

MINAT MILENIAL KOTA SERANG DALAM BERWAKAF UANG MELALUI PLATFORM DIGITAL DI MASA NEW NORMAL

Najmudin¹, Isti Nuzulul Atiah², Sujai³, Abdul Aziz⁴

¹²³Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten

Email: najmudin@untirta.ac.id, isti@untirta.ac.id, sujai.saleh@gmail.com,
abdulaziz@stieppi.ac.id

ABSTRACT: This study aims to determine (1). Effect of cash waqf literacy on interest in cash waqf through digital platforms. (2) Effect of trust on interest in cash waqf through digital platforms. And (3). Effect of simultaneous cash waqf literacy and trust on interest in cash waqf through digital platforms. The object of this research is the millennial community living in Serang City, Banten Province. Research methods The method used is a quantitative-descriptive method. The data collection method uses a questionnaire. The data is processed using SPSS software version 23. The data analysis uses multiple linear regression methods. The results of this study indicate that (1) cash waqf literacy has a positive and significant effect on interest in waqf money through digital platforms (2) trust has a positive and significant effect on interest in cash waqf through digital platforms. And (3) money waqf literacy and trust simultaneously have a positive and significant effect on interest in cash waqf through digital platforms. interest in cash waqf is influenced by literacy cash waqf and confidence is 32 percent, while the remaining 68 percent is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords : Cash Waqf, Interest , Literacy, Trust.

1. PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan jumlah populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi wakaf yang besar. Hal ini tidak lain karena wakaf merupakan instrumen tabarru' dalam Islam yang memiliki banyak keutamaan. Dengan motivasi agama dan sosial, masyarakat Indonesia terus berlomba-lomba memberikan harta terbaiknya untuk berwakaf. Hal ini juga didukung oleh publikasi Global Charities Aid Foundation pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara paling dermawan di dunia, yakni menempati peringkat pertama berdasarkan World Giving Index 2021 (Budiarto, 2021) untuk penduduk

berpendapatan menengah dan tinggi. Pertama, skenario rendah, Dengan asumsi bahwa wakif adalah 10% dari penduduk Muslim yang berpendapatan menengah dengan besaran wakaf rata-rata Rp10.000/bulan, potensi wakaf uang diperkirakan mencapai Rp197,0 miliar per bulan atau Rp2,36 triliun per tahun. Kedua, Skenario Moderat, Dengan asumsi bahwa wakif adalah 25% dari penduduk Muslim berwakaf rata-rata Rp10.000/bulan, maka potensi wakaf uang secara keseluruhan dalam skenario moderat diperkirakan mencapai Rp492,5 miliar per bulan atau sekitar Rp5,91 triliun per tahun. Dan Ketiga, Skenario Optimis, Dalam skenario ini diasumsikan bahwa wakif adalah 50% dari penduduk Muslim berpendapatan menengah yang mengeluarkan wakaf rata-rata Rp10.000/bulan. Dengan asumsi-asumsi tersebut maka potensi wakaf uang diperkirakan mencapai Rp985,0 miliar per bulan atau sekitar Rp11,82 triliun per tahun (Nizar, 2021).

Berbeda dengan penghitungan potensi wakaf uang di atas, Badan Wakaf Indonesia (BWI) mencatat potensi wakaf tunai di Indonesia bisa mencapai Rp. 188 Triliun setiap tahunnya 188 triliun . Akan tetapi berdasarkan data dari Badan Wakaf Indonesia (BWI), wakaf uang yang terkumpul dalam periode 2011-2018 hanya Rp255 milia (kemenkeu, 2021), dan data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Kemenkeu RI) bahwa sampai dengan tahun 2020 total wakaf tunai yang terkumpul di Bank Syariah hanya sebesar Rp. 328 miliar sangat jauh dari angka potensi wakaf tunai di Indonesia (kemenkeu, 2021).

Pemerintah Republik Indonesia mendukung pengembangan wakaf uang, dengan diterbitkannya Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS), dengan tujuan untuk menambah pilihan instrumen pengembangan wakaf uang sekaligus sebagai wadah investasi wakaf uang unggulan (aman dan imbal hasil tinggi), dan Penempatan dana wakaf uang pada Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) melalui mekanisme private placement yang semula besaran penempatan minimal adalah Rp250 miliar diturunkan menjadi Rp50 miliar untuk dapat mengakomodasi dana wakaf uang. Di samping itu, Pemerintah juga menginisiasi Gerakan Nasional Wakaf Uang (GNWU) pada 25 Januari 2021 sebagai bagian mendukung percepatan pembangunan nasional, dengan Menetapkan wakaf uang sebagai program strategis wakaf nasional, dan Memayungi berbagai program inisiatif pengembangan wakaf uang di Indonesia. Dua inisiasi tersebut Menjadi momentum percepatan penguatan literasi, partisipasi, dan kebermanfaatan wakaf uang (kemenkeu, 2021).

Wakaf uang yang digalakkan pemerintah dapat disalurkan oleh masyarakat dengan lebih mudah lewat platform digital. Adaptasi teknologi dapat membantu meningkatkan inklusi wakaf. Penyedia platform digital, seperti Tokopedia, ikut

mendukung Gerakan Nasional Wakaf Uang yang diluncurkan pemerintah akhir Januari 2021, dengan menyediakan fitur Wakaf Uang. Tokopedia bekerja sama dengan tiga lembaga pengelola wakaf, yaitu Badan Wakaf Indonesia (BWI), Dompot Dhuafa, dan Rumah Zakat. (Kurnia, 2021)

Di tubuh BWI sendiri, digitalisasi wakaf dilakukan dengan tiga tahap, tahap pertama yang dilakukan oleh BWI adalah penguatan digitalisasi internal BWI. Hal ini ditandai dengan tiga indikator utama, yaitu peluncuran berkahwakaf.id, media sosial sahabatbwi.com, dan layanan e-services untuk pendaftaran nazhir. Dua platform tersebut telah diluncurkan pada 10 April 2021, tiga hari menjelang bulan ramadhan 1442 H. Tujuannya adalah untuk memudahkan masyarakat dalam berwakaf, khususnya wakaf uang dan wakaf melalui uang, mendorong penguatan kampanye dan edukasi wakaf masyarakat serta meningkatkan layanan bagi para nazhir sehingga proses pendaftaran nazhir dapat dilaksanakan dengan lebih cepat dan efisien namun tetap selaras dengan ketentuan yang berlaku (Megian, 2021).

Tahap kedua yang dilakukan adalah memperkuat digitalisasi nazhir dan integrasi data wakaf. Dalam digitalisasi nazhir, yang menjadi fokus utamanya adalah memperkuat saluran digital fundraising wakaf uang dan wakaf melalui uang, serta mengembangkan sistem pelaporan yang akurat dan amanah. Terkait dengan saluran pengumpulan digital, akan didorong proses integrasi dengan nazhir lain (Megian, 2021).

Tahap ketiga yang dilakukan oleh BWI untuk digitalisasi wakaf adalah mempercepat penguatan ekosistem digital dan pengembangan inovasi model pengelolaan wakaf secara digital. Pada tahap ini, seluruh stakeholder strategis perwakafan telah terarah dengan baik. Inovasi model pengelolaan wakaf dapat terus dikembangkan seperti wakaf saham, wakaf asuransi, wakaf tanah produktif, wakaf modal produktif, dan lain-lain. Semua itu bisa dikelola oleh para nazhir yang produktif dan inovatif (Megian, 2021).

Penelitian ini pernah dilakukan oleh (Rasela, 2022), (Adistii et al., 2021), (Latif et al., 2021), (Fatkhani & Anwar, 2022), (Apriliani et al., 2021), (Sadri, 2019), dan (Maziah & Widyastuti, 2021). Novelty penelitian ini bukan hanya terletak pada lokus yang berbeda dengan penelitian di atas, tetapi juga, penelitian ini menyandingkan variabel literasi wakaf dan kepercayaan yang pada penelitian di atas dikaji secara terpisah, penelitian ini juga menggunakan indikator variabel literasi dan kepercayaan yang berbeda dengan indikator variabel yang digunakan dalam penelitian di atas.

Literasi Wakaf Uang

Menurut Yasin dkk (2018) dalam (Romdhoni & Sari, 2018) pengetahuan diartikan sebagai ilmu atau pemahaman seseorang yang diperoleh setelah melakukan penelitian atau pembedahan. Sementara Pengetahuan dalam jurnal (Mujaddid & Nugroho, 2019) adalah suatu faktor yang mampu mempengaruhi minat seseorang (yang berbeda sesuai tingkatannya. Indikator Pengetahuan menurut (Romdhoni & Sari, 2018), yaitu (1) Pengetahuan atas produk; (2) Pengetahuan jenis dan ragam produk; (3) Pengetahuan tentang sistem yang digunakan dalam produk; (4) Pengetahuan akan manfaat dari suatu produk.

Kepercayaan

Kepercayaan Menurut Gito (2002) dalam (Nur & Zulfahmi, 2018) adalah ekspektasi atau pengharapan positif bahwa orang lain tidak akan melalui katakata, tindakan, dan kebijakan bertindak secara oportunistik. Menurut McAllister (1995) dalam (Akgunduz & Cin, 2015) kepercayaan adalah yakin akan kata-kata, perilaku, dan keputusan, dan bersemangat untuk bertindak sesuai dengan kepercayaan tersebut. Kepercayaan diidentifikasi sebagai harapan bahwa janji individu atau kelompok dapat diandalkan (Mohajerani et al., 2015). Kepercayaan didasarkan pada sejauh mana wali amanat, yaitu Perusahaan Utilitas Energi, dianggap dapat dipercaya, dapat diandalkan, dan transparan (Shuhaiber, 2018), dengan demikian Mengetahui bagaimana kepercayaan dikembangkan dan bagaimana hal itu mempengaruhi perilaku konsumen online sangat penting untuk menciptakan strategi pemasaran yang sukses (Amaro & Duarte, 2016). Menurut (Hasrina et al., 2019) dan (Irfan et al., 2020) Indikator Trust adalah (1) Credibility (dapat dipercaya), (2) Competency (Kemampuan) dan (3) Courtesy (sikap moral) (4) Benevolence (Kebaikan)

Minat Berwakaf Uang

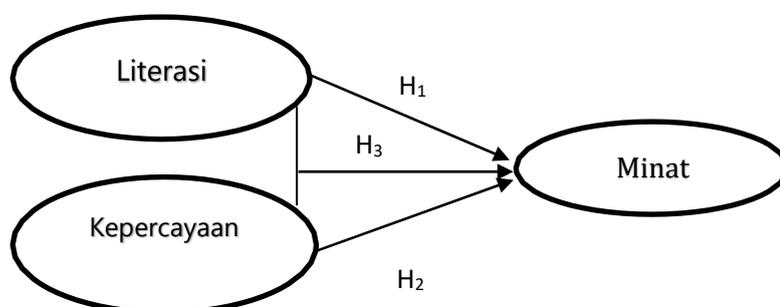
Minat adalah kecenderungan untuk menyampaikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi disertai dengan perasaan cinta (Najmudin & Shihabudin, 2022). Sementara minat menurut Mappiare (2000) dalam (Nur & Zulfahmi, 2018) adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari peresaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Sementara menurut Sholeh (2013) dalam (Setiawan, 2017) minat adalah dorongan internal dan eksternal yang berhubungan dengan sikap untuk memutuskan memenuhi kewajiban zakat. Sedangkan menurut Djaali (2012) dalam (Hamzah &

Kurniawan, 2020) minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Menurut Crow dan Crow (1989) dalam (Asnaini, 2017) minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Menurut Lucas dan Britt dalam (Ayuningtyas & Sari, 2020) Aspek minat adalah (1) Ketertarikan (interest) yang menunjukkan adanya pemusataan perhatian dan perasaan senang, (2) Keinginan (desire) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. (3). Keyakinan (convition) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri sendiri terhadap kualitas, kuantitas, daya guna, keuntungan dari produk yang akan dibeli, sedangkan menurut (Setiawan, 2017) indikator minat adalah (1) dorongan dari dalam diri individu, (2) motif sosial dan (3) faktor emosional, sedangkan menurut ((Irfan et al., 2020) minat terdiri atas 4 indikator, yaitu (1) Minat Transaksional, (2) Minat Refrensial, (3) Minat Preferensial, dan (4) Minat Eksploratif.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori di atas, maka kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagan 1. Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti (2022)

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Literasi wakaf uang berpengaruh positif signifikan terhadap minat milenial berwakaf uang melalui platform digital.
- H2 : Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat milenial berwakaf uang melalui platform digital.
- H3 : Literasi wakaf uang dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat milenial berwakaf uang melalui platform digital.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Arikunto (2010) seperti yang dikutip Efendi (2018) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematis (Efendi, 2018). Populasi menurut Arikunto (1998) seperti yang dikutip Bachtiar (2018) adalah keseluruhan subyek penelitian (Bachtiar, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat milenial Kota Serang Provinsi Banten. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Ferdinand (2002). Ferdinand (2002) seperti yang dikutip Izzudin (2018) menyatakan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5-10. Maka jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebesar 60 responden, yang diperoleh dari jumlah seluruh indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 12, kemudian dikalikan 5 ($12 \times 5 = 60$).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Bungin (2015) seperti yang dikutip (Dewi & Sindarko, 2018) data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri untuk dimanfaatkan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner. Kuesioner menurut Bungin (2015) seperti yang dikutip (Dewi & Sindarko, 2018) adalah metode angket atau berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, kemudian dikirim pada responden untuk diisi. Kuesioner disebarakan kepada 60 milenial Kota Serang Provinsi Banten

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, alat analisis yang digunakan adalah program SPSS versi 23, uji yang dilakukan pertama adalah uji validitas yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Selanjutnya uji reliabilitas dimana suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Setelah instrument valid dan reliabel, kemudian dilakukan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), kemudian setelah itu dilakukan analisis regresi linier berganda, karena terdapat dua variabel independen dalam penelitian ini. Uji hipotesis yang terdiri dari uji t untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Selanjutnya uji F untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Dan

uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui sumbangan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. (Ulya & Karneli, 2018)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini terdiri dari skor minimum, skor maksimum dan nilai rata-rata dari masing-masing variabel. Statistik deskriptif bertujuan memberikan gambaran terhadap data-data pada variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut hasil analisis statistik deskriptif dari masing-masing variabel:

Tabel 1 Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Kategori
Literasi	60	8.00	20	16.03	Tinggi
Kepercayaan	60	12.00	20	17.70	Tinggi
Minat Berwakaf Uang	60	12.00	20	16.40	Tinggi

Sumber: Data SPSS Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji statistic deskriptif pada tabel di atas dapat diketahui, bahwa skor minimum untuk masing-masing variabel literasi, kepercayaan dan minat yaitu sebesar 8.0, 12.0, dan 12.0, sedangkan skor maksimum masing-masing variabel berjumlah 20, 20, dan 20, dan skor rata-rata masing-masing variabel yaitu 16,03, 17,70, dan 16.40, maka bisa disimpulkan termasuk kategori tinggi. Artinya bahwa para responden mempersepsikan masing-masing variabel untuk mempengaruhi minat berwakaf uang adalah tinggi.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji validitas seluruh item pertanyaan angket dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Nilai R _{Hitung}	Nilai R _{Tabel}	Kesimpulan
Variabel Religiusitas			
X _{1.1}	0.818	0.254	Valid
X _{1.2}	0.899	0.254	Valid
X _{1.3}	0.895	0.254	Valid

X _{1.4}	0.812	0.254	Valid
Variabel Sertifikasi Halal			
X _{2.1}	0.837	0.254	Valid
X _{2.2}	0.826	0.254	Valid
X _{2.3}	0.862	0.254	Valid
X _{2.4}	0.797	0.254	
Variabel Minat Beli			
Y.1	0.723	0.254	Valid
Y.2	0.816	0.254	Valid
Y.3	0.818	0.254	Valid
Y.4	0.753	0.254	Valid

Sumber. Data SPSS Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas diketahui, nilai r_{hitung} seluruh item pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} (0.254), sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dalam kuesioner yang diisi oleh para responden seluruhnya valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji reliabilitas Cronbach's Alpha seluruh item pertanyaan angket dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha value	R Value Table	Kesimpulan
Literasi (X1)	0.879	0.254	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0.849	0.254	Reliabel
Minat (Y)	0.765	0.254	Reliabel

Sumber: Data SPSS Diolah 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai cronbach's alpha variabel literasi wakaf uang (X1) lebih besar dari r_{table} ($0.879 > 0.254$), nilai cronbach's alpha variabel kepercayaan (X2) lebih besar dari r_{table} ($0.849 > 0.254$) dan nilai cronbach's alpha variabel minat berwakaf uang (Y) lebih besar dari r_{table} ($0.765 > 0.254$). Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel dan handal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji normalitas Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84067889
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.060
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber. Data SPSS Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi dari pengujian Kolmogorov Smirnov lebih besar dari nilai alpha ($0.200 > 0.05$), sehingga dapat dikatakan residual data model berdistribusi normal atau asumsi normalitas telah terpenuhi

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.796	2.609		1.455	.151		
	Literasi	.378	.084	.482	4.484	.000	.997	1.003
	Kepercayaan	.370	.130	.306	2.849	.006	.997	1.003

a. Dependent Variable: Minat Berwakaf Uang

Sumber. Data SPSS Diolah, 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel literasi wakaf uang dan variabel sertifikasi halal masing-masing memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0.10 ($0.997 > 0.10$) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 ($1.003 < 10$), maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.872	1.634		.534	.596
	Literasi	-.043	.053	-.107	-.816	.418
	Kepercayaan	.070	.081	.112	.855	.396

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data SPSS Diolah, 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel literasi wakaf uang lebih besar daripada nilai alpha ($0.418 > 0.05$) dan nilai signifikansi variabel kepercayaan lebih besar daripada nilai alpha ($0.396 > 0.05$), maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.586 ^a	.343	.320	1.87269

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Literasi

Sumber: Data SPSS Diolah, 2022

Tabel hasil uji di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi variabel literasi wakaf uang dan kepercayaan terhadap minat berwakaf uang melalui media digital sebesar 0.320. nilai tersebut mengindikasikan bahwa minat berwakaf uang dipengaruhi oleh literasi wakaf uang dan kepercayaan sebesar 32 persen, sedangkan 68 persen sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji F Statistik

Uji F Hitung dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji F Hitung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji F Hitung

ANOVA^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	104.502	2	52.251	14.899	.000 ^b
	Residual	199.898	57	3.507		
	Total	304.400	59			
a. Dependent Variable: Minat Berwakaf Uang						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Literasi						

Sumber. Data SPSS Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji F statistik di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} variabel literasi wakaf uang dan kepercayaan sebesar 14.899 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000. sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3.18 dan nilai alpha sebesar 0.05. bila dibandingkan, nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($14.899 > 3.18$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.000 < 0.05$). dengan demikian maka literasi wakaf uang dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang.

Uji T Statistik

Uji t hitung masing-masing variabel religiusitas dan sertifikasi halal terhadap minat beli dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23. Hasil uji t hitung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Hasil Uji t Hitung

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.796	2.609		1.455	.151
	Literasi	.378	.084	.482	4.484	.000
	Kepercayaan	.370	.130	.306	2.849	.006

a. Dependent Variable: Minat Berwakaf Uang

Sumber. Data SPSS Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji t statistik pada tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung variabel literasi sebesar 4.484 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000. bila dibandingkan, nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{table} ($4.484 > 1.672$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai alpha ($0.000 < 0.05$). dengan demikian, maka literasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang melalui platform digital. Dan diketahui bahwa nilai t hitung variabel kepercayaan sebesar 2.849 dan nilai alpha sebesar 0.006. bila dibandingkan, nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{table} ($2.849 > 1.672$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai alpha ($0.006 < 0.05$). dengan demikian, maka kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang melalui platform digital.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian di atas, diketahui bahwa nilai t hitung variabel literasi sebesar 4.484 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000, hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ($4.484 > 1.672$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai alpha ($0.000 < 0.05$). dengan demikian, literasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat milenial untuk berwakaf uang melalui platform digital. Maka semakin baik literasi wakaf uang yang dimiliki masyarakat milenial, maka semakin besar pula minat mereka untuk berwakaf uang melalui platform digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rasela, 2022) yang menyatakan bahwa literasi wakaf berpengaruh positif terhadap minat berwakaf pada forum wakaf mahasiswa Indonesia. (Adistii et al., 2021) yang menemukan bahwa literasi wakaf berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang. (Latif et al., 2021) yang menyatakan bahwa pemahaman manfaat wakaf berpengaruh positif signifikan

terhadap niat berpartisipasi dan berwakaf uang tunai. Dan hasil penelitian (Fatkhah & Anwar, 2022) yang menunjukkan bahwa literasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berwakaf tunai melalui LKS-PWU di Kota Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian di atas juga diketahui, nilai t hitung variabel kepercayaan sebesar 2.849 dan nilai α sebesar 0.006. bila dibandingkan, nilai t hitung lebih besar daripada t table ($2.849 > 1.672$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai α ($0.006 < 0.05$). dengan demikian, kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang melalui platform digital, maka semakin baik kepercayaan masyarakat milenial terhadap Lembaga wakaf, maka semakin besar pula minat mereka untuk berwakaf uang melalui platform digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Apriliani et al., 2021) yang menunjukkan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat Kota Bandung untuk berwakaf uang melalui E-Commerce. (Sadri, 2019) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat tenaga profesional pada wakaf tunai. (Maziah & Widyastuti, 2021) yang menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwakaf uang bagi generasi milenial di Kabupaten Semarang.

Sedangkan hasil uji F statistik berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui, bahwa nilai F hitung variabel literasi wakaf uang dan kepercayaan sebesar 14.899 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000. sedangkan nilai F tabel sebesar 3.18 dan nilai α sebesar 0.05. bila dibandingkan, nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ($14.899 > 3.18$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α ($0.000 < 0.05$). dengan demikian maka literasi wakaf uang dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat milenial untuk berwakaf uang melalui platform digital. Oleh karena itu, semakin baik literasi wakaf uang dan kepercayaan pada Lembaga wakaf yang dimiliki masyarakat milenial Kota Serang, maka semakin besar pula minat mereka dalam berwakaf uang melalui platform digital. Nilai koefisien korelasi variabel literasi wakaf uang dan kepercayaan terhadap minat berwakaf uang melalui media digital sebesar 0.320. nilai tersebut mengindikasikan bahwa minat berwakaf uang dipengaruhi oleh literasi wakaf uang dan kepercayaan sebesar 32 persen, sedangkan 68 persen sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka (1). literasi wakaf uang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat milenial Kota Serang untuk berwakaf uang melalui platform digital. (2) Kepercayaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat milenial Kota Serang untuk berwakaf uang melalui platform digital. Dan (3). literasi wakaf uang dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat milenial Kota Serang untuk berwakaf uang melalui platform digital. minat berwakaf uang dipengaruhi oleh literasi wakaf uang dan kepercayaan sebesar 32 persen, sedangkan 68 persen sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Referensi

- Adistii, D., Susilowati, D., & Ulfah, P. (2021). Peran Akuntabilitas sebagai Moderasi Hubungan Religiusitas dan Literasi Wakaf terhadap Minat Berwakaf Uang. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 122–137. <https://doi.org/10.18196/rabin.v5i2.12238>
- Akgunduz, Y., & Cin, F. M. (2015). Job embeddedness as a moderator of the effect of manager trust and distributive justice on turnover intentions. *Anatolia*, 26(4), 549–562. <https://doi.org/10.1080/13032917.2015.1020504>
- Amaro, S., & Duarte, P. (2016). Travellers' intention to purchase travel online: integrating trust and risk to the theory of planned behaviour. *Anatolia*, 27(3), 389–400. <https://doi.org/10.1080/13032917.2016.1191771>
- Apriliani, D., Senjiati, I. H., & Srisusilawati, P. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kota Bandung Berwakaf Uang Melalui E-Commerce. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 494–497. http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/30952
- Asnaini. (2017). Minat muzakki membayar zakat melalui lembaga (studi kasus di provinsi bengkulu). *Nuansa*, X(1), 66–74.
- Ayuningtyas, R. D., & Sari, R. L. (2020). Analisis Minat Muzakki Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Semarang. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 45–54. <https://doi.org/10.31942/akses.v15i1.3360>
- Bachtiar, D. I. (2018). Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Gula Kelapa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 52–60.
- Budiarto, U. (2021). Pengembangan Digitalisasi dan Integrasi Data Wakaf Nasional. *Knks.Go.Id*. <https://knks.go.id/isuutama/29/pengembangan-digitalisasi-dan-integrasi-data-wakaf-nasional>
- Dewi, L., & Sindarko, W. (2018). Pengaruh Keragaman Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen La Cherie. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 9(2), 61–69.

- Efendi, W. D. (2018). Pengaruh Variasi Produk, Kemasan dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Campina di Mini Market Wilayah Kota Kediri. *Jurnal SIMKI - Economic Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 2(2), 1–12.
- Fatkhan, F., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh literasi dan pendapatan terhadap keputusan berwakaf uang melalui LKS-PWU di Kota Surabaya. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 141–149. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1904>
- Hamzah, Z., & Kurniawan, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(1), 30–40. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(1\).5114](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(1).5114)
- Hasrina, C. D., Yusri, Y., & Sy, D. R. A. S. (2019). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v2i1.48>
- Irfan, R. jannah, Ashal, F. F., & Aulia, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah. *JIH BIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1), 34. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8578>
- kemenkeu. (2021). Wakaf Uang dari, oleh, dan untuk Masyarakat. *Fiskal.Kemenkeu.Go.Id.* <https://fiskal.kemenkeu.go.id/fiskalpedia/2021/03/12/202749458101924-wakaf-uang-dari-oleh-dan-untuk-masyarakat>
- Kurnia, E. (2021). Platform Digital Permudah Wakaf Uang. *Kompas.Id.* https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/04/28/platform-digital-permudah-wakaf-uang?status=sukses_login&status_login=login
- Latif, A., Haryadi, I., & Susilo, A. (2021). Pengaruh Pemahaman Wakaf Terhadap Niat Berwakaf Tunai Jama'ah Masjid di Kecamatan Kota Ponorogo. *Islamic Economics Journal*, 7(1), 31. <https://doi.org/10.21111/iej.v7i1.5410>
- Maziah, U., & Widyastuti, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Dalam Berwakaf Tunai. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropfi Islam*, 5(2), 121–136. <https://doi.org/10.22236/alurban>
- Megian, R. (2021). Digitalisasi Wakaf, Upaya BWI untuk Mencapai Potensi Wakaf di Masa Pandemi. *Bwi.Go.Id.* <https://www.bwi.go.id/7545/2021/12/02/digitalisasi-wakaf-upaya-bwi-untuk-mencapai-potensi-wakaf-di-masa-pandemi/>
- Mohajerani, S., Shahrekordi, S. Z., & Azarlo, M. (2015). The impact of privacy and security concerns, trust in technology and information quality on trust in e-government and intention to use e-government. 2015 9th International

- Conference on E-Commerce in Developing Countries: With Focus on e-Business, ECDC 2015, April, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ECDC.2015.7156332>
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Najmudin, & Shihabudin. (2022). Subjective Norms and Behavioral Control: The Effectiveness on Interest in Sharia Insurance. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 39–46.
- Nizar, M. A. (2021). Pengembangan Wakaf Produktif dan Peranan Sektor Keuangan di Indonesia. <https://fiskal.kemenkeu.go.id/files/berita-kajian/file/PengembanganWakafProduktifdanPerananSektorKeuangandiIndonesia.pdf>
- Nur, M. M., & Zulfahmi. (2018). Pengaruh Pengetahuan , Pendapatan , dan Kepercayaan , Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat. *Ekonomi Regional Unimal*, 01(3), 19–29.
- Rasela, F. (2022). Pengaruh Literasi Wakaf terhadap Minat Mahasiswa Berwakaf pada Forum Wakaf Mahasiswa Indonesia. *Jurnal Riset Perbankan Syariah (JRPS)*, 7(2), 69–76.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Sadri, A. (2019). Anteseden Kepercayaan dan Implikasinya terhadap Perilaku Tenaga Profesional pada Wakaf Tunai. *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 2(2), 153–163. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v2i2.621>
- Setiawan, F. (2017). MEMBAYAR ZAKAT PROFESI (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 13–21.
- Shuhaiber, A. (2018). The role of perceived control, enjoyment, cost, sustainability and trust on intention to use smart meters: An empirical study using SEM-PLS. In *Advances in Intelligent Systems and Computing* (Vol. 746). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77712-2_74
- Ulya, A. N., & Karneli, O. (2018). Pengaruh Diversifikasi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Rabbani Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*, 5(Edisi II Juli – Desember), 1–14.