

**ADOPSI E-PAYMENT DALAM WAKAF TUNAI: ANALISIS
PENDEKATAN TEORI UTAUT 2**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA-1 (S1)**

OLEH:

ERLINA ZAKIYAH

NIM. 21108030008

PEMBIMBING:

RIZALDI YUSFIARTO, S.Pd., M.M

NIP. 19901122 201903 1 012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1837/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2025

Tugas Akhir dengan judul : ADOPSI E-PAYMENT DALAM WAKAF TUNAI: ANALISIS PENDEKATAN TEORI UTAUT 2

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ERLINA ZAKIYAH
Nomor Induk Mahasiswa : 21108030008
Telah diujikan pada : Rabu, 22 Oktober 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Rizaldi Yusufarto, S.Pd., M.M.
SIGNED

Valid ID: 69421f210f92c



Penguji I
Anniza Citra Prajasari, SE.I., M.A
SIGNED

Valid ID: 693628482e243



Penguji II
Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6923f8baa3e02



Yogyakarta, 22 Oktober 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 69421bd4e6114

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah, memberikan arahan, serta melakukan koreksi dan perbaikan seperlunya, maka saya selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa skripsi yang disusun oleh mahasiswa berikut:

Nama : Erlina Zakiyah
NIM : 21108030008
Judul Skripsi : Adopsi *E-Payment* dalam Wakaf Tunai: Analisis Pendekatan Teori UTAUT 2

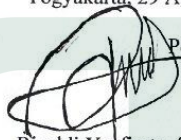
Telah memenuhi syarat untuk diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini, saya merekomendasikan agar skripsi tersebut dapat segera diajukan untuk dimunaqsyahkan. Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 29 Agustus 2025

Pembimbing,



Rizaldi Yusufiarto, S.Pd., M.M.
NIP. 19901122 201903 012

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erlina Zakiyah
NIM : 21108030008
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“Adopsi *E-Payment* dalam Wakaf Tunai: Analisis Pendekatan Teori UTAUT 2”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* serta daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka segala bentuk tanggung jawab sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sebagai penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 29 Agustus 2025



Erlina Zakiyah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai bagian dari civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erlina Zakiyah
NIM : 21108030008
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Dengan ini menyatakan persetujuan untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

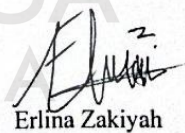
“Adopsi *E-Payment* dalam Wakaf Tunai: Analisis Pendekatan Teori UTAUT 2”

Beserta seluruh perangkat pendukungnya (apabila diperlukan). Melalui pemberian hak ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak untuk menyimpan, menggandakan, mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), memelihara, serta memublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemegang hak cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 29 Agustus 2025

Penulis,



Erlina Zakiyah

NIM. 21108030008

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju kehidupan yang penuh ilmu dan cahaya.

Alhamdulillah, dengan izin Allah SWT, skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur dan hormat, karya sederhana ini saya persembahkan

kepada:

Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan tanpa henti. Terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, serta cinta yang tulus dalam mengantarkan saya hingga meraih gelar sarjana.

Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Dosen Pembimbing Akademik, Dosen Pembimbing Skripsi, seluruh dosen, serta almamater tercinta Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas ilmu, bimbingan, dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama masa studi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Adopsi *E-Payment* dalam Wakaf Tunai: Analisis Pendekatan Teori UTAUT 2.”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, penyusunan karya ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., K.CA., ACPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Darmawan, S.Pd., M.A.B., selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.
4. Bapak Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan selama masa studi.
5. Bapak Rizaldi Yusfiarto, S.Pd., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan penuh dedikasi memberikan bimbingan, masukan, serta motivasi hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc.Fin. selaku Dosen dan Pembina Pondok Al-Ghozali yang selalu memberikan banyak ilmu, motivasi, serta dukungan sejak awal perkuliahan, dan memberikan banyak ilmu diluar kelas perkuliahan.

7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah membagikan ilmu dan pengalaman selama proses perkuliahan.
8. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bantuan dan pelayanan yang baik selama masa studi.
9. Kedua orang tua tercinta, atas doa, kasih sayang, dukungan moral dan material, serta semangat yang tiada henti dalam setiap langkah penulis.
10. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2021 atas kebersamaan, dukungan, dan kerja sama yang telah terjalin.
11. Teman-teman Al-Ghozali, yang selalu memberi warna, doa, dan semangat dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini.

Yogyakarta, 29 Agustus 2025

Penulis,

Erlina Zakiyah

NIM. 21108030008

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Landasan Teori	16
1. UTAUT	16
2. UTAUT2 (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> 2).....	17
3. Electronic Payment	23
4. Wakaf.....	24
5. Digital Cash Wakaf.....	27
6. Perceived Risk.....	28
7. Intensi.....	29
B. Penelitian Terdahulu.....	30
C. Pengembangan Hipotesis.....	34
1. Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap Minat Gen Z Membayar Wakaf Tunai melalui <i>E-Payment</i>	34
2. Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap Minat Gen Z Membayar Wakaf Tunai Melalui <i>E-Payment</i>	36

3.	Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap Minat Gen Z Membayar Wakaf Tunai melalui <i>E-Payment</i>	37
4.	Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap Minat Gen Z Membayar Wakaf Tunai melalui <i>E-Payment</i>	38
5.	Pengaruh Habit terhadap Minat Gen Z Membayar Wakaf Tunai melalui <i>E-Payment</i>	39
6.	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Gen Z Membayar Wakaf Tunai melalui <i>E-Payment</i>	40
7.	Pengaruh <i>Experience</i> dalam Memoderasi Hubungan Antara <i>Performance Expectancy</i> dan Minat Gen Z Dalam Membayar Wakaf Tunai melalui <i>E-Payment</i>	41
8.	Pengaruh <i>Experience</i> dalam Memoderasi Hubungan Antara <i>Effort Expectancy</i> dan Minat Gen Z Dalam Membayar Wakaf Tunai melalui <i>E-Payment</i>	42
9.	Pengaruh <i>Experience</i> dalam Memoderasi Hubungan Antara <i>Social Influence</i> dan Minat Gen Z Dalam Membayar Wakaf Tunai melalui <i>E-Payment</i>	43
10.	Pengaruh <i>Experience</i> dalam Memoderasi Hubungan Antara <i>Facilitating Condition</i> dan Minat Gen Z Dalam Membayar Wakaf Tunai melalui <i>E-Payment</i>	44
11.	Pengaruh <i>Experience</i> dalam Memoderasi Hubungan Antara <i>Habit</i> dan Minat Gen Z dalam Membayar Wakaf Tunai melalui <i>E-Payment</i>	45
12.	Pengaruh <i>Experience</i> dalam Memoderasi Hubungan Antara Persepsi Risiko dan Minat Gen Z Dalam Membayar Wakaf Tunai Melalui <i>E-Payment</i>	45
D.	Kerangka Pemikiran	47
BAB III METODE PENELITIAN		48
A.	Jenis Penelitian	48
B.	Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional	48
1.	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	49
2.	Variabel Independen (Variabel Bebas)	49
3.	Variabel Moderasi.....	50
C.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	54
D.	Populasi dan Sampel.....	54
1.	Populasi Penelitian.....	54
2.	Sampel Penelitian.....	55
E.	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	57
F.	Metode Analisis Data	58
1.	Screening Data	59
2.	Uji Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59

3. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	60
4. Uji Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
B. Profil Responden	64
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	66
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi	67
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	67
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>E-Payment</i>	68
C. Hasil Penelitian.....	68
1. <i>Outer Model</i>	68
2. <i>Inner Model</i>	74
3. Uji Hipotesis.....	77
D. Pembahasan	80
1. Hubungan antara <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam Adopsi <i>E-Payment</i> untuk Wakaf Tunai	80
2. Hubungan antara <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam Adopsi <i>E-Payment</i> untuk Wakaf Tunai.....	82
3. Hubungan antara <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam Adopsi <i>E-Payment</i> untuk Wakaf Tunai	83
4. Hubungan antara <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam Adopsi <i>E-Payment</i> untuk Wakaf Tunai.....	85
5. Hubungan antara <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam Adopsi <i>E-Payment</i> untuk Wakaf Tunai	87
6. Hubungan antara <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam Adopsi <i>E-Payment</i> untuk Wakaf Tunai	88
7. Hubungan antara Experience sebagai Variabel Moderasi pada Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam Adopsi <i>E-Payment</i> untuk Wakaf Tunai.....	89
8. Hubungan antara Experience sebagai Variabel Moderasi pada Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam Adopsi <i>E-Payment</i> untuk Wakaf Tunai	91
9. Hubungan antara Experience sebagai Variabel Moderasi pada Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam Adopsi <i>E-Payment</i> untuk Wakaf Tunai	92
10. Hubungan antara Experience sebagai Variabel Moderasi pada Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam Adopsi <i>E-Payment</i> untuk Wakaf Tunai	94

11. Hubungan antara Experience sebagai Variabel Moderasi pada Pengaruh Habit terhadap Behavioral Intention dalam Adopsi E-Payment untuk Wakaf Tunai.....	95
12. Hubungan antara Experience sebagai Variabel Moderasi pada Pengaruh Perceived Risk terhadap Behavioral Intention dalam Adopsi E-Payment untuk Wakaf Tunai.....	97
BAB V PENUTUP	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Keterbatasan	101
C. Implikasi dan Saran	103
1. Bagi Lembaga Pengelola Wakaf.....	103
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	105
3. Bagi Masyarakat (Khususnya Generasi Z)	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	118
CURRICULUM VITAE.....	136

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 4.1 Tabel Hasil Seleksi Data	64
Tabel 4.2 Profil Responden.....	65
Tabel 4.3 Uji Validitas Konvergen dengan Loading Factor	70
Tabel 4.4 Uji Validitas Konvergen dengan Average Variance Extracted	72
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.6 Hasil Uji R-Square.....	76
Tabel 4.7 Hasil Uji Multicollinearity	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Coefficients Dirrect Effect	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Wakaf Uang di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 4.1 Hubungan antar Konstruk dalam Model Struktural	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	118
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian.....	123
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Konvergen Dengan <i>Loading Factor</i>	132
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Konvergen dengan AVE.....	133



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *habit*, dan *perceived risk* terhadap *behavioral intention* Gen Z dalam membayar wakaf tunai melalui *e-payment* dengan *experience* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 228 Gen Z yang telah menggunakan layanan *e-payment*. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *habit*, dan *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* untuk berwakaf tunai melalui *e-payment*. Sementara itu, *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat tersebut. Variabel *experience* memoderasi hubungan antara konstruk *effort expectancy* dan *facilitating condition* dengan *behavioral intention* dalam konteks adopsi *e-payment* untuk wakaf tunai. Sementara itu, variabel *experience* tidak dapat memoderasi hubungan antara konstruk *performance expectancy*, *social influence*, *habit*, dan *perceived risk* dengan *behavioral intention* dalam konteks adopsi *e-payment* untuk wakaf tunai. Temuan ini memberikan implikasi bagi lembaga pengelola wakaf agar memperkuat aspek manfaat, dukungan sosial, serta kemudahan akses teknologi dalam mendorong partisipasi generasi muda terhadap wakaf digital.

Kata kunci: *E-payment*, wakaf tunai, UTAUT2, *perceived risk*, *experience*, Gen Z.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to explain and analyze the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, habit, and perceived risk on the behavioral intention of Generation Z to perform cash waqf through e-payment, with experience as a moderating variable. This research employed a quantitative approach using a survey method. The sampling technique applied was purposive sampling, involving 228 Generation Z who met two criteria: (1) being part of Generation Z, and (2) having performed digital cash waqf at least once or possessing knowledge about digital cash waqf. Data were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the SmartPLS 4 software. The results revealed that performance expectancy, social influence, facilitating conditions, habit, and perceived risk have a positive and significant effect on behavioral intention to perform cash waqf through e-payment. In contrast, effort expectancy has no significant effect on behavioral intention. Furthermore, experience significantly moderates the relationships between effort expectancy and behavioral intention, as well as between facilitating conditions and behavioral intention. However, experience does not moderate the relationships between performance expectancy, social influence, habit, and perceived risk with behavioral intention. These findings provide practical implications for waqf management institutions to strengthen perceived usefulness, social support, and accessibility, as well as to ensure transparent risk management to enhance Generation Z's participation in digital waqf.

Keywords: e-payment, cash waqf, UTAUT2, perceived risk, experience, Gen Z.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemiskinan masih menjadi masalah global, dengan sekitar 9,7% dari populasi dunia atau 692 juta orang hidup di bawah garis kemiskinan \$2,15 per hari pada 2024 (World Bank, 2024). Walaupun ada penurunan dibandingkan sebelumnya, pengurangan kemiskinan ini belum merata. Negara-negara di Afrika Sub-Sahara dan Asia menyumbang hampir setengah dari total populasi miskin di negara berkembang (COMCEC, 2019). Meski demikian, lembaga internasional seperti World Bank dan United Nations terus berupaya menghapus kemiskinan ekstrem pada 2030 atau setidaknya mengurangnya menjadi 3% dari total populasi dunia (United Nations, 2014; World Bank, 2014). Penurunan kemiskinan global ini dapat lebih efektif jika setiap negara menurunkan indeks gini sebesar 1%, dari pada hanya meningkatkan laju pertumbuhan tahunan negara tersebut (Lakner dkk., 2020.). Dimana dengan kata lain, setiap negara harus mengurangi ketimpangan kemiskinan yang ada bukan hanya mengincar pertumbuhan GDP nya.

Berbagai upaya penanggulangan kemiskinan telah dilakukan baik di tingkat nasional maupun internasional. Menariknya, salah satu instrument filantropi islam yaitu wakaf dinilai terbukti efektif dalam penanggulangan kemiskinan. Sejak abad pertama Islam, institusi wakaf telah berperan penting dalam perbaikan masyarakat dengan memerangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan sosial melalui penggunaan wakaf dan zakat (Çizakça, 1995). Meski begitu, wakaf tradisional yang

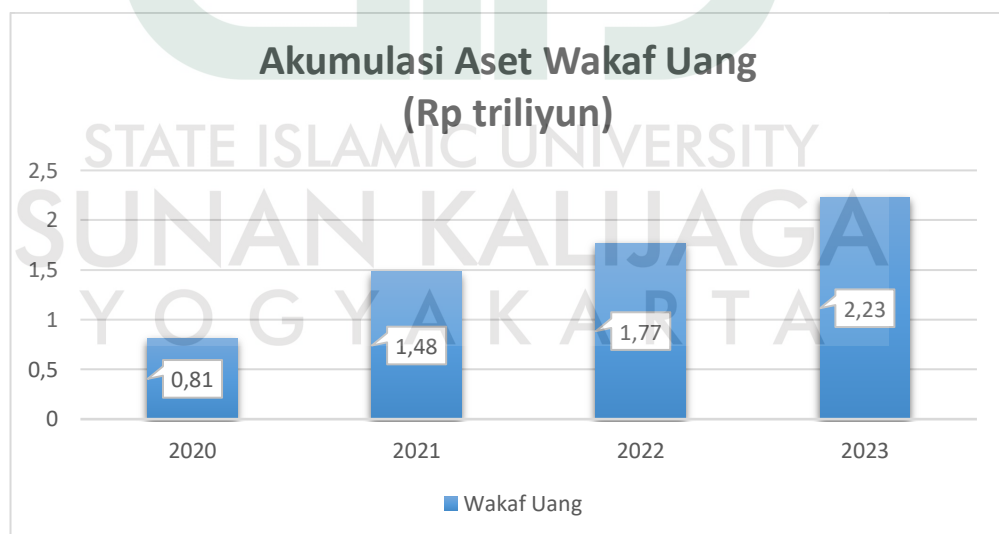
sebagian besar bentuknya yaitu aset tidak bergerak, sulit untuk dimobilisasi atau dialihkan tanpa biaya. Oleh karena itu wakaf uang mulai diperkenalkan pada masa Ottoman, dan terbukti efektif selama berabad-abad dalam mengentaskan kemiskinan (Ahmad, 2015; Bulut & Korkut, 2019; Mandaville, 1979).

Pada saat ini, sejumlah negara terus mengembangkan inovasi dalam pengelolaan wakaf uang seperti Kuwait, Qatar, Emirate, Yordania, Arab Saudi, Mesir, Turki, Bangladesh, Malaysia, Singapura, serta negara-negara di Eropa dan Amerika (BWI, 2008). Negara-negara ini telah menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan potensi dan kontribusi wakaf terhadap masyarakat. Salah satu negara yang cukup maju pengelolaan wakafnya yaitu Brunei karena praktik wakaf di Brunei sudah berbasis teknologi (Harun et al., 2012). Contoh lain yaitu Singapura, yang meskipun merupakan negara kecil dengan populasi Muslim minoritas, tetapi telah berhasil mengelola lebih dari 200 properti wakaf (Md Saad dkk., 2016). Selain itu, Malaysia juga menjadi model pengelolaan wakaf yang proaktif, dengan memadukan sistem keuangan Islam dan inovasi digital dalam memobilisasi dana wakaf untuk proyek infrastruktur dan pendidikan (Osman et al., 2019).

Indonesia sendiri memiliki potensi besar dalam pengembangan wakaf. Hal ini didukung oleh posisi Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, yaitu sekitar 237,55 juta jiwa atau 12,7% dari total populasi Muslim global pada tahun 2023 (RISSC, 2023; Pew Research Center, 2023). Selain itu, tradisi filantropi yang kuat juga menjadi salah satu faktor pendorong. Hal ini tercermin dari peringkat pertama yang ditempati Indonesia dalam Indeks Kedermawanan

Dunia, yang menunjukkan bahwa lebih dari 80% penduduknya aktif dalam kegiatan amal, termasuk donasi uang, sumbangan barang, hingga menjadi relawan (CAF, 2021). Dengan populasi Muslim yang besar dan tradisi filantropi yang kuat, Indonesia memiliki peluang besar untuk menggalan dan filantropi termasuk juga dana wakaf (Usman, 2020).

Perkembangan wakaf uang di Indonesia menunjukkan tren yang terus berkembang dan semakin signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan akumulasi aset wakaf uang yang terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Wakaf Indonesia (BWI), angka akumulasi aset wakaf uang di Indonesia pada bulan Agustus 2023 mencapai Rp2,23 Triliyun (mengalami peningkatan sekitar 25,99% dari tahun sebelumnya). Angka ini merupakan akumulasi dari wakaf uang CWLS sebesar Rp 840,7 M dan wakaf uang Non CWLS sebesar Rp1,3893T.



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Wakaf Uang di Indonesia

Sumber: Kemenag, BWI, DJPPR, 2023.

Meski selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, nilai wakaf uang di Indonesia ternyata masih jauh dari angka potensi pengumpulannya (Hiyanti dkk., 2020). Berdasarkan data dari Badan Wakaf Indonesia (2023), potensi wakaf uang di Indonesia sebenarnya mencapai Rp180 triliun per tahun. Dikutip dari (Masrizal dkk., 2023) dalam sebuah webinar (Sukmana, 2020), Prof. Raditya Sukmana, seorang cendekiawan Muslim Indonesia, mencoba memperkirakan potensi besar wakaf uang di Indonesia. Dengan populasi sekitar 240 juta jiwa dan mayoritas Muslim sebesar 85% (sekitar 200 juta orang), ia mencatat bahwa jika setengah dari populasi Muslim yang tidak tergolong miskin (sekitar 100 juta orang) menyumbangkan wakaf sebesar Rp 1.000 per bulan, maka akan terkumpul dana sebesar Rp 100 miliar setiap bulan. Namun pada kenyataannya, meski sudah dicanangkan sejak tahun 2010, gerakan wakaf uang masih terbilang stagnan karena nilai akumulasi wakaf uang per tahunnya masih jauh dibawah dari potensi sebenarnya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Masrizal dkk., 2023) mengungkapkan bahwa salah satu kendala dalam pengumpulan wakaf uang di Indonesia adalah minimnya pemanfaatan teknologi dalam prosesnya. Hal ini diperkuat oleh (Muhammad Fathrul Quddus dkk., 2022) yang menyatakan bahwa banyak lembaga masih belum menerapkan digitalisasi dalam penghimpunan wakaf uang, sehingga potensi donasi dari masyarakat tidak dapat dimaksimalkan. Di era digital ini, transformasi teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat memberikan sumbangan amal, termasuk wakaf uang. Oleh karena itu, institusi perlu bersikap responsif dengan menyediakan skema digital yang mudah diakses, guna

mempermudah publik dalam berwakaf secara lebih efisien dan sesuai dengan kemajuan zaman (Rahmawati et al., 2021; Kasri & Chaerunnisa, 2022).

Seperti yang kita ketahui, saat ini digitalisasi telah merambah ke berbagai aspek kehidupan. Indonesia merupakan negara berkembang yang telah maju dalam pemanfaatan teknologi, termasuk internet dan telepon seluler. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang sangat besar, diperkirakan hingga tahun 2024 telah mencapai 221.563.479 jiwa. Tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun yang sama menyentuh angka 79,5%, setelah mengalami peningkatan sebesar 1,4% dari periode sebelumnya. Berdasarkan kelompok usia, mayoritas pengguna internet di Indonesia berasal dari Generasi Z (kelahiran 1997–2012) sebesar 34,40%, disusul oleh Generasi Milenial (kelahiran 1981–1996) sebesar 30,62% (APJII, 2024). Seiring dengan tingginya angka pengguna internet yang terus meningkat setiap tahunnya, peluang penggalangan dana secara daring di Indonesia pun semakin besar (Masrizal dkk., 2023).

Perkembangan teknologi digital ini tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi dan sosial, tetapi juga pada perilaku keagamaan masyarakat, termasuk dalam praktik filantropi Islam seperti wakaf tunai. Transformasi digital membuka peluang besar bagi masyarakat untuk menunaikan wakaf secara lebih mudah dan cepat melalui platform daring. Namun demikian, tingkat partisipasi generasi muda, khususnya Generasi Z, dalam wakaf tunai digital masih tergolong rendah. Menurut Sutisna, Maulana Akbar, dan Alifa (2024), dari 201 responden Gen Z, hanya sekitar 36,3% yang pernah melakukan wakaf tunai, baik secara konvensional maupun melalui platform digital. Hal ini menunjukkan adanya paradoks: meskipun Gen Z

merupakan kelompok yang paling akrab dengan teknologi dan aktif menggunakan layanan *e-payment*, keterlibatan mereka dalam gerakan wakaf masih belum optimal. Sehingga pada penelitian ini ingin mengkaji tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat Gen Z dalam menggunakan *e-payment* untuk berwakaf tunai, dengan mengadaptasi model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2).

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku individu dalam berkontribusi melalui wakaf uang (Rahma dkk., 2021; Bonang dkk., 2024; Musahidah & Sobari, 2021). Diantara faktor yang dapat mempengaruhi seseorang berwakaf uang melalui *e-payment* yaitu adanya harapan bahwa kinerja *e-payment* akan mempermudah penggunaan dalam berwakaf uang. Masyarakat percaya bahwa layanan wakaf digital mempermudah kegiatan berwakaf karena dapat dilakukan dengan proses yang cepat dan dimana saja, sehingga dapat meningkatkan niat mereka untuk melakukan wakaf uang (Musahidah & Sobari, 2021). Hal ini didukung oleh hasil penelitian Bonang dkk (2024) dan Wadi & Nurzaman, (2020) yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja mempengaruhi niat seseorang untuk berwakaf digital secara positif signifikan. Sementara itu hasil yang bertentangan ditemukan oleh Nur Aisyah Indarningsih dkk (2023) yang mengungkapkan bahwa ekspektasi kinerja tidak mempengaruhi niat individu untuk melakukan pembayaran ZISWAF melalui fintech.

Ekspektasi usaha juga dapat mempengaruhi niat masyarakat untuk melakukan wakaf tunai melalui *e-payment*, terutama di kalangan generasi milenial dan generasi di bawahnya yang cenderung memiliki harapan tinggi terhadap

kemudahan dan efisiensi penggunaan teknologi dalam aktivitas keseharian mereka, termasuk dalam berwakaf. Platform wakaf perlu menawarkan fitur-fitur yang cocok dengan preferensi generasi milenial, yang dikenal lebih suka bertransaksi non-tunai. Menurut (Wadi & Nurzaman, 2020) Agar menarik bagi generasi ini, layanan wakaf sebaiknya menyediakan berbagai opsi pembayaran mudah seperti e-money, pembayaran di minimarket, akun virtual, dan lainnya. Penelitian lain juga menyebutkan bahwa ekspektasi usaha mempengaruhi niat individu berwakaf digital secara positif dan signifikan (Diniyah, 2021; Wadi & Nurzaman, 2020). Berbeda dengan Bonang dkk (2024) yang menemukan bahwa ekspektasi usaha atau persepsi tentang kemudahan pengguna tidak menjadi factor utama dalam menentukan penerapan wakaf digital.

Pengaruh sosial (social influence) menjadi variabel penting yang dapat mendorong niat seseorang untuk berwakaf melalui *e-payment*. Social influence mengacu pada dampak yang diberikan oleh lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, dan tokoh agama, terhadap keputusan individu dalam menggunakan layanan digital wakaf. Penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh dkk (2012); Musahidah & Sobari, (2021); Rahma dkk (2021); menunjukkan bahwa adanya dorongan atau rekomendasi dari orang-orang terdekat seperti teman atau saudara dapat meningkatkan kepercayaan serta motivasi seseorang untuk berpartisipasi dalam program wakaf digital. Sementara itu, penelitian lain menemukan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara pengaruh social dengan niat penggunaan fintech (Purwanto & Loisa, 2020)

Fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) juga memainkan peran penting dalam mendukung niat individu untuk berwakaf secara digital melalui *e-payment*. Fasilitas ini mencakup dukungan teknis, infrastruktur, dan sumber daya lain yang memungkinkan seseorang untuk lebih mudah mengakses dan menggunakan teknologi tersebut dalam aktivitas berwakaf. Penelitian oleh Rahma dkk (2021); Al-Daihani dkk (2024); Haron dkk (2023); dan Hidayah & Mutiara (2022) menunjukkan bahwa ketersediaan teknologi yang memadai serta kemudahan aksesibilitas akan meningkatkan kenyamanan pengguna dan memperkuat niat mereka untuk terlibat dalam wakaf digital. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Nur Aisyah Indarningsih dkk., 2023) dan (Musahidah & Sobari, 2021) menunjukkan hasil yang sebaliknya, dimana dinyatakan bahwa fasilitas pendukung tidak memiliki pengaruh pada niat individu untuk berwakaf digital.

Kebiasaan (*habit*) juga menjadi variabel penting yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan *e-payment* untuk berwakaf. Kebiasaan mengacu pada tingkat keterbiasaan individu dalam menggunakan teknologi digital untuk transaksi sehari-hari, yang secara tidak langsung dapat membentuk preferensi mereka terhadap penggunaan metode digital dalam berwakaf. Menurut penelitian oleh (Wadi & Nurzaman, 2020a), individu yang terbiasa dengan transaksi digital seperti *e-money* atau pembayaran virtual lebih cenderung memiliki niat yang kuat untuk berwakaf secara digital. Hal ini sejalan dengan temuan (Musahidah & Sobari, 2021) yang menunjukkan bahwa semakin sering seseorang menggunakan aplikasi *e-payment*, semakin besar kemungkinan mereka untuk merasa nyaman dan percaya dalam memanfaatkannya sebagai alat berwakaf. Hasil berbeda ditemukan oleh

(Gunawan dkk., 2019; Shaw & Sergueeva, 2019) yang menyatakan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh terhadap niat individu untuk melakukan wakaf digital.

Selain itu penelitian sebelumnya telah banyak menyoroti hubungan antara *perceived risk* (persepsi risiko) dan keputusan pembelian secara online atau digital. *Perceived risk* merujuk pada kekhawatiran individu terhadap potensi kerugian yang mungkin dialami saat melakukan transaksi online, seperti risiko finansial, privasi, keamanan data, atau ketidaksesuaian produk (Featherman & Pavlou, 2003). Tingkat persepsi risiko ini sering kali menjadi salah satu hambatan utama dalam adopsi layanan digital, termasuk dalam pembelian online. Penelitian oleh Kamalul Ariffin dkk (2018) menunjukkan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap niat pembelian konsumen secara online, terutama pada platform baru atau kurang dikenal. Demikian pula, penelitian oleh Jun dkk (2004) menyebutkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko, semakin rendah kepercayaan konsumen terhadap layanan digital, sehingga menghambat keputusan pembelian. Oleh karena itu, untuk meningkatkan adopsi transaksi digital, diperlukan strategi pengurangan risiko, seperti peningkatan keamanan sistem, transparansi, dan edukasi konsumen. Meski begitu, belum ditemukan penelitian sebelumnya yang meneliti bagaimana aspek persepsi risiko dari penggunaan teknologi memengaruhi niat calon wakif untuk melakukan wakaf uang digital melalui *e-payment*. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti akan menambahkan variabel persepsi risiko sebagai variabel independen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dan masih adanya hasil penelitian yang kontradiktif sebelumnya, penelitian ini akan mengkaji bagaimana adopsi *e-payment* memengaruhi niat individu untuk melakukan wakaf uang melalui *e-payment*. Sehingga penelitian yang akan dilakukan berjudul **“Adopsi E-Payment dalam Wakaf Tunai: Analisis Pendekatan Teori UTAUT 2”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah konstruk UTAUT2 dapat mempengaruhi minat Generasi Z dalam membayar wakaf tunai melalui *E-Payment*?
2. Apakah persepsi risiko dapat mempengaruhi minat Generasi Z dalam membayar wakaf tunai melalui *E-Payment*?
3. Apakah *experience* dapat memoderasi hubungan antara konstruk UTAUT2 dan minat Generasi Z dalam membayar wakaf tunai melalui *E-Payment*?
4. Apakah *experience* dapat memoderasi hubungan antara persepsi risiko dan minat Generasi Z dalam membayar wakaf tunai melalui *E-Payment*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang akan dicapai pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *habit*, dan *perceived risk* terhadap minat Generasi Z dalam membayar wakaf tunai melalui *e-payment*.

2. Mengetahui pengaruh *experience* dalam memoderasi hubungan antara konstruk UTAUT2 (*performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, dan habit*) terhadap minat Generasi Z dalam membayar wakaf tunai melalui *e-payment*.
3. Mengetahui pengaruh *experience* dalam memoderasi hubungan antara *perceived risk* dan minat Generasi Z dalam membayar wakaf tunai melalui *e-payment*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap literatur yang ada mengenai perilaku manajemen keuangan Islam. Dengan fokus khusus pada konteks Gen Z, penelitian ini akan memperluas pemahaman akademis tentang bagaimana generasi muda ini berinteraksi dengan prinsip-prinsip keuangan Islam, serta faktor-faktor yang memengaruhi perilaku mereka dalam mengelola keuangan secara sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, hal ini juga akan membuka jalan bagi penelitian lebih lanjut di bidang ini.

2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini akan memberikan kontribusi teoritis dalam memperluas cakupan studi tentang determinan niat mahasiswa di Yogyakarta dalam

membayar wakaf tunai melalui *e-payment* dengan pendekatan teori UTAUT2 dan Perceived Risk sebagai variabel moderasi. Temuan ini diharapkan memberikan gambaran perilaku mahasiswa terhadap digitalisasi wakaf tunai dan membuka wawasan baru tentang bagaimana faktor-faktor teknologi dapat mempengaruhi niat berwakaf di era digital. Selain itu, pendekatan UTAUT2 dalam penelitian ini dapat memperkaya penerapan teori tersebut di bidang filantropi Islam, khususnya dalam konteks wakaf tunai

- b) Hasil penelitian ini akan memberikan saran praktis kepada tiga pemangku kepentingan utama sebagai berikut:

1. Lembaga Nazhir Wakaf

Lembaga Nazhir Wakaf dapat menggunakan temuan ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mendorong Gen Z untuk berwakaf tunai melalui *e-payment*. Hasil penelitian ini akan membantu lembaga dalam menyusun strategi pemasaran dan kampanye edukasi yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan minat dan partisipasi wakaf tunai di kalangan generasi muda.

2. Pemerintah

Pemerintah dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk memperkuat regulasi dan infrastruktur yang mendukung digitalisasi wakaf. Kebijakan yang mendukung keamanan transaksi dan perlindungan data dalam penggunaan *e-payment* diharapkan dapat meningkatkan

kepercayaan masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap sistem wakaf tunai digital.

3. Institusi Pendidikan Islam

Institusi Pendidikan Islam berperan penting dalam mendorong literasi dan edukasi mengenai wakaf tunai di kalangan mahasiswa. Melalui hasil penelitian ini, institusi dapat meningkatkan kurikulum dan kegiatan edukasi tentang wakaf tunai, sehingga mahasiswa semakin memahami pentingnya wakaf sebagai bentuk filantropi Islam dan termotivasi untuk berpartisipasi dalam program wakaf tunai.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan memberikan gambaran mengenai keseluruhan isi penelitian. Pada penulisan penelitian ini, terdiri dari lima bagian, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab pertama akan membahas mengenai latar belakang yang menjelaskan alasan dan urgensi dilakukannya penelitian, rumusan masalah yang merinci pertanyaan penelitian yang ingin dijawab, tujuan penelitian yang menggambarkan hasil yang hendak dicapai, serta manfaat penelitian yang menjelaskan kontribusi teoretis maupun praktis dari penelitian ini. Pada bagian akhir bab ini juga diuraikan sistematika penulisan sebagai panduan pembaca dalam memahami alur penelitian.

BAB II : Tinjauan pustaka

Pada bab kedua akan menguraikan teori-teori yang menjadi dasar konseptual penelitian, meliputi teori UTAUT2, konsep wakaf tunai, penggunaan *e-payment*, serta variabel-variabel lain yang relevan. Bab ini juga memaparkan hasil penelitian terdahulu sebagai pembanding dan dasar untuk menemukan celah penelitian (*research gap*), diakhiri dengan penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode penelitian

Bab ketiga akan menjelaskan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta definisi operasional masing-masing variabel. Selain itu, dijelaskan pula teknik analisis data yang digunakan, yaitu metode *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, sebagai alat untuk menguji hubungan antarvariabel.

BAB IV : Hasil dan pembahasan

Bab keempat akan menyajikan hasil penelitian yang mencakup deskripsi objek penelitian dan karakteristik responden, hasil pengujian *outer model* (validitas dan reliabilitas), *inner model*, serta uji hipotesis. Setiap hasil analisis dijelaskan secara mendalam melalui pembahasan yang mengaitkan temuan empiris dengan teori dan hasil penelitian terdahulu.

BAB V : Penutup

Bab kelima berisi kesimpulan yang merangkum hasil penelitian serta saran yang dapat dijadikan rekomendasi bagi pihak terkait maupun peneliti selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Performance expectancy terbukti berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi keyakinan individu bahwa penggunaan *e-payment* dapat meningkatkan efektivitas, kemudahan, dan kemanfaatan dalam menunaikan wakaf tunai, maka semakin besar pula minat mereka untuk mengadopsinya. Persepsi terhadap manfaat dan efisiensi teknologi menjadi pendorong utama bagi generasi Z dalam menggunakan *e-payment* sebagai sarana berwakaf.

Effort expectancy tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi tidak lagi menjadi pertimbangan utama bagi generasi Z. Tingkat literasi digital yang tinggi membuat mereka sudah terbiasa dengan sistem keuangan digital, sehingga persepsi kemudahan dianggap sebagai hal yang umum dan tidak lagi memengaruhi keputusan untuk berwakaf secara digital.

Social influence memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Dukungan sosial dari teman, keluarga, dan tokoh agama berperan penting dalam memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan *e-payment* dalam berwakaf. Faktor sosial dan norma religius terbukti dapat memperkuat niat individu untuk menunaikan wakaf tunai secara digital.

Facilitating conditions juga berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Akses terhadap perangkat teknologi, koneksi internet yang memadai,

serta dukungan teknis dari lingkungan sekitar menjadi faktor penting yang meningkatkan kesiapan individu dalam menggunakan *e-payment* untuk wakaf tunai. Ketika infrastruktur dan dukungan sistem tersedia dengan baik, minat individu untuk mengadopsi layanan digital tersebut meningkat secara signifikan.

Selain itu, *habit* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Kebiasaan menggunakan layanan digital seperti *e-wallet* atau mobile banking mendorong individu untuk memperluas penggunaan teknologi tersebut ke dalam konteks ibadah wakaf. Semakin terbiasa seseorang melakukan transaksi digital, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakan *e-payment* dalam menunaikan wakaf tunai.

Sementara itu, *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap keamanan dan keandalan sistem menjadi faktor penting dalam membentuk niat untuk berwakaf secara digital. Semakin rendah risiko yang dirasakan, semakin tinggi pula minat individu untuk menggunakan *e-payment*. Hal ini menegaskan bahwa rasa aman dan kepercayaan terhadap sistem digital menjadi kunci penting dalam meningkatkan adopsi teknologi keuangan syariah.

Hasil analisis moderasi menunjukkan bahwa *experience* tidak memperkuat hubungan antara *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *habit* terhadap *behavioral intention*. Namun, *experience* berperan sebagai moderator signifikan pada hubungan antara *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*, yang berarti pengalaman menggunakan *e-payment* memperkuat pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat penggunaan. Individu yang lebih berpengalaman

cenderung mampu memanfaatkan kemudahan sistem secara optimal sehingga minat mereka untuk berwakaf digital menjadi lebih tinggi.

Sebaliknya, *experience* tidak memoderasi hubungan antara *perceived risk* terhadap *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengalaman pengguna tidak secara signifikan memengaruhi persepsi mereka terhadap risiko penggunaan *e-payment*. Generasi Z, baik yang memiliki pengalaman tinggi maupun rendah, memiliki persepsi risiko yang relatif serupa karena sudah terbiasa dengan sistem transaksi digital yang aman dan efisien.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa faktor yang paling dominan dalam membentuk niat adopsi *e-payment* untuk wakaf tunai adalah persepsi manfaat, pengaruh sosial, kebiasaan, dukungan fasilitas, serta tingkat persepsi risiko yang rendah. Adapun kemudahan penggunaan dan pengalaman digital tidak lagi menjadi faktor pembeda utama karena karakteristik generasi Z yang sudah sangat akrab dengan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.

B. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil dan pengembangan penelitian selanjutnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria responden yaitu (1) merupakan generasi Z dan (2) pernah melakukan wakaf tunai digital minimal satu kali atau memiliki pengetahuan mengenai wakaf tunai digital. Kriteria ini membatasi generalisasi hasil penelitian karena temuan lebih merepresentasikan kelompok yang sudah memiliki kesadaran atau pengalaman

awal terhadap konsep wakaf digital, sehingga belum tentu menggambarkan persepsi seluruh populasi wakif di Indonesia.

Selain itu, penelitian ini hanya menguji variabel-variabel dalam model UTAUT2 dengan tambahan *perceived risk* dan *experience* sebagai variabel moderasi. Beberapa variabel dalam model menunjukkan hasil yang tidak signifikan, seperti *effort expectancy* dan sebagian besar efek moderasi *experience*. Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lain di luar model penelitian yang mungkin lebih relevan dalam memengaruhi niat generasi Z untuk menggunakan *e-payment* dalam berwakaf, seperti faktor kepercayaan terhadap lembaga pengelola wakaf, motivasi religius, persepsi terhadap transparansi pengelolaan dana, atau faktor emosional yang berkaitan dengan nilai spiritual dari wakaf.

Keterbatasan lain terkait variabel habit. Meskipun item pernyataan dalam kuesioner telah dirancang secara spesifik untuk mengukur kebiasaan melakukan wakaf tunai digital, sebagian besar responden dalam penelitian ini baru pernah melakukannya satu atau beberapa kali. Dengan demikian, perilaku tersebut belum sepenuhnya dapat dikategorikan sebagai *actual habit*, melainkan lebih merepresentasikan habit yang sedang berkembang (*emerging habit*) atau kebiasaan yang masih dalam tahap pembentukan. Kondisi ini dapat memengaruhi tingkat konsistensi jawaban responden, karena persepsi “kebiasaan” yang mereka laporkan lebih bersifat subjektif daripada berbasis pada perilaku rutin yang sudah mapan.

Selain itu, penelitian ini tidak secara spesifik mengidentifikasi platform atau jenis *e-payment* yang digunakan responden dalam melakukan wakaf tunai digital. Setiap platform memiliki antarmuka, fitur keamanan, dan tingkat kemudahan

penggunaan yang berbeda, yang berpotensi memengaruhi persepsi responden terhadap variabel seperti *effort expectancy*, *facilitating condition*, maupun *habit*. Akibatnya, meskipun pengukuran kuesioner dirancang seragam, pengalaman aktual responden terhadap penggunaan *e-payment* dalam berwakaf dapat bervariasi, sehingga berpengaruh terhadap hasil pengukuran variabel dalam model penelitian.

C. Implikasi dan Saran

1. Bagi Lembaga Pengelola Wakaf

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *perceived risk*, *social influence*, *facilitating conditions*, *habit*, serta *experience* sebagai moderator antara *effort expectancy* dan *behavioral intention* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Gen Z dalam menggunakan *e-payment* untuk wakaf tunai. Oleh karena itu, strategi peningkatan adopsi perlu difokuskan pada penguatan aspek manfaat, kepercayaan, dukungan sosial, infrastruktur digital, serta pembentukan kebiasaan berwakaf secara berkelanjutan.

Dari sisi *performance expectancy*, lembaga perlu menonjolkan manfaat nyata wakaf digital, misalnya melalui laporan transparan mengenai penyaluran dan dampak sosial dari wakaf yang telah dilakukan. Visualisasi hasil wakaf secara *real time* di aplikasi atau media sosial dapat menumbuhkan keyakinan bahwa wakaf digital benar-benar efektif dan bermanfaat.

Untuk *perceived risk*, karena variabel ini berpengaruh signifikan, lembaga harus terus menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan pengguna. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan edukasi publik mengenai bagaimana

memastikan transaksi wakaf digital yang aman. Kampanye seperti “*Berwakaf Aman dan Transparan*” di kanal digital resmi dapat membangun citra positif sekaligus meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap platform wakaf digital.

Dari aspek *social influence*, lembaga dapat memanfaatkan pengaruh tokoh agama, *influencer* muslim muda, atau *public figure* yang dipercaya Gen Z untuk mendorong partisipasi. Kolaborasi dengan konten kreator yang mengangkat nilai sosial dan spiritual berwakaf digital melalui *storytelling* atau *digital challenge*, misalnya kampanye #WakafDigitalBareng dapat memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan minat generasi muda.

Selanjutnya, pada dimensi *facilitating conditions*, lembaga perlu memastikan dukungan teknis dan infrastruktur yang mudah diakses, serta bantuan pelanggan berbasis *chatbot* 24 jam sehingga dapat mempermudah pengguna. Selain itu, melakukan integrasi dengan platform pembayaran populer (GoPay, OVO, Dana, QRIS) dapat memperkuat kenyamanan dan kesiapan pengguna.

Sementara itu, habit terbukti berpengaruh signifikan, menunjukkan bahwa kebiasaan penggunaan teknologi finansial mendorong perilaku berwakaf digital. Lembaga dapat membentuk kebiasaan positif tersebut melalui program pengingat otomatis, dan kampanye berulang seperti “#WakafSetiapJumat” untuk mendorong perilaku berulang yang memperkuat minat berwakaf digital di kalangan Gen Z.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Artinya, meskipun kemudahan sistem penting, Gen Z sudah cukup terbiasa dengan teknologi digital, sehingga kemudahan bukan lagi faktor pembeda utama. Lembaga tidak perlu berfokus semata-mata pada penyederhanaan fitur, tetapi dapat menekankan nilai kebermaknaan, manfaat sosial, dan kepercayaan dalam pesan komunikasinya.

Temuan lain menunjukkan bahwa *experience* memoderasi hubungan antara *effort expectancy* dan *behavioral intention*, yang berarti semakin berpengalaman seseorang menggunakan *e-payment*, semakin besar pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat berwakaf digital. Oleh karena itu, lembaga perlu meningkatkan pengalaman positif pengguna melalui simulasi transaksi, atau *reward system* untuk pengguna baru agar pengalaman pertama berwakaf digital menjadi menyenangkan dan bermakna. Sebaliknya, karena *experience* tidak memoderasi hubungan *perceived risk* terhadap *behavioral intention*, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko tidak terlalu dipengaruhi oleh pengalaman, sehingga lembaga harus tetap menjaga standar keamanan tinggi bagi semua pengguna, baik baru maupun berpengalaman.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada teknik pengambilan sampel yang menggunakan *purposive sampling* dan media online, sehingga hanya mewakili sebagian kecil populasi Gen Z dan tidak mencerminkan keberagaman

pengalaman digital secara keseluruhan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan memperluas cakupan responden lintas wilayah dan latar belakang.

Selanjutnya, penelitian berikutnya disarankan untuk menentukan secara spesifik jenis atau platform *e-payment* yang digunakan dalam konteks wakaf tunai digital. Setiap platform memiliki karakteristik, fitur keamanan, dan tingkat kemudahan yang berbeda, yang dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap variabel seperti *effort expectancy*, *facilitating condition*, maupun *habit*. Dengan demikian, hasil penelitian akan lebih kontekstual dan mampu menggambarkan pengalaman pengguna yang lebih nyata.

Selain itu, pada variabel *habit*, penelitian selanjutnya dapat mengkaji perilaku wakaf digital dalam jangka waktu yang lebih panjang untuk menilai apakah kebiasaan tersebut telah berkembang menjadi *actual habit* yang stabil. Hal ini penting agar pengukuran terhadap dimensi kebiasaan benar-benar mencerminkan perilaku yang berulang dan konsisten, bukan hanya persepsi subjektif terhadap kebiasaan yang baru terbentuk.

3. Bagi Masyarakat (Khususnya Generasi Z)

Bagi masyarakat, khususnya Gen Z, hasil penelitian ini memberikan pemahaman bahwa penggunaan *e-payment* untuk wakaf tunai sudah didukung oleh berbagai faktor kemudahan, kenyamanan, dan aksesibilitas. Dengan mempertimbangkan kemajuan teknologi, masyarakat diharapkan lebih terbuka untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana ibadah dan berwakaf.

Gen Z juga diharapkan tidak hanya menjadi pengguna pasif, melainkan turut berperan sebagai agen literasi digital dan wakaf kepada lingkungan

sekitarnya, agar potensi wakaf tunai sebagai instrumen pembangunan sosial dapat terealisasi lebih maksimal di era digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. (2015). Cash Waqf: Historical Evolution , Nature and Role as an Alternative to Riba-Based Financing for the Grass Root. *Journal of Islamic Finance*, 4(1), 63–74. <https://doi.org/10.12816/0024801>
- Ahmad, M., Isa, M. B. M., Palil, R., & Dolah, N. H. (2014). *ONLINE WAQF ACCEPTANCE AND DETERMINANT FACTORS*. 5(2).
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. Dalam J. Kuhl & J. Beckmann (Ed.), *Action Control* (hlm. 11–39). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453–474. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(86\)90045-4](https://doi.org/10.1016/0022-1031(86)90045-4)
- Ajzen, Icek., & Fishbein, Martin. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior / Icek Ajzen, Martin Fishbein*. (Paperback ed.). Prentice-Hall.
- Al-Daihani, M., Che Abdullah, A. S., & Madun, A. (2024). Donors’ intentions to use crowdfunding-based waqf model in Kuwait: Application of unified theory on acceptance and use of technology (UTAUT) model. *Journal of Islamic Marketing*, 15(10), 2461–2480. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2023-0022>
- Al-Gahtani, S. S., Hubona, G. S., & Wang, J. (2007). Information technology (IT) in Saudi Arabia: Culture and the acceptance and use of IT. *Information & Management*, 44(8), 681–691. <https://doi.org/10.1016/j.im.2007.09.002>
- Andriyano, Y. (2016). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN REKENING PONSEL (STUDI KASUS PADA NASABAH CIMB NIAGA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)*. 2.
- Arini, N., Hamzani, A. I., & Taufik, Moh. (2024). Tinjauan Hukum Tentang Pengembangan Wakaf Uang Berbasis Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v4i1.317>

- Aulia Haerunniza, F. A., & Muhammad, R. (2024). *Wakaf tunai dari perspektif generasi milenial*.
- Aziz, M. W. (2017). WAKAF TUNAI DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM. *International Journal Ihya' 'Ulum al-Din*, 19(1), 1. <https://doi.org/10.21580/ihya.18.1.1740>
- Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Kizgin, H., & Patil, P. (2019). Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model. *International Journal of Information Management*, 44, 38–52. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002>
- Bhatnagar, A., Misra, S., & Rao, H. R. (2000). On risk, convenience, and Internet shopping behavior. *Communications of the ACM*, 43(11), 98–105. <https://doi.org/10.1145/353360.353371>
- Bonang, D., Ismail, S., & Raditya Sukmana. (2024). Empowering the Future of Cash Waqf through Digitalisation: An Insight into the Philanthropic Intention of the Indonesian Muslim Community. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 16(S1), 94–117. <https://doi.org/10.55188/ijif.v16iS1.586>
- Bulut, M., & Korkut, C. (2019). Ottoman Cash Waqfs: An Alternative Financial System. *Insight Turkey*, 21(2). <https://doi.org/10.25253/99.2018EV.07>
- Chan, K., Gong, M., Xu, Y., & Thong, J. (2008). *Examining user acceptance of SMS: An empirical study in China and Hong Kong*.
- Chang, C.-M., Liu, L.-W., Huang, H.-C., & Hsieh, H.-H. (2019). Factors Influencing Online Hotel Booking: Extending UTAUT2 with Age, Gender, and Experience as Moderators. *Information*, 10(9), 281. <https://doi.org/10.3390/info10090281>
- Chang, I.-C., Hwang, H.-G., Hung, W.-F., & Li, Y.-C. (2007). Physicians' acceptance of pharmacokinetics-based clinical decision support systems. *Expert Systems with Applications*, 33(2), 296–303. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2006.05.001>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.). *Dalam Modern Methods for Business Research*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Chusma, N. M. C., Sa'diyah, H., & Latifah, F. N. (2022). WAKAF UANG SEBAGAI INSTRUMEN PERKEMBANGAN EKONOMI ISLAM. *WADIAH*, 6(1), 76–97. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v6i1.163>

- Davis, F. D. (1989a). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D. (1989b). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Diniyah, F. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-banking adoption: Empirical evidence from the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1386–1413. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research* (Vol. 27).
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gunawan, A., Muchardie, B. G., & Liawinardi, K. (2019). Millennial Behavioral Intention To Adopt E-Book Using Utaut2 Model. *2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 98–102. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech.2019.8843826>
- Gupta, B., Dasgupta, S., & Gupta, A. (2008). Adoption of ICT in a government organization in a developing country: An empirical study. *The Journal of Strategic Information Systems*, 17(2), 140–154. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2007.12.004>
- Habibah, U., & Nurafini, F. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ DAN SHODAQOH MENGGUNAKAN FITUR BERBAGI-ZISWAF BSI. 7.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*

Using R: A Workbook. Springer International Publishing.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/eb-11-2018-0203>
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Harnides, H., & Hadana, E. S. (2021). Pengalihfungsian Wakaf Menurut Hukum Islam. *Syarah: Jurnal Hukum Islam & Ekonomi*, 10(1), 78–96. <https://doi.org/10.47766/syarah.v10i1.221>
- Haron, H., Mat Nor, F., Johari, F., Misbah, H., & Shafii, Z. (2023). Factors influencing the behavioural intention to accept benefidonor concept among stakeholders of Waqf. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(8), 1344–1360. <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2022-0146>
- Harsono, I. L. D. (2014). Factors Affecting the Use Behavior of Social Media Using UTAUT 2 Model. *Social Sciences*.
- Hidayah, N., & Mutiara, T. (2022a). Behavioral Intention and Use of Behavior in a Digital-Based Cash Waqf System. *2022 10th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/CITSM56380.2022.9936017>
- Hidayah, N., & Mutiara, T. (2022b). Behavioral Intention and Use of Behavior in a Digital-Based Cash Waqf System. *Th International Conference on Cyber and IT Service Management*.
- Hiyanti, H., Afyana, I. F., & Fazriah, S. (2020). *Potensi Dan Realisasi Wakaf Uang di Indonesia Tahun 2014-2018*. 4(1).
- Hong, I. B., & Cha, H. S. (2013). The mediating role of consumer trust in an online merchant in predicting purchase intention. *International Journal of Information Management*, 33(6), 927–939. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.08.007>
- Iffat, M. F., & Laksmi, A. C. (t.t.). *Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik*.
- Jacoby, J., & Kaplan, L. B. (1972). The Components Of Perceived Risk. *Advances in consumer research*, Association for Consumer Research.
- Jun, M., Yang, Z., & Kim, D. (2004). Customers' perceptions of online retailing service quality and their satisfaction. *International Journal of Quality &*

Reliability Management, 21(8), 817–840.
<https://doi.org/10.1108/02656710410551728>

- Junadi & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59, 214–220. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>
- Kamalul Ariffin, S., Mohan, T., & Goh, Y.-N. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3), 309–327. <https://doi.org/10.1108/JRIM-11-2017-0100>
- Kang, B. Y., Wang, M., & Jing, D. Y. (2018). An Off-Line Payment Scheme for Digital Content via Subliminal Channel. *Journal of Information Science and Engineering*, 34(1). <https://doi.org/10.6688/JISE.2018.34.1.11>
- Kijsanayotin, B., Pannarunothai, S., & Speedie, S. M. (2009). Factors influencing health information technology adoption in Thailand's community health centers: Applying the UTAUT model. *International Journal of Medical Informatics*, 78(6), 404–416. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2008.12.005>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Ko, H., Jung, J., Kim, J., & Shim, S. W. (2004). Cross-Cultural Differences in Perceived Risk of Online Shopping. *Journal of Interactive Advertising*, 4(2), 20–29. <https://doi.org/10.1080/15252019.2004.10722084>
- Lailatul Zannah, Maslahah Maslahah, Mieke Maylinda, M. Rafi Saputra, & Mohammad Ridwan. (2024). Analisis Macam-Macam Zakat Dan Wakaf Dalam Manajemen Filantropi. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 2(5), 140–153. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v2i5.507>
- Lakner, C., Mahler, D. G., Negre, M., & Beer, E. (2020). *How Much Does Reducing Inequality Matter for Global Poverty?*
- Laroche, M., Yang, Z., McDougall, G. H. G., & Bergeron, J. (2005). Internet versus bricks-and-mortar retailers: An investigation into intangibility and its consequences. *Journal of Retailing*, 81(4), 251–267. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2004.11.002>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2011). *E-Commerce 2011* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

- Limayem, Hirt, & Cheung. (2007a). How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), 705. <https://doi.org/10.2307/25148817>
- Limayem, Hirt, & Cheung. (2007b). How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), 705. <https://doi.org/10.2307/25148817>
- Liu, X., & Wei, K. K. (2003). An empirical study of product differences in consumers' E-commerce adoption behavior. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2(3), 229–239. [https://doi.org/10.1016/S1567-4223\(03\)00027-9](https://doi.org/10.1016/S1567-4223(03)00027-9)
- Luthfiah Nazmi & Yenni Samri Juliati. (2023). Sejarah Dan Perkembangan Wakaf Dalam Islam. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 268–281. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i1.2329>
- Mandaville, J. E. (1979). Usurious Piety: The Cash Waqf Controversy in the Ottoman Empire. *International Journal of Middle East Studies*, 10(3), 289–308. <https://doi.org/10.1017/S0020743800000118>
- Martens, M., Roll, O., & Elliott, R. (2017). Testing the Technology Readiness and Acceptance Model for Mobile Payments Across Germany and South Africa. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 14(06), 1750033. <https://doi.org/10.1142/S021987701750033X>
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.06.002>
- Masrizal, M., Sukmana, R., Trianto, B., & Zaimsyah, A. M. (2023). Determinant factor of crowdfunders' behavior in using crowdfunding waqf model in Indonesia: Two competing models. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1793–1816. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2021-0246>
- Md Saad, N., Kassim, S., & Hamid, Z. (2016). Best practices of waqf: Experiences of Malaysia and Saudi Arabia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2(2), 57–74. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol2.iss2.art5>
- Ming-Yen Teoh, W., Choy Chong, S., Lin, B., & Wei Chua, J. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: An empirical analysis. *Internet Research*, 23(4), 465–485. <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2012-0199>
- Mohd Suki, N., Mohd Suki, N., & Hussin Shokri, M. F. (2023). Examining youths' intention to use social media networks for understanding zakat online

- campaigns that use creative animation. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1696–1714. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0288>
- Muhammad Fathrul Quddus, Manoarfa, H., & Suci Aprilliani Utami. (2022). Masalah dan Solusi Penghimpunan Wakaf Tunai di Indonesia: Pendekatan Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(5), 710–730. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp710-730>
- Musahidah, U., & Sobari, N. (2021). Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 65–91. <https://doi.org/10.46899/jeps.v9i2.284>
- Nawawi, N., Mirwan, M., Anwar, Z., & Juandi, W. (2024). WAKAF UANG DI INDONESIA: TANTANGAN, PELUANG DAN LANGKAH-LANGKAH MENUJU PEMANFAATAN OPTIMAL. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan*, 18(1), 126–147. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v18i1.126-147>
- Nur Aisyah Indarningsih, Ma'wa, M. A. F., & Muh. Noval Waliyuddinsyah. (2023). Zakat, infaq, shadaqah, and waqf using financial technology: Millennial generation perspective. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 13–28. <https://doi.org/10.20885/RISFE.vol2.iss1.art2>
- Nuradi, Nurul Huda, & Husnul Khatimah. (2024). Inovasi Wakaf di Era Digital dalam Mengoptimalkan Potensi untuk Pembangunan Berkelanjutan di Negeri Berkembang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6). <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i6.2773>
- Nurjanah, S., & Hasanah, U. (2021). Cash Waqf As Source Of Funding For Financial Technology Startups. *International Journal of Islamic Economics*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.32332/ijie.v3i1.3467>
- Owusu Kwateng, K., Osei Atiemo, K. A., & Appiah, C. (2019). Acceptance and use of mobile banking: An application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Pahnila, S., Siponen, M., & Zheng, X. (2011). Integrating Habit into UTAUT: The Chinese eBay Case. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, 1–30. <https://doi.org/10.17705/1pais.03201>
- Pamungkas, M. B. A. (2024). *Waqaf Digital Transformation Towards Better Management*. 5.
- Panwar, S. (2017). *THE ROLE OF IT INDUSTRY IN INDIAN ECONOMY*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11734.63047>

- Purwanto, E., & Budiman, V. (2020). *Applying the Technology Acceptance Model to Investigate the Intention to Use E-health: A Conceptual Framework*. 62(05).
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). *The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia: UTAUT Model*. 62(06).
- Rahma, M., Najib, M., & Saptono, I. T. (2021a). ANALISIS INTENSI WAKIF GEN Y DALAM GERAKAN DIGITAL BERWAKAF UANG ATAU MELALUI UANG DI INDONESIA. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.3.763>
- Rahma, M., Najib, M., & Saptono, I. T. (2021b). ANALISIS INTENSI WAKIF GEN Y DALAM GERAKAN DIGITAL BERWAKAF UANG ATAU MELALUI UANG DI INDONESIA. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.3.763>
- Rahmayanti, V., Hayati, H., & Amir, M. F. (2024). *WAKAF UANG DIGITAL: POTENSI DAN TANTANGAN DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI DI INDONESIA*. 6(1).
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2019). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: Evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Robiatun NB, F., Danugroho, A., & Halimatussa'adah, A. (2021). *Perjalanan Sejarah Wakaf dalam Mendukung Ketahanan Ekonomi di tengah Pandemi Covid-19*. 2.
- Rusli, D. Y., Darsono, M. M., Fauzin, A., Ridwan, A. H., & Hakim, A. A. (2023). *Perkembangan Wakaf Uang di Indonesia Dampaknya Terhadap Kemajuan Pesantren*.
- Rusydiana, A. S., & Devi, A. (2017). *Analisis Pengelolaan Dana Wakaf Uang Di Indonesia: Pendekatan Metode Analytic Network Process (Anp)*. 10(2).
- Sakti, M. R. P., Bin Mohd Thas Thaker, H., Qoyum, A., & Qizam, I. (2016). DETERMINANTS OF CASH WAQF CONTRIBUTION IN KLANG VALLEY AND SELANGOR: A SEM APPROACH. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 2(1), 111–144. <https://doi.org/10.21098/jimf.v2i1.593>
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>

- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>
- Septyaningdyah, & Harefa, P. (2022). *SEJARAH WAKAF DALAM ISLAM DAN PERKEMBANGANNYA*. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/kds7b>
- Shaw, N., & Sergueeva, K. (2019). The non-monetary benefits of mobile commerce: Extending UTAUT2 with perceived value. *International Journal of Information Management*, 45, 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.024>
- Simeru, O. A. I., & Tanamal, R. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN APLIKASI UC STUDENT. *Business Management Journal*, 16(2), 97. <https://doi.org/10.30813/bmj.v16i2.2361>
- Soegoto, E. S., & Rahman, R. A. (2021). *Technology on E-Payment Systems*.
- Sulistiyani, D., Asikin, N., Soegianto, S., & Sadono, B. (2020). PELAKSANAAN DAN PENGEMBANGAN WAKAF UANG DI INDONESIA. *JURNAL USM LAW REVIEW*, 3(2), 328–343. <https://doi.org/10.26623/julr.v3i2.2874>
- Sun, Y., Bhattacharjee, A., & Ma, Q. (2009). Extending technology usage to work settings: The role of perceived work compatibility in ERP implementation. *Information & Management*, 46(6), 351–356. <https://doi.org/10.1016/j.im.2009.06.003>
- Tarhini, A., El-Masri, M., Ali, M., & Serrano, A. (2016). Extending the UTAUT model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in Lebanon: A structural equation modeling approach. *Information Technology & People*, 29(4), 830–849. <https://doi.org/10.1108/ITP-02-2014-0034>
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176. <https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144>
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003a). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>

- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003b). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wadi, D. A., & Nurzaman, M. S. (2020a). Millennials Behaviour towards Digital Waqf Innovation. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 3(3). <https://doi.org/10.18196/ijief.3232>
- Wadi, D. A., & Nurzaman, M. S. (2020b). Millennials Behaviour towards Digital Waqf Innovation. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 3(3). <https://doi.org/10.18196/ijief.3232>
- Wibowo, A. H., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D. (2019). *Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Social Influence terhadap Behavioral Intention dalam Implementasi Aplikasi SIMPG PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya*.
- Yaseen, S. G., & El Qirem, I. A. (2018). Intention to use e-banking services in the Jordanian commercial banks. *International Journal of Bank Marketing*, 36(3), 557–571. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0082>
- Yi, M. Y., Jackson, J. D., Park, J. S., & Probst, J. C. (2006). Understanding information technology acceptance by individual professionals: Toward an integrative view. *Information & Management*, 43(3), 350–363. <https://doi.org/10.1016/j.im.2005.08.006>
- World Bank. (2024, September). *September 2024 global poverty update from the World Bank*. Diakses dari: <https://blogs.worldbank.org/en/opendata/september-2024-global-poverty-update-from-the-world-bank--revise>.

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA