerintah. Dalam konteks sosial, wakaf menjadi instrumen jaminan sosial dalam rangka membantu kaum yang membutuhkan untuk memenuhi hajat hidup, baik berupa kesehatan, bantuan sosial, hingga pendidikan.¹

Wakaf adalah menahan harta baik secara abadi atau sementara dari segala bentuk tindakan pribadi, seperti menjual, menghibahkan, atau yang lainnya dengan tujuan memanfaatkan hasilnya bagi kepentingan umum, sesuai dengan syariat Islam.² Adapun harta benda wakaf menurut Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 Pasal 16 ayat (1) terbagi menjadi dua jenis, yaitu benda tidak bergerak dan benda bergerak. Benda tidak bergerak meliputi tanah, bangunan, tanaman, hak milik atas satuan rumah susun, dan benda tidak bergerak lainnya. Sedangkan

¹ Nanda Suryadi and Arie Yusnelly, "Pengelolaan Wakaf Uang di Indonesia," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2019): 27–36.

² Abdurrahman Kasdi, *Fiqih Wakaf Dari Wakaf Klasik Hingga Wakaf Produktif* (Bantul: Idea Press Yogyakarta, 2021).

benda bergerak meliputi uang, logam mulia, surat berharga, kendaraan, hak atas kekayaan intelektual, dan benda bergerak lainnya.³

Wakaf uang di Indonesia mulai dikenal sejak dikeluarkannya fatwa wakaf uang oleh Komisi Fatwa MUI pada tahun 2002. Fatwa tersebut berisi lima poin penting. Pertama, wakaf uang (*Cash Wakaf/Waqf al-Nuqud*) adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. Kedua, termasuk ke dalam pengertian uang adalah surat-surat berharga. Ketiga, wakaf uang hukumnya *jawaz* (boleh). Keempat, wakaf uang hanya boleh disalurkan dan digunakan untuk hal-hal yang dibolehkan secara syar'i. Kelima, nilai pokok wakaf uang harus dijamin kelestariannya, tidak boleh dijual, dihibahkan, dan/atau diwariskan.⁴

Sebagai negara yang memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, menjadikan Indonesia memiliki potensi wakaf uang yang sangat besar. Namun, dari potensi tersebut nilai wakaf uang yang terealisasi pada tahun 2023 tercatat sebesar Rp2,3 triliun. Jumlah tersebut masih jauh dari potensi wakaf uang yang sebesar Rp180 triliun per tahunnya.⁵ Untuk memaksimalkan potensi dari wakaf uang tersebut maka perlu adanya inovasi dari pelayanan wakaf, salah satunya

³ Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf,” 2004.

⁴ Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia, “Keputusan Fatwa Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tentang Wakaf Uang,” 2002.

⁵ Redaksi Badan Wakaf Indonesia, “BWI Sebut Perlu Akselerasi Wakaf Uang Agar Potensinya Terserap Maksimal,” Badan Wakaf Indonesia, 2024, <https://www.bwi.go.id/9336/2024/02/25/bwi-sebut-perlu-akselerasi-wakaf-uang-agar-potensinya-terserap-maksimal>.

bertransformasi menggunakan media digital.⁶ Berkaitan dengan digitalisasi tersebut, Peraturan BWI No. 1 Tahun 2020, pada pasal 7 dan pasal 9 mengatur bahwasannya setoran wakaf uang dapat dilakukan melalui saluran media elektroik, seperti anjungan tunai mandiri, *phone banking*, *internet banking*, *mobile banking*, dan/atau *auto debet*.⁷

Potensi wakaf uang juga dapat terlihat di berbagai daerah, termasuk di Provinsi D.I. Yogyakarta. Berdasarkan survei Indeks Literasi Wakaf (ILW) yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) pada tahun 2020, Provinsi D.I. Yogyakarta mencatat skor 64,7 pada indeks pemahaman dasar wakaf, yang masuk dalam kategori menengah.⁸ Selain itu, berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa lembaga pengelola wakaf uang di Provinsi D.I. Yogyakarta, menunjukkan bahwa realisasi penghimpunan wakaf uang di Yogyakarta yang masih di bawah Rp2 miliar, jauh tertinggal dibanding provinsi lain seperti Jawa Timur, yang telah menghimpun wakaf uang lebih dari Rp 2 miliar.⁹ Hal ini menunjukkan bahwa potensi wakaf uang di Provinsi D.I. Yogyakarta belum dioptimalkan secara maksimal.

⁶ Redaksi Badan Wakaf Indonesia, “Digitalisasi Wakaf, Upaya BWI Untuk Mencapai Potensi Wakaf Di Masa Pandemi,” Badan Wakaf Indonesia, 2021, <https://www.bwi.go.id/7545/2021/12/02/digitalisasi-wakaf-upaya-bwi-untuk-mencapai-potensi-wakaf-di-masa-pandemi/>.

⁷ Badan Wakaf Indonesia, “Peraturan Badan Wakaf Indonesia Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Pedoman dan Pengembangan Harta Benda Wakaf,” 2019.

⁸ Badan Wakaf Indonesia, “Laporan Hasil Survey Indeks Literasi Wakaf Nasional Tahun 2020,” 2020, <https://www.bwi.go.id/4849/2020/05/20/laporan-hasil-survey-indeks-literasi-wakaf-nasional-tahun-2020/>.

⁹ BWI Jawa Timur, “Laporan Nadzir Wakaf Uang Jatim 2022,” BWI Jawa Timur, 2022, <https://www.jatim.bwi.go.id/p/laporan-nadzir-wakaf-uang-jatim-2022.html?m=1>.

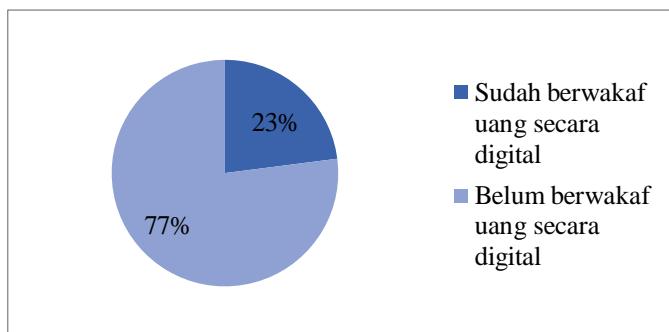
Kondisi ini memperkuat urgensi untuk dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang, guna mengetahui hambatan dan pendorongnya secara empiris. Terlebih, Provinsi D.I. Yogyakarta memiliki potensi struktural yang kuat, seperti adanya keberadaan 21 nazar wakaf uang serta hadirnya platform digital wakaf uang PasifAmal.id, yang merupakan merek terdaftar dari Yayasan Edukasi Wakaf Indonesia. Platform ini berhasil meraih rekor MURI pada 24 Juni 2024 untuk kategori wakaf uang berjangka serentak secara daring.¹⁰ Dengan jumlah nazar wakaf uang yang cukup banyak serta keberhasilan platform digital tersebut, potensi penghimpunan dana wakaf uang di Provinsi D.I. Yogyakarta semakin terbuka lebar.

Secara nasional, berbagai platform digital wakaf uang telah hadir untuk memudahkan masyarakat dalam berwakaf uang kapan saja dan dimana saja. Beberapa diantaranya yaitu berkahwakaf.id, Rumah Wakaf, Dompet Dhuafa, Sinergi Foundation, PasifAmal.id, dan sebagainya. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa platform tersebut, PasifAmal.id memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan platform lainnya. Platform ini menawarkan berbagai program wakaf uang yang dapat dipilih sesuai preferensi pengguna. Platform ini dilengkapi dengan fitur filter untuk menentukan lokasi, kategori, dan jenis wakaf uang. Sebagai contoh, pengguna dapat memilih lokasi di Provinsi D.I.

¹⁰ MURI, “Wakaf Uang Berjangka Serentak Pertama Secara Daring,” MURI, 2024, https://muri.org/Website/Rekor_detail/wakaf_uang_berjangka_serentak_pertama_secara_daring.

Yogyakarta untuk kategori program ekonomi, seperti program wakaf uang dana abadi modal kerja halal UMK Gunungkidul, dengan jenis wakaf uang berjangka. Berkat kemudahan tersebut, jumlah wakaf uang yang berhasil terhimpun oleh PasifAmal.id per Desember tahun 2024 tercatat lebih dari Rp1 miliar.¹¹

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilaksanakan peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada 74 masyarakat Muslim di Provinsi D.I. Yogyakarta, menunjukkan hasil sebagai berikut:



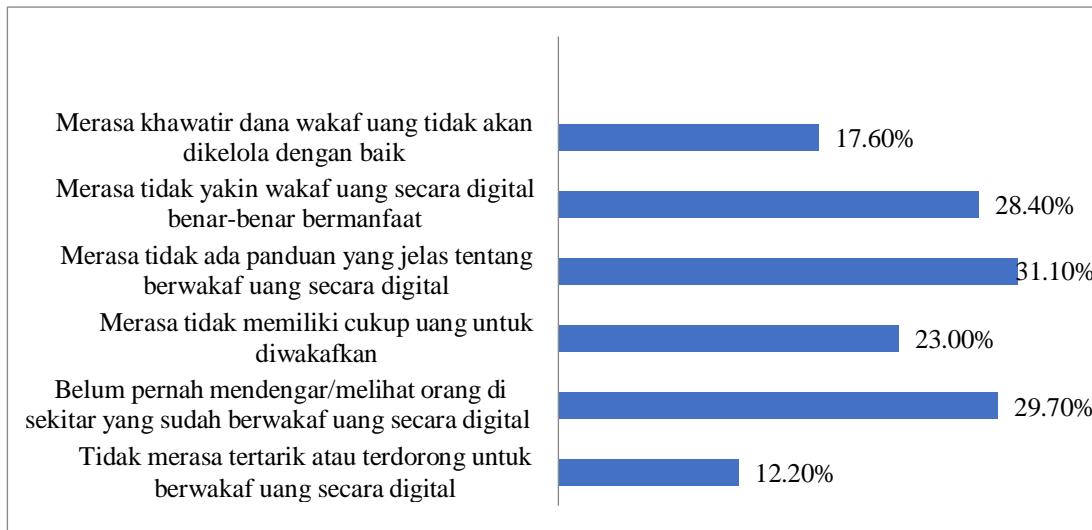
Sumber: Data diolah (2024)

Gambar 1. 1 Hasil Survei Masyarakat yang Telah Berwakaf Uang Secara Digital dan Belum Berwakaf Uang Secara Digital

Berdasarkan Gambar 1.1 terlihat bahwa terdapat 23% (17 orang) responden yang sudah pernah berwakaf uang secara digital, sementara sebanyak 77% (57 orang) itu belum pernah berwakaf uang secara digital. Hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk berwakaf uang. Selain itu, berdasarkan studi pendahuluan tersebut juga dapat diketahui

¹¹ “Pasif Amal,” PasifAmal.id, 2024.

alasan masyarakat sampai saat ini belum berwakaf uang secara digital, seperti yang tertera pada Gambar 1.2 berikut:



Sumber: Data diolah (2024)

Gambar 1. 2 Faktor yang Memengaruhi Masyarakat Belum Berwakaf Uang Secara Digital

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa banyak orang belum melakukan wakaf uang secara digital, diantaranya karena kurangnya panduan atau informasi yang jelas tentang cara berwakaf uang secara digital. Minimnya informasi dan edukasi mengenai proses berwakaf uang secara digital membuat masyarakat merasa bingung dan ragu. Tanpa pentunjuk yang jelas, masyarakat tidak mengetahui langkah-langkah yang harus diambil untuk dapat berwakaf uang secara digital. Selain itu, banyak responden merasa belum pernah mendengar atau melihat ada orang di sekitar linkungannya yang sudah berwakaf uang secara digital. Hal ini

menciptakan ketidakpastian dan kurangnya kepercayaan terhadap sistem wakaf uang digital. Oleh karena itu, penting untuk menyediakan panduan yang jelas dan transparan tentang proses wakaf uang digital. Dengan adanya informasi yang memadai dan contoh nyata dari orang-orang yang telah berwakaf uang secara digital, diharapkan masyarakat akan lebih percaya dan termotivasi untuk berpartisipasi dalam wakaf uang secara digital.

Setelah mengidentifikasi bahwa banyak masyarakat belum berwakaf uang secara digital, maka penting untuk memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat mereka dalam berwakaf uang secara digital. Minat adalah tanda suka atau ketertarikan seseorang terhadap suatu hal tanpa adanya suatu paksaan.¹² Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Minat wakaf uang secara digital mengacu pada keinginan seseorang untuk berkontribusi dalam wakaf uang berdasarkan kesadaran dan ketertarikannya terhadap manfaat spiritual dan sosial dari wakaf. Seseorang akan melakukan suatu perilaku, termasuk berwakaf uang jika ia memiliki keinginan atau minat yang kuat untuk melakukannya.¹³

Berkaitan dengan minat wakaf uang secara digital, terdapat banyak penelitian yang membahas mengenai minat wakaf dan faktor-faktor yang dapat

¹² Indah Ayu Anggraini, Wahyuni Desti Utami, and Salsa Bila Rahma, “Analisis Minat Dan Bakat Peserta Didik Terhadap Pembelajaran,” *Terampil: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Dasar* 7, no. 1 (2020): 23–28.

¹³ Ahmad Afandi, Darwis Harahap, and Maisarah Lubis, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wakif Dalam Berwakaf Pada Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS) Dengan Altruisme Sebagai Variabel Moderasi,” *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam* 15, no. 1 (2022): 50–66.

memengaruhinya. Penelitian yang dilakukan oleh Kameswari, Beik, dan Asnawi menunjukkan bahwa minat berwakaf uang secara digital dipengaruhi oleh norma subjektif, promosi jabatan, dan pendidikan.¹⁴ Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Mujahidah dan Rusydiana menunjukkan bahwa minat berwakaf uang secara digital dapat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsi.¹⁵ Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Andriani, Julina, dan Herlinda hasilnya menunjukkan bahwa minat dapat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan.¹⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Qolbi dan Sukmana hasilnya menunjukkan bahwa minat berwakaf uang dapat dipengaruhi oleh persepsi kegunaan.¹⁷ Kemudian, penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Najmudin, Atiah, Sujai, dan Ajiz menemukan bahwa minat berwakaf uang dapat dipengaruhi oleh kepercayaan.¹⁸ Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahma, Najib, dan Saptono menunjukkan bahwa minat berwakaf uang secara digital juga dapat dipengaruhi oleh *performance expectancy, effort expectancy, social influence*,

¹⁴ Ika Kameswari, Irfan Syauqi Beik, and Yudha Heryawan Asnawi, “Factors That Influence Waqif Intention on Cash Waqf and Waqf Through Money (Case Study Berkahwakaf.Id Indonesian Waqf Board),” *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam* 14, no. 2 (2023): 231–51.

¹⁵ Anisa Syahidah Mujahidah and Aam Slamet Rusydiana, “Perceptions of Indonesian Muslim Youth on Factors Influencing Their Intention to Perform Cash Waqf,” *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)* 6, no. 1 (2023): 53–72.

¹⁶ Desi Andriani, Julina, and Herlinda, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Wakaf Uang (Studi Empiris Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau),” *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 7 (2024): 30–40.

¹⁷ A’yun Qolbi and Raditya Sukmana, “Determinan Niatan Mahasiswa Terhadap Wakaf Tunai Secara Online Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 9, no. 1 (2022): 78–91.

¹⁸ Najmudin et al., “Minat Milenial Kota Serang Dalam Berwakaf Uang,” *Syi ’Ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* 7, no. 2 (2022): 183–98.

*facilitating condition, hedonic motivation, price value, habit, dan perceived security.*¹⁹

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat memiliki perbedaan hasil pada setiap penelitiannya. Oleh karena itu, penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti masih relevan untuk dikaji lebih lanjut.

Pada penelitian ini akan lebih difokuskan pada persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, dan kepercayaan.

Faktor pertama yang dapat memengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf uang secara digital adalah persepsi kegunaan. Semakin tinggi persepsi pengguna bahwa platform untuk berwakaf uang secara digital banyak memberikan manfaat dalam menunjang kebutuhannya atau menyelesaikan pekerjaannya, maka sikap masyarakat terhadap platform tersebut akan semakin positif.²⁰ Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap dalam berwakaf uang secara digital.²¹ Selain itu, persepsi kegunaan juga berpengaruh terhadap minat berwakaf uang secara digital. Semakin baik layanan wakaf uang digital, seperti adanya fitur transparansi penghimpunan dan penyaluran dana, maka seseorang akan lebih terdorong untuk

¹⁹ Meutia Rahma, Mukhammad Najib, and Imam Teguh Saptono, “Analisis Intensi Wakif Gen Y Dalam Gerakan Digital Berwakaf Uang Atau Melalui Uang Di Indonesia,” *Jurnal Implikasi Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 2 (2021): 763–77.

²⁰ Siti Fazriah, Citra Sukmadilaga, and Indri Yuliafitri, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wakif Dalam Berwakaf Melalui Platform Wakaf Hasanah,” *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 13, no. 1 (2023): 246–65.

²¹ Fazriah, Sukmadilaga, and Yuliafitri.

menggunakannya. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niatan membayar wakaf secara online.²² Sedangkan, dalam penelitian lainnya, menemukan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat berdonasi pada platform *crowdfunding*.²³

Faktor kedua yaitu persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan dapat berpengaruh terhadap sikap masyarakat. Semakin tinggi persepsi masyarakat bahwa platform untuk berwakaf uang secara digital mudah digunakan, maka sikap masyarakat terhadap platform untuk berwakaf uang secara digital juga semakin positif.²⁴ Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap dalam berwakaf uang secara digital.²⁵ Sedangkan, dalam penelitian lain hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap pengguna.²⁶ Kemudian, jika seseorang merasa bahwa proses wakaf uang mudah dan tidak rumit, maka cenderung untuk berminat melakukannya. Hal ini sejalan dengan penelitian

²² Qolbi and Sukmana, “Determinan Niatan Mahasiswa Terhadap Wakaf Tunai Secara Online Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model.”

²³ Celine Linardi and Triasesiarta Nur, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding,” *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 4, no. 2 (2021): 249–67.

²⁴ Fazriah, Sukmadilaga, and Yuliafitri, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wakif Dalam Berwakaf Melalui Platform Wakaf Hasanah.”

²⁵ Fazriah, Sukmadilaga, and Yuliafitri.

²⁶ Farokhah Muzayinatur Niswah, Lu’liyatul Mutmainah, and Diah Ayu Legowati, “Muslim Millennial’s Intention of Donating for Charity Using Fintech Platform,” *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 5, no. 3 (2019): 623–44.

terdahulu yang hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat berwakaf uang melalui platform digital wakaf uang.²⁷

Faktor ketiga yang dapat memengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf uang secara digital adalah sikap. Sikap seseorang terhadap wakaf uang terbentuk dari keyakinan dan perilakunya. Apabila seseorang memiliki keyakinan positif bahwa berwakaf uang dapat memberikan manfaat spiritual dan sosial, maka hal ini semakin meningkatkan minatnya untuk berwakaf uang. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang hasilnya menunjukkan bahwa sikap berpengaruh terhadap niat berwakaf tunai.²⁸ Sedangkan, pada penelitian lain hasilnya menunjukkan bahwa sikap tidak berpengaruh terhadap minat berwakaf uang.²⁹

Faktor keempat yang dapat memengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf uang secara digital adalah norma subjektif. Keyakinan dan dorongan dari lingkungan masyarakat tentang besarnya manfaat dari berwakaf uang dapat menumbuhkan minat masyarakat dalam melakukan wakaf uang. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang hasilnya menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap minat berwakaf uang.³⁰ Sedangkan, pada penelitian lain

²⁷ Niswatin Hasanah, “Wakaf Uang: Pengaruh Kognisi, Religiusitas, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Berwakaf,” *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)* 8, no. 2 (2022): 179–206.

²⁸ Ryan Pamungkas and Bahtiar Fitianto, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berwakaf Tunai Seperti Yang Dijelaskan Teori Planned Behavior,” *Islamic Economics and Finance in Focus* 1, no. 3 (2022): 264–74.

²⁹ Irawati, Chairul Hudaya, and Diah Anggeraini Hasri, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Dana Abadi Berbentuk Wakaf Tunai Di Perguruan Tinggi Swasta,” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5, no. 8 (2022): 2855–66.

³⁰ Ali Akbar Hidayat, Moh. Huzaini, and Ihsan Ro’is, “Minat Masyarakat Kota Mataram Berwakaf Uang Yang Dimoderasi Oleh Religiusitas,” *JIGE: Jurnal Ilmiah Global Education* 5, no. 1 (2024): 750–60.

hasilnya menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat seseorang untuk berwakaf uang.³¹

Faktor kelima yang dapat memengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf uang secara digital adalah persepsi kontrol perilaku. Persepsi kontrol perilaku dapat dipengaruhi oleh faktor kepribadian dan kemampuan, faktor ini dapat memberikan dorongan kepada seseorang dalam berwakaf uang melalui media fintech. Saat ini, beberapa lembaga wakaf telah berinovasi dengan memanfaatkan *fintech* untuk meningkatkan penghimpunan wakaf uang, seperti melalui aplikasi *mobile banking*, *e-wallet*, serta *marketplace*. Dengan pemanfaatan media tersebut, maka seseorang akan lebih terdorong untuk berwakaf uang. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat berwakaf uang.³² Sedangkan, dalam penelitian lain hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap niat berwakaf uang.³³

Faktor keenam yang dapat memengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf uang secara digital adalah kepercayaan. Kepercayaan menjadi dasar niat masyarakat untuk menyalurkan dananya ke badan amal, salah satunya yaitu

³¹ Fuad Hasyim and Yulfan Arif Nurohman, “Adopsi Teori Perilaku Berencana Dalam Menganalisis Niat Melakukan Wakaf Tunai,” *Among Makarti* 14, no. 1 (2021): 78–92.

³² Umar Syarie and Maulida Nurhidayati, “Pengaruh Perilaku Berencana Terhadap Minat Berwakaf Uang Dengan Media Fintech Di Kabupaten Ponorogo,” *Nidhomiyah: Research Journal of Islamic Philanthropy and Disaster* 1, no. 2 (2022): 71–94.

³³ Siti Mudrikah, “Determinan Terhadap Niat Membayar Wakaf Uang,” *El-Buhuth* 4, no. 1 (2021): 13–27.

lembaga wakaf. Dengan kejujuran, kemampuan, dan konsistensi lembaga wakaf dalam mengelola dana wakaf uang, maka akan sangat memengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf uang. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat berwakaf uang.³⁴ Sedangkan, dalam penelitian lain hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat berwakaf tunai secara online.³⁵

Penelitian tentang faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf uang ini pernah dilakukan diberbagai wilayah. Berbagai penelitian mengenai faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf uang juga memiliki hasil yang tidak konsisten. Sehingga, peneliti tertarik untuk kembali meneliti terkait faktor yang memengaruhi masyarakat dalam berwakaf uang secara digital dengan variabel eksogen meliputi norma subjektif, kontrol perilaku persepsi, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, serta kepercayaan, serta variabel intervening yaitu sikap. Selain itu, peneliti juga meneliti minat masyarakat sebagai variabel endogen.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena wakaf uang sebagai instrumen keuangan syariah memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat berwakaf uang secara digital, lembaga wakaf dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk menarik partisipasi masyarakat. Berdasarkan latar belakang tersebut,

³⁴ Najmudin et al., “Minat Milenial Kota Serang Dalam Berwakaf Uang.”

³⁵ Hanna Syahidah and Dwi Retno Widiyanti, “Niat Wakaf Tunai Online Pada Mahasiswa Ekonomi Islam,” *IEFF: Islamic Economics and Finance in Focus* 1, no. 4 (2022): 360–72.

peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam Berwakaf Uang Melalui Platform PasifAmal.id**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil yaitu:

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id?
3. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id?
4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id?
5. Apakah norma subjektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id?

6. Apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform pasifamal.id?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform pasifamal.id?
8. Apakah sikap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang terjadi, maka dapat ditentukan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah persepsi kegunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah persepsi kegunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah persepsi kegunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah norma subjektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id.
6. Untuk mengetahui apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id.
7. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah sikap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muslim di Yogyakarta dalam berwakaf uang melalui platform PasifAmal.id.

D. Kegunaan Penelitian

Peneliti memiliki harapan untuk terealisasinya sebuah karya ilmiah yang dapat bermanfaat bagi para pembaca. Kegunaan yang diharapkan antara lain:

1. Bagi Akademisi
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai wakaf uang.

- b. Sebagai wujud implementasi perbandingan teori yang didapatkan di bangku kuliah dengan yang sebenarnya terjadi di lapangan.
- c. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan dan penyempurnaan penelitian sebelumnya.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak atau lembaga yang berkepentingan sebagai bahan evaluasi kinerja lembaga khususnya platform digital wakaf uang, agar masyarakat lebih tertarik untuk berwakaf uang melalui platform digital.

3. Bagi Masyarakat Umum

- a. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya berwakaf uang dan manfaatnya bagi umat.
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berwakaf uang secara digital.