

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Dalam Berwakaf Secara Online Di Kota Medan

Nelmi Sari¹

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara¹

nelmisnasution@gmail.com

Muhammad Yafiz²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara²

muhammadyafiz@uinsu.ac.id

Aqwa Naser Daulay³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara³

aqwanaserdaulay@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital, pemahaman wakaf, dan kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital terhadap minat masyarakat Muslim dalam berwakaf secara online di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria masyarakat Muslim Kota Medan yang berusia minimal 17 tahun dan memiliki pemahaman atau pengalaman terkait layanan wakaf digital. Analisis data dilakukan menggunakan SEM-PLS dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS melalui tahapan uji validitas konvergen, validitas diskriminan, reliabilitas, uji determinasi dan uji hoptesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf secara online (sig. 0,569 > 0,05), demikian pula pemahaman wakaf yang tidak berpengaruh signifikan (sig. 0,965 > 0,05). Sebaliknya, kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf secara online (sig. 0,000 < 0,05). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,066 menunjukkan bahwa 6,6% variasi minat berwakaf secara online dapat dijelaskan oleh model penelitian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital merupakan faktor dominan dalam meningkatkan minat masyarakat Muslim untuk berwakaf secara online di Kota Medan.

Kata Kunci

Literasi digital, Pemahaman wakaf, Kepercayaan, Minat

PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan teknologi digital telah menghadirkan transformasi besar dalam berbagai dimensi kehidupan manusia, tidak hanya memengaruhi cara individu berkomunikasi, tetapi juga mengubah pola aktivitas sosial, ekonomi, dan keagamaan dalam praktik filantropi

Islam seperti wakaf. Di tengah meningkatnya penggunaan internet dan layanan keuangan digital, konsep wakaf online muncul sebagai inovasi yang mempermudah umat Muslim dalam menunaikan ibadah wakaf dengan lebih cepat, aman, dan transparan (Augusta et al., 2025). Terlebih lagi potensi wakaf di Indonesia sangat besar mengingat mayoritas masyarakat menganut agama Islam. Data Sistem Informasi Wakaf (SIWAK) Kementerian Agama menunjukkan bahwa potensi wakaf tanah di Indonesia mencapai 414.829 titik lokasi dengan luas keseluruhan sebesar 55.259,87 hektar. Sementara itu, Badan Wakaf Indonesia (BWI) mencatat bahwa potensi wakaf tunai dapat mencapai Rp180 triliun per tahun (KNEKS, 2021). Maka dari itu pengembangan wakaf secara online sangat krusial dan diperlukan.

Kota Medan sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia mengalami perkembangan digitalisasi yang mendorong hadirnya layanan wakaf berbasis aplikasi dan platform online. Meskipun demikian, peningkatan partisipasi masyarakat dalam wakaf online tidak selalu sejalan dengan perkembangan teknologi karena masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti literasi keagamaan, pemahaman teknologi, kepercayaan terhadap lembaga pengelola wakaf, persepsi keamanan transaksi digital, religiusitas, motivasi beribadah, serta pengetahuan mengenai wakaf dan manfaatnya. Sebagai instrumen filantropi Islam yang berperan dalam pembangunan sosial dan penguatan ekonomi umat, wakaf digital memiliki potensi besar untuk memperluas penghimpunan dana dan meningkatkan efisiensi pengelolaan aset wakaf di Kota Medan. Namun, rendahnya pemahaman masyarakat mengenai wakaf produktif masih menjadi kendala dalam mengoptimalkan potensi tersebut, sehingga diperlukan edukasi, sosialisasi, dan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat Muslim untuk berwakaf secara online (Siregar & Syahbudi, 2022; Prayoga & Yafiz, 2022).

Selain faktor internal, faktor eksternal seperti keberadaan lembaga pengelola wakaf yang profesional dan akuntabel turut menentukan partisipasi masyarakat dalam wakaf online (Jafar et al., 2025). Lembaga wakaf yang mampu menunjukkan transparansi dalam laporan keuangan, tata kelola yang baik, serta kemudahan akses informasi biasanya lebih mudah mendapatkan kepercayaan masyarakat. Di Kota Medan, sejumlah lembaga filantropi mulai memanfaatkan teknologi digital dalam proses penghimpunan dan penyaluran wakaf untuk meningkatkan efektivitas layanan. Namun demikian, sebagian masyarakat masih meragukan keamanan transaksi online serta kredibilitas platform digital yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kepercayaan merupakan variabel penting dalam mendorong niat masyarakat untuk berwakaf secara online. Oleh karena itu, lembaga wakaf perlu meningkatkan kualitas layanan, khususnya dengan menekankan transparansi, akuntabilitas, dan keamanan sistem untuk membangun persepsi positif masyarakat (Batubara & Syahbudi, 2022).

Digitalisasi wakaf berperan penting dalam meningkatkan produktivitas pengelolaan aset wakaf melalui pemanfaatan teknologi, seperti sistem informasi, data analytics, dan aplikasi digital yang mendukung penyaluran manfaat secara lebih efektif dan tepat sasaran (Kasmon et al., 2024). Masyarakat yang memahami manfaat wakaf produktif cenderung memiliki minat lebih besar untuk berpartisipasi dalam wakaf online, meskipun rendahnya literasi digital masih menjadi kendala bagi sebagian masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan elektronik. Oleh karena itu, edukasi dan pelatihan teknologi menjadi faktor penting dalam mendorong partisipasi wakaf digital (Fadillah & Yafiz, 2022). Selain itu, keberhasilan implementasi wakaf online juga memerlukan sistem yang menjamin keamanan transaksi, keabsahan akad, kepastian hukum, serta perlindungan data pribadi. Meskipun pemerintah dan

berbagai lembaga telah berupaya memperkuat regulasi dan layanan digital yang terintegrasi, kekhawatiran masyarakat terhadap legalitas, transparansi, dan potensi penyalahgunaan dana masih menjadi hambatan. Dengan demikian, literasi digital, kepercayaan terhadap lembaga pengelola, dan kepatuhan terhadap regulasi menjadi faktor penting yang memengaruhi minat masyarakat Muslim untuk berwakaf secara digital di Kota Medan (Burhanudin, 2020).

Meningkatkannya digitalisasi layanan wakaf mendorong lahirnya beberapa penelitian yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat berwakaf secara online. Namun demikian, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang belum konsisten. Beberapa penelitian menemukan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap minat berwakaf secara online (Aulia et al., 2024; Sanusi et al., 2025) karena kemampuan teknologi dinilai mampu meningkatkan kemudahan akses dan penggunaan platform digital. Sebaliknya, penelitian lain menunjukkan bahwa literasi digital tidak selalu menjadi faktor utama yang mendorong partisipasi masyarakat dalam berwakaf, karena penggerak partisipasi berwakaf berbeda menurut populasi dan sering lebih ditentukan oleh religiositas, sikap, kepercayaan, kemudahan, manfaat, dan pengaruh sosial (Almomani et al., 2024). Ketidakkonsistenan ini juga terlihat pada variabel pemahaman wakaf, dimana sebagaimana penelitian menyatakan bahwa pemahaman yang baik mengenai wakaf dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berwakaf secara online (Sanusi et al., 2025; Sukirman et al., 2026), sementara penelitian lainnya menunjukkan bahwa pengetahuan wakaf tidak secara otomatis mendorong niat untuk berwakaf secara digital (Canggih et al., 2025). Inkonsistensi tersebut menunjukkan masih adanya ruang untuk melakukan pengujian kembali hubungan antara literasi digital, pemahaman wakaf dan minat berwakaf secara online.

Selain itu, sebagai besar penelitian lebih banyak menyoroiti aspek teknologi dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (Akbar & Zaerofi, 2025; Sanusi et al., 2025; Sukirman et al., 2026), seperti persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat sebagai determinana utama minat menggunakan platform wakaf digital. Sementara kajian yang mengintegrasikan faktor literasi digital, pemahaman wakaf dan kepercayaan terhadap lembaga wakaf dalam satu model penelitian masih relatif terbatas. Padahal, dalam praktik wakaf digital, kepercayaan terhadap lembaga pengelola wakaf memiliki peran yang sangat penting karena wakaf merupakan instrumen filantropi yang memiliki peran yang sangat penting yang menuntut tingkat amanah, transparansi, dan akuntabilitas yang tinggi. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan empiris mengenai bagaimana ketiga faktor tersebut memengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf secara online. Disisi lain, sebagian besar penelitian mengenai wakaf digital dilakukan pada konteks masyarakat Pulau Jawa sehingga hasilnya belum tentu dapat menggambarkan perilaku msyarakat muslim diwilayah lainnya.

Berdasarkan uraian gap penelitian tersebut, penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan tersebut guna menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwakaf secara online. Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh literasi digital, pemahaman wakaf, dan kepercayaan terhadap minat berwakaf secara online. Adapun novelty penelitian ini yakni menggunakan *Theory of Planed Behavior* sebagai landasan teori sehingga memperkaya pengembangan *Theory of Planned Behavior* dalam konteks filantropi Islam digital. Secara empiris, penelitian ini memberikan bukti baru dari konteks Kota Medan yang masih minim dikaji dalam literatur wakaf digital.

TINJAUAN TEORITIS

Dalam penelitian ini landasan teori bersandar pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (Ajzen, 1991). TPB menjelaskan bahwa niat (*intention*) merupakan faktor utama yang menentukan perilaku seseorang. Niat tersebut dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku), *subjective norms* (norma subjektif), dan *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku) (Ajzen, 1991). Teori ini banyak digunakan untuk menjelaskan berbagai bentuk perilaku sosial, ekonomi, dan keagamaan, termasuk perilaku filantropi Islam yang melibatkan pertimbangan pengetahuan, keyakinan, dan kemampuan individu dalam mengambil keputusan. Dalam konteks wakaf online, minat masyarakat untuk berwakaf melalui platform digital dipengaruhi oleh bagaimana mereka menilai manfaat wakaf online, tingkat pemahaman terhadap wakaf, serta keyakinan bahwa mereka mampu dan aman melakukan transaksi secara digital.

Dalam penelitian ini, literasi digital dapat dikaitkan dengan konsep *perceived behavioral control*, yaitu sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan dan keterampilan untuk menggunakan teknologi digital dalam melakukan wakaf online. Semakin tinggi kemampuan masyarakat dalam mengakses, memahami, dan memanfaatkan teknologi digital, maka semakin besar pula persepsi kemudahan dan kontrol yang dimiliki untuk melakukan wakaf secara online. Literasi digital merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan bertanggung jawab. Literasi digital menjadi faktor penting dalam mempercepat adopsi wakaf berbasis online, khususnya di tengah perkembangan ekosistem keuangan digital syariah di Indonesia (Sulistiani & Sulistiani, 2021). Selain sebagai alat pendukung, literasi digital juga berperan sebagai sarana edukasi dan pemberdayaan masyarakat. Melalui literasi digital, informasi mengenai manfaat wakaf, mekanisme penghimpunan dana, serta transparansi pengelolaan dapat disampaikan secara lebih luas dan efisien (Pujiarti & Pratama, 2024).

Sementara itu, pemahaman wakaf berhubungan dengan *attitude toward behavior*, karena pengetahuan yang baik mengenai konsep, hukum, manfaat, dan tujuan wakaf akan membentuk sikap yang lebih positif terhadap praktik wakaf online. Individu yang memahami bahwa wakaf dapat dilakukan secara digital tanpa mengurangi nilai syariahnya cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk berpartisipasi dalam wakaf online. Pemahaman wakaf merujuk pada tingkat pengetahuan dan kesadaran individu mengenai konsep, hukum, tujuan, serta mekanisme pelaksanaan wakaf dalam Islam. Wakaf tidak hanya dipahami sebagai penyerahan aset tidak bergerak, tetapi juga mencakup wakaf uang dan wakaf produktif yang dikelola secara modern. Pemahaman wakaf menjadi landasan penting dalam membangun minat dan partisipasi masyarakat terhadap praktik wakaf kontemporer (Diniyah, 2021). Di era digital, pemahaman wakaf juga harus disertai dengan pemahaman terhadap inovasi pengelolannya. Transformasi wakaf ke dalam bentuk digital menuntut masyarakat untuk memahami akad, transparansi pengelolaan, serta akuntabilitas lembaga wakaf (Mutaqin, 2023).

Selain itu, kepercayaan terhadap lembaga wakaf juga menjadi faktor penting dalam pembentukan niat berwakaf secara online. Dalam perspektif TPB, kepercayaan dapat memperkuat sikap positif dan meningkatkan keyakinan individu bahwa dana wakaf yang disalurkan akan dikelola secara aman, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga pengelola wakaf akan mengurangi keraguan dan risiko yang dirasakan oleh calon wakif, sehingga mendorong munculnya minat berwakaf secara online. Dengan demikian, TPB memberikan dasar teoritis yang kuat untuk menjelaskan

bahwa literasi digital, pemahaman wakaf, dan kepercayaan terhadap lembaga wakaf merupakan faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat masyarakat Muslim dalam berwakaf secara online di Kota Medan. Kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital merupakan keyakinan masyarakat bahwa lembaga tersebut mampu mengelola dana wakaf secara amanah, transparan, dan profesional. Kepercayaan menjadi faktor krusial dalam aktivitas keuangan berbasis digital, terutama yang berkaitan dengan dana sosial keagamaan. Kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan platform wakaf digital. Sistem yang mudah digunakan, keamanan data yang terjamin, serta respons lembaga terhadap keluhan masyarakat akan memperkuat kepercayaan jangka panjang. Kepercayaan yang tinggi tidak hanya meningkatkan minat berwakaf, tetapi juga mendorong partisipasi berulang dan rekomendasi kepada pihak lain (Akbar & Zaerofi, 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh literasi digital, pemahaman wakaf, dan kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital terhadap minat masyarakat Muslim dalam berwakaf secara online di Kota Medan. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form dengan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Populasi penelitian adalah masyarakat Muslim Kota Medan yang berusia minimal 17 tahun serta memiliki potensi atau pengalaman dalam menggunakan layanan wakaf digital. Berdasarkan data kependudukan tahun 2024, jumlah penduduk Kota Medan mencapai 2.486.283 jiwa, dengan sekitar 65,78% atau 1,636 juta jiwa beragama Islam. Populasi ini dipilih karena wakaf merupakan ibadah sosial yang secara khusus berkaitan dengan umat Islam, sehingga relevan untuk mengkaji minat berwakaf secara digital.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Kriteria responden meliputi beragama Islam, berdomisili di Kota Medan, berusia minimal 17 tahun, serta memiliki pemahaman atau pengalaman dalam menggunakan layanan wakaf online. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada (Hair et al., 2019) karena penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS sehingga menurut (Hair et al., 2019) ukuran sampel minimum dalam SEM-PLS dapat mengikuti aturan “10-times rule”, yaitu 10 kali jumlah indikator terbesar yang membentuk suatu konstruk atau jumlah jalur struktural terbanyak menuju suatu konstruk dalam model. Dalam banyak model penelitian sosial dan bisnis, aturan ini sering menghasilkan kebutuhan sampel antara 50–100 responden. Namun dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu 200 responden dan sudah memenuhi bahkan melampaui batas minimum yang direkomendasikan. Selain itu penelitian oleh (Sarstedt & Cheah, 2019) menegaskan bahwa SEM-PLS sangat cocok digunakan pada penelitian eksploratif maupun prediktif dengan ukuran sampel relatif kecil hingga menengah (sekitar 100–200 responden), terutama ketika model yang diuji cukup kompleks dan melibatkan beberapa konstruk laten. Dengan demikian, jumlah 200 responden dinilai cukup untuk menghasilkan estimasi parameter yang stabil dan valid.

Penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu tiga variabel independen (literasi digital, pemahaman wakaf, dan kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital) serta satu variabel dependen (minat berwakaf secara online). Literasi digital diukur melalui kemampuan menggunakan perangkat digital, mengevaluasi informasi, membuat konten, dan berkolaborasi secara daring, yang diadaptasi dari (Ramdhani et al., 2026) dan dimodifikasi menjadi 5

pernyataan. Pemahaman wakaf diukur melalui pengetahuan tentang landasan hukum, pengelolaan, serta manfaat sosial-ekonomi wakaf berdasarkan (Sukirman et al., 2026) yang juga dikembangkan menjadi 5 pernyataan. Kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital mencakup aspek keandalan, integritas, dan kemampuan mengelola risiko transaksi, mengacu pada (Akbar & Zaerofi, 2025) dan dimodifikasi menjadi 5 pernyataan. Sementara itu, minat berwakaf secara online diukur melalui niat, rencana, dan kesediaan, yang diadaptasi dari (Sukirman et al., 2026) dan dikembangkan menjadi 5 pernyataan penelitian.

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SmartPLS. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berurutan. Tahap pertama adalah memasukkan data serta membangun model hubungan antarvariabel laten dan indikatornya pada SmartPLS. Selanjutnya dilakukan evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk memastikan instrumen penelitian memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas melalui pengujian *loading factor*, *Average Variance Extracted* (AVE), *discriminant validity* (*cross loading* atau HTMT), *Cronbach’s Alpha*, dan *Composite Reliability*. Setelah model pengukuran dinyatakan memenuhi syarat, dilakukan evaluasi model struktural (*inner model*) dengan menganalisis nilai R-square (R^2) untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Tahap berikutnya adalah melakukan *bootstrapping* guna menguji signifikansi hubungan antarvariabel melalui nilai *path coefficient*, *t-statistics*, dan *p-value*, sehingga dapat diketahui apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen dalam analisis PLS dihitung dengan menilai korelasi antara skor item dan skor konstruk pada indikator reflektif. Sebuah indikator reflektif dianggap memiliki validitas tinggi apabila nilai korelasinya terhadap konstruk yang diukur melebihi 0,7.

Tabel 1 Tabulasi Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Loading factor	Variabel	Indikator	Loading factor
Literasi digital (X1)	X1.1	0,906	Kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital (X3)	X3.1	0,873
	X1.2	0,897		X3.2	0,839
	X1.3	0,803		X3.3	0,743
	X1.4	0,805		X3.4	0,784
	X1.5	0,806		X3.5	0,875
Pemahaman wakaf (X2)	X2.1	0,740	Minat berwakaf secara online (Y)	Y1.1	0,845
	X2.2	0,887		Y1.2	0,889
	X2.3	0,805		Y1.3	0,853
	X2.4	0,736		Y1.4	0,878
	X2.5	0,937		Y1.5	0,872

Mengacu kepada nilai tabulasi diatas dapat diketahui bahwa seluruh nilai outer loading dari setiap indicator setelah dilakukan eliminasi ialah lebih besar dari 0,70. Maka semua indicator dinyatakan valid.

2. Validitas Diskriminan

Evaluasi terhadap *discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa suatu konstruk memiliki kemampuan diskriminasi yang memadai. Penilaiannya dilakukan dengan cara membandingkan nilai cross loading indikator pada konstruk yang bersangkutan dengan nilai cross loading indikator terhadap konstruk lainnya.

Tabel 2 Nilai Cross Loading

	X1	X2	X3	Y
X1.1	0,906	0,417	0,343	0,086
X1.2	0,897	0,371	0,357	0,067
X1.3	0,803	0,401	0,427	0,044
X1.4	0,805	0,381	0,293	0,024
X1.5	0,806	0,426	0,321	0,044
X2.1	0,400	0,740	0,305	0,020
X2.2	0,504	0,887	0,416	0,079
X2.3	0,383	0,805	0,348	0,028
X2.4	0,411	0,736	0,397	-0,026
X2.5	0,381	0,937	0,413	0,120
X3.1	0,444	0,292	0,873	0,272
X3.2	0,344	0,368	0,839	0,206
X3.3	0,259	0,399	0,743	0,223
X3.4	0,311	0,376	0,784	0,151
X3.5	0,313	0,396	0,875	0,263
Y1	0,057	0,091	0,227	0,845
Y2	0,086	0,072	0,220	0,889
Y3	0,043	0,075	0,243	0,853
Y4	0,091	0,170	0,192	0,878
Y5	0,047	0,092	0,299	0,872

Berdasarkan pada yang disajikan diatas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian discriminant validity menunjukkan nilai cross loading dari setiap indikator pada variabel literasi digital, pemahaman wakaf, kepercayaan terhadap lembag wakaf digital, dan minat berwakaf secara online terhadap blok konstruk lainnya. Seluruh nilai yang diperoleh berada di atas 0,7, sehingga instrumen penelitian dinyatakan valid secara diskriminan. Selain itu uji validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan uji Fornell-Larcker Criterion. Berikut ini hasil uji dengan Fornell-Larcker Criterion.

Tabel 3 Uji Validitas Diskriminan Dengan Fornell-Larcker Criterion

	X1	X2	X3	Y
X1	0,845			
X2	0,466	0,825		
X3	0,409	0,438	0,824	
Y	0,072	0,112	0,279	0,868

Mengacu kepada data yang disajikan pada tabel diatas terlihat bahwa nilai Fornell-Larcker Criterion dan akar kuadrat AVE dari masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini telah memenuhi validitas diskriminan yang baik dan dapat dinyatakan valid.

3. Composite Reliability

Suatu konstruk dapat dinyatakan reliabel apabila nilai composite reliability yang dihasilkan melebihi 0,6 dan nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,7.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
X1	0,906	0,926
X2	0,916	0,913
X3	0,882	0,914
Y	0,919	0,938

Mengacu kepada data yang disajikan pada tabel diketahui bahwa memperoleh nilai composite reliability > 0,6 dan cronbach's alpha > 0,7 dari semua variabel laten. Sehingga semua dimensi yang diukur dalam model dapat diestimasi dinyatakan reliable.

4. Uji Determinasi

Salah satu metode untuk mengevaluasi model struktural adalah dengan menilai besarnya persentase varians yang dijelaskan, yang ditunjukkan melalui nilai R² pada konstruk laten endogen. Kriteria R-Square dibagi menjadi tiga kategori: apabila nilai R² (adjusted) sebesar 0,75 maka model dikatakan kuat (substansial), jika sebesar 0,50 maka tergolong sedang (moderate), dan jika sebesar 0,25 maka dianggap lemah.

Tabel 5 Hasil Uji Determinasi

	R Square	R Square Adjusted
Y (Minat)	0,080	0,066

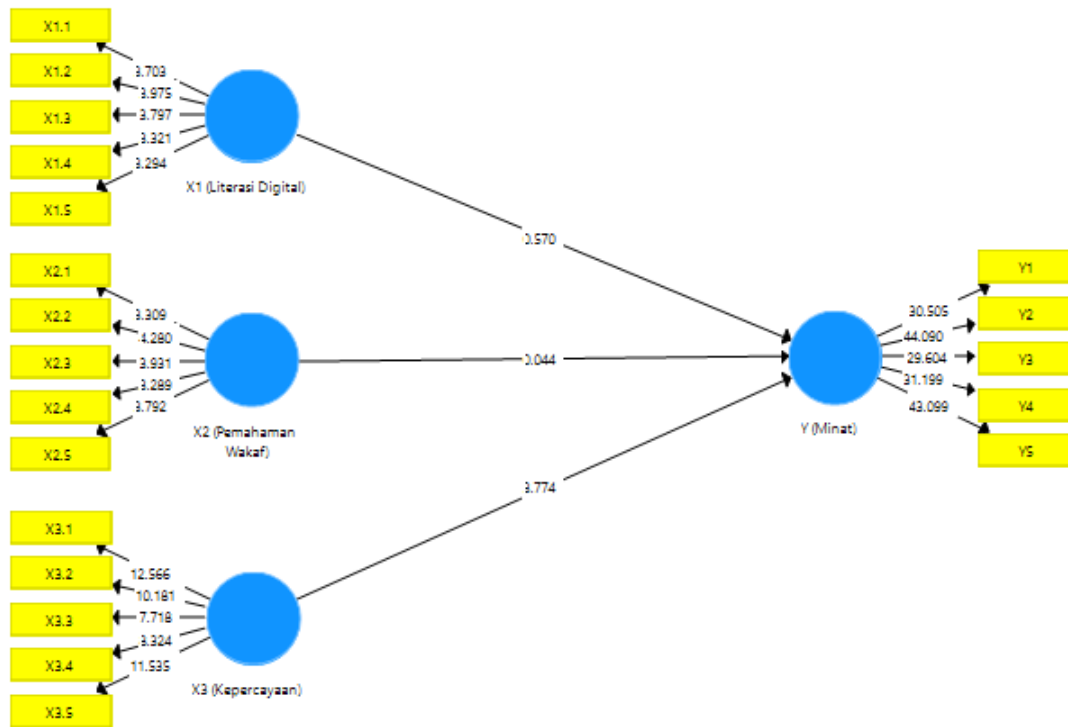
Mengacu pada tabel diatas R-Square Adjusted ialah 0,066. Artinya kemampuan variabel X, yaitu variabel literasi digital, pemahaman wakaf, dan kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital berkontribusi terhadap variabel minat berwakaf secara online sebesar 6,6%, sementara sisanya sebesar 93,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan dengan prosedur *bootstrapping*. Ketentuan untuk uji hipotesis dapat dilihat dengan nilai koefisien parameter dan nilai signifikan t-statistik pada algorithm bootstrapping report. Untuk mengetahui signifikan atau tidak signifikan dilihat dari t-tabel pada alpha 0,05 (5%) = 1,98. Kemudian t-tabel dibandingkan dengan t-hitung (tstatistik).

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	-0.053	-0.026	0.093	0.570	0.569
X2 -> Y	0.006	-0.015	0.136	0.044	0.965
X3 -> Y	0.298	0.296	0.079	3.774	0.000



Gambar 1 Hasil Uji *Bootstrapping*

Mengacu kepada data diatas, maka interpretasinya ialah sebagai berikut:

- Pengaruh literasi digital terhadap minat berwakaf secara online memiliki hasil p-value sebesar $0.569 > 0,05$ dan t-statistik sebesar $0,570 < 1,98$ (t-tabel) sehingga hipotesis ditolak. Artinya, variabel literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwakaf secara online.
- Pengaruh pemahaman wakaf terhadap minat berwakaf secara online memiliki hasil p-value sebesar $0.965 > 0,05$ dan t-statistik sebesar $0,044 < 1,98$ (t-tabel) sehingga hipotesis ditolak. Artinya, variabel pemahaman wakaf tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwakaf secara online.
- Pengaruh kepercayaan terhadap Lembaga wakaf digital terhadap minat berwakaf secara online memiliki hasil p-value sebesar $0,000 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $3,774 > 1,98$ (t-tabel) sehingga hipotesis diterima. Artinya, variabel kepercayaan terhadap Lembaga wakaf di digital berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwakaf secara online.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwakaf Secara Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf secara online. Hasil temuan ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sukirman et al., 2026). Tidak berpengaruhnya literasi digital terhadap minat berwakaf secara online karena kemampuan menggunakan teknologi digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama dalam transaksi pembayaran. Saat ini sudah banyak masyarakat yang melakukan pembayaran dengan mobile banking, e-wallet, dan QRIS. Akibatnya, literasi digital telah berkembang menjadi kemampuan dasar (*basic competence*) yang dimiliki sebagian besar responden sehingga tidak lagi menjadi faktor

pembeda yang mampu menjelaskan variasi minat berwakaf secara online. Dengan kata lain, masyarakat sudah mengetahui cara menggunakan teknologi, tetapi kemampuan tersebut belum tentu mendorong mereka untuk memanfaatkan teknologi tersebut dalam aktivitas wakaf. Masyarakat lebih mengenal sedekah ataupun zakat secara online daripada wakaf online. Karena literasi wakaf digital mereka juga masih terbatas. Sehingga masyarakat lebih memilih sedekah online daripada wakaf online. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan dalam penelitian (Amalia & Ali, 2023). Selama ini masyarakat masih mengenal bahwa wakaf berbentuk benda atau fisik. Wakaf yang dilakukan masih berbentuk tanah, bangunan, dan sebagainya. Sementara wakaf tunai belum terlalu familiar bagi masyarakat meskipun mereka memiliki literasi digital yang cukup baik..

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, literasi digital merepresentasikan aspek *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu mengenai kemampuannya melakukan suatu tindakan. Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemampuan menggunakan teknologi tidak secara langsung mendorong munculnya niat berwakaf online. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks wakaf digital, faktor kontrol perilaku mungkin telah mencapai kondisi yang relatif homogen sehingga tidak lagi menjadi determinan utama pembentukan niat. Temuan ini memperluas pemahaman TPB bahwa pengaruh *perceived behavioral control* terhadap niat dapat melemah ketika kemampuan teknologi telah menjadi karakteristik umum dalam suatu masyarakat yang telah mengalami transformasi digital.

Pengaruh Pemahaman Wakaf terhadap Minat Berwakaf Secara Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman wakaf tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf secara online. Hasil temuan ini sejalan dengan temuan yang diungkapkan oleh (Amalia & Ali, 2023). Tidak berpengaruhnya pemahaman wakaf terhadap minat berwakaf secara online dapat dijelaskan melalui konsep *attitude-behavior gap*, yaitu kondisi ketika seseorang memiliki pengetahuan dan sikap positif terhadap suatu perilaku tetapi belum tentu memiliki niat untuk melaksanakannya. Dalam konteks masyarakat Kota Medan, sebagian besar responden masih lebih familiar dengan wakaf tradisional berupa tanah, bangunan, atau sarana ibadah dibandingkan wakaf tunai dan wakaf digital. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Barus & Za, 2026) menunjukkan bahwa literasi khusus mengenai wakaf tunai masih rendah karena kurangnya kampanye edukatif. Akibatnya, meskipun memahami konsep wakaf secara umum, masyarakat belum sepenuhnya yakin terhadap implementasi wakaf dalam bentuk digital. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, pemahaman wakaf berkaitan dengan pembentukan *attitude toward behavior*. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap yang terbentuk dari pemahaman wakaf belum cukup kuat untuk memengaruhi niat berwakaf secara online.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Lembaga Wakaf Digital terhadap Minat Berwakaf Secara Online

Kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital menjadi faktor kunci dalam menentukan minat berwakaf secara online. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Akbar & Zaerofi, 2025). Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sanusi et al., 2025). Berpengaruhnya kepercayaan terhadap minat berwakaf secara online karena dari perspektif *Theory of Planned Behavior*, kepercayaan dapat berfungsi sebagai faktor yang memperkuat sikap positif terhadap perilaku sekaligus mengurangi

persepsi risiko yang muncul dalam transaksi digital. Kepercayaan memberikan rasa aman kepada calon wakif sehingga ketidakpastian terkait penyalahgunaan dana, keamanan sistem, dan kredibilitas lembaga dapat diminimalkan.

Masyarakat cenderung bersedia menyalurkan wakafnya apabila merasa yakin bahwa lembaga pengelola wakaf digital bersifat amanah, transparan, dan profesional. Kejelasan laporan penggunaan dana, legalitas lembaga, serta reputasi pengelola wakaf berperan dalam membangun rasa aman bagi calon wakif. Sistem digital yang menyediakan informasi secara terbuka juga memperkuat kepercayaan tersebut, karena masyarakat dapat memantau proses penghimpunan dan penyaluran wakaf secara langsung. Ketika tingkat kepercayaan meningkat, keraguan dan rasa takut akan penyalahgunaan dana semakin berkurang. Hal ini secara langsung berdampak pada meningkatnya minat masyarakat untuk berwakaf melalui platform digital. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi fondasi utama keberhasilan wakaf digital dalam menarik partisipasi masyarakat (Akbar & Zaerofi, 2025).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dan pemahaman wakaf tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf secara online, sedangkan variabel kepercayaan terhadap lembaga wakaf digital berpengaruh signifikan terhadap minat tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan masyarakat untuk berwakaf secara online tidak semata-mata ditentukan oleh kemampuan menggunakan teknologi digital meupun tingkat pengetahuan tentang wakaf, tetapi lebih dipengaruhi oleh keyakinan terhadap kredibilitas, transparansi, akuntabilitas, dan keamanan yang ditawarkan oleh lembaga wakaf digital.

Implikasi penelitian ini secara akademik memberikan kontribusi terhadap pengembangan *theory of planned behavior* dalam konteks filantropi islam digital yaitu wakaf dengan menunjukkan bahwa tidak semua komponen yang berkaitan dengan *perceived behavioral control* dan *attitude* memiliki pengaruh langsung terhadap niat berwakaf secara online. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor kepercayaan berpotensi menjadi kontrak yang lebih dominan dibandingkan literasi digital dan pemahaman wakaf dalam menjelaskan perilaku filantropi berbasis teknologi. Selain itu penelitian ini juga memperluas literatur filantropi islam yang berbasis digital dengan menunjukkan bahwa transformasi digital disektor wakaf tidak hanya isu teknologi, tetapi juga isu kelembagaan dan tata kelola. Secara praktis, temuan ini menjadi dasar bagi lembaga wakaf digital untuk mempriorotaskan penguatan tata kelola, transparansi pelaporan, keamanan sistem, serta komunikasi kepada masyarakat yang efektif guna meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong partisipasi wakaf digital yang lebih luas.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana model yang digunakan hanya mampu menjelaskan 6,6% variasi minat berwakaf secara online sehingga masih terdapat sejumlah faktor lain yang belum terakomodasi dalam penelitian ini. Penelitian ini juga hanya terbatas diwilayah Medan saja yang mungkin berbeda karakteristik dengan wilayah lainnya sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati. Penelitian ini hanya menggunakan desain penelitian kuantitatif sehingga belum mampu menggali alasan mendalam mengapa hanya variabel kepercayaan yang berpengaruh terhadap minat berwakaf secara online. Maka dari itu penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan model penelitian yang lebih komprehensif dengan memasukkan variabel-variabel seperti religiusitas, persepsi manfaat, persepsi risiko, kemudahan penggunaan, dan *social influence*. Penelitian mendatang juga dapat menggunakan pendekatan *mix method* agar memperoleh pemahaman yang lebih

mendalam mengenai mekanisme pembentukan minat berwakaf secara online. Perluasan wilayah penelitian ke berbagai kota besar di Indonesia juga penting dilakukan untuk menguji konsistensi temuan pada karakteristik masyarakat yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(1), 52–68. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Akbar, T., & Zaerofi, A. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Religiusitas Terhadap Minat Berwakaf Uang Menggunakan Aplikasi Wakaf. *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 89-109. <https://doi.org/10.30598/manis.8.2.89-109>
- Almomani, M. A.-A., AbuAlhoul, M. A., Alqudah, M. T. S., & Al-Khalidi, I. K. S. (2024). Exploring Digital Waqf Management: Opportunities and Challenges. *International Journal of Religion*, 5(12), 20–30. <https://doi.org/10.61707/ax7vd794>
- Amalia, R., & Ali, M. M. (2023). Public Awareness and Inclination to do Cash Waqf in Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 241–264. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i1.1970>
- Augustina, W. L., Ismail, S., Novia, A., Wira, A., & Kamarni, N. (2025). Systematic literature review of digital waqf research. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2024-0167>
- Barus, E. E., & Za, T. A. (2026). Strategi Transformasi Literasi Wakaf Uang Berbasis Digital bagi Generasi Z di Kota Medan. *Al-Tanwir*, 1(1), 56–67.
- Batubara, T. R., & Syahbudi, M. (2022). Operasional Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dalam penghimpunan serta penyaluran dana zakat di Kota Pematangsiantar. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 106–115. <https://journal.laaroiba.com/index.php/elmujtama/article/view/2273>
- Burhanudin, M. E. (2020). Status wakaf saham pada emiten yang keluar dari Daftar Efek Syariah (DES). *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, 12(1), 72–85. <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.v12i1.15>
- Canggih, C., Mawardi, I., Johan, Z. J., & Timur, Y. P. (2025). Digital Transformation of Islamic Endowments (Waqf): What Appeals to Generation Z in e-Cash Waqf? *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 11(3), 337–352. <https://doi.org/10.20473/jisebi.11.3.337-352>
- Diniyah, F. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwakaf tunai pada masyarakat. *Jurnal Ekonomi Islam (JEI)*, 6(1), 77–95. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. Annabel Ainscow. www.cengage.com/highered
- Jafar, A., Ibrahim, H., & Malik, R. (2025). Waqf: from classical charitable system to modern financial tool. *International Journal of Ethics and Systems*. <https://doi.org/10.1108/IJOES-10-2024-0354>
- Kasmon, B., Ibrahim, S. S., Daud, D., Raja Hisham, R. R. I., & Ratnasari, R. T. (2024). Future behavior in waqf digitalization: integrating UTAUT and DIT theories. *Journal of Islamic Marketing*, 16(4), 1051–1072. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2024-0111>
- KNEKS. (2021). *Pengembangan Digitalisasi dan Integrasi Data Wakaf Nasional*. Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah. <https://kneks.go.id/isu-terkini/Mjg=/pengembangan-digitalisasi-dan-integrasi-data-wakaf-nasional>

- Mutaqin, E. Z. (2023). Optimization and realization of productive waqf: kajian implementasi di Indonesia. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, 16(1), 1–22. <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.Vol16Iss1.181>
- Prayoga, R., & Yafiz, M. (2022). Pengaruh literasi zakat, lokasi, religiusitas, akuntabilitas, dan pendapatan terhadap minat masyarakat Muslim membayar zakat di Baznas Kabupaten Serdang Bedagai. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 189–204. <https://www.jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ad/article/view/4087>
- Pujiarti, L., & Pratama, A. (2024). Digitalisasi wakaf uang di Indonesia: potensi, tantangan, dan strategi pemberdayaan. *EcoIqtishodi: Jurnal Ekonomi & Syariah*, 2(1), 33–50. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/ecoiqtishodi/article/view/5430>
- Putri Indah Fadillah, & Muhammad Yafiz. (2022). Analisis zakat produktif sebagai instrumen peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(8), 2141–2148. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i8.2027>
- Qolbi, A., & Sukmana, R. (2022). Determinants of Student's Intention to Online Cash Waqf Using Modification of Technology Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(1), 78–91. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20221pp78-91>
- Ramdhani, M. I., Pranaditya, A., Alfian, A. H., & Shabihah, K. (2026). Enhancing Zakat Payer Satisfaction through Zakat Literacy and Digital Literacy with QRIS as a Payment Enabler. *Islamic Economics Journal*, 12(1), 39–60. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.21111/iej.v12i01.56>
- Sanusi, S., Saedon, R., Muhammad, A. D., Zaki, H. O., & Ghazali, A. W. (2025). Cash waqf engagement among Malaysian millennials: the digitization of generosity. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 18(4), 857–875. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-03-2024-0148>
- Sarstedt, M., & Cheah, J.-H. (2019). Partial least squares structural equation modeling using SmartPLS: a software review. *Journal of Marketing Analytics*, 7(3), 196–202. <https://doi.org/10.1057/s41270-019-00058-3>
- Siregar, M., Imsar, I., & Syahbudi, M. (2022). Strategi pengelolaan wakaf produktif dalam rangka pemberdayaan ekonomi umat pada Wakaf Produktif Dompot Dhuafa Waspada. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 829–839. <https://journal.laaroiba.com/index.php/elmal/article/view/2145>
- Sukirman, A. A., Yuliafitri, I., & Hapsari, N. (2026). Does Digital Waqf Intention Lead to Actual Use? Evidence from West Java. *Share Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 15(1), 15–35. <https://doi.org/10.22373/share.0045>
- Sulistiani, S. L. (2021). Literasi wakaf melalui media sosial untuk meningkatkan partisipasi wakaf di kalangan masyarakat Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam (JEI)*, 7(2), 101–123. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3031>