

RINGKASAN

MEUTIA RAHMA. Analisis Intensi Wakif Gen Y dalam Gerakan Digital Berwakaf Uang atau Wakaf Melalui Uang di Indonesia. Dibimbing oleh MUKHAMAD NAJIB dan IMAM TEGUH SAPTONO.

Wakaf dipandang sangat potensial dalam menciptakan kesejahteraan ekonomi dan mampu berkontribusi dalam pembangunan perekonomian, diantaranya mengurangi pengangguran, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi angka kemiskinan. Menurut Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) 2019, potensi aset wakaf di Indonesia yaitu sekitar Rp. 2000 triliun dengan luas tanah wakaf mencapai 420 ribu hektar dan potensi wakaf uang mencapai Rp. 377 triliun dari realisasi dana wakaf uang yang terkumpul per 2017 hanya mencapai 199 Miliar. Nilai ini menjanjikan potensi bisnis yang tidak dapat diabaikan. Salah satu optimalisasi potensi wakaf adalah dengan melakukan pemanfaatan teknologi *digital payment* sebagai salah satu terobosan dalam mendukung gerakan digital berwakaf uang atau wakaf melalui uang.

Perkembangan teknologi saat ini di Indonesia, hampir lebih dari sebagian dimotori oleh anak muda, yang mayoritasnya dipimpin oleh generasi milenial atau generasi Y. Generasi Y memiliki keunikan dibandingkan generasi sebelumnya, misalnya soal kepiawaian dalam teknologi. Sehingga peran generasi Y perlu ditingkatkan untuk dapat ikut berkontribusi terhadap peningkatan potensi dana wakaf institusional di Indonesia baik pada wakaf uang atau wakaf melalui uang. Jika pembayaran digital wakaf uang atau wakaf melalui uang dapat diimplementasikan secara tepat dan membidik sasaran di Indonesia melalui pemikiran-pemikiran generasi milenial, maka diharapkan akan terdapat perubahan yang signifikan terhadap peningkatan potensi dana wakaf uang atau wakaf melalui uang dalam mewujudkan kesejahteraan sosial dan membantu mengatasi masalah perekonomian di Indonesia.

Adapun tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi karakteristik dari wakif gen Y dalam kegiatan berwakaf dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi intensi wakif gen Y dalam pemanfaatan teknologi *digital payment* untuk mendorong gerakan digital berwakaf uang atau wakaf melalui uang di Indonesia. Secara umum penelitian ini dilakukan secara kualitatif melalui analisis deskriptif dan kuantitatif melalui analisis *structural equation modeling* (SEM). Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online*. Jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 160 wakif gen Y.

Hasil dari analisis deskriptif dari penelitian ini menunjukkan bahwa dominansi responden yang melakukan pembayaran wakaf uang atau wakaf melalui uang serta menggunakan transaksi pembayaran digital adalah wakif gen Y perempuan (71.3%). Secara umum, wakif gen Y mendapatkan informasi ajakan program wakaf uang atau wakaf melalui uang yang bersumber dari lembaga nazhir (69.4%) dengan sumber media informasi yang berasal dari instagram (73.8%) serta whatsapp (53.1%). Sebagian besar responden wakif gen Y telah mengetahui adanya layanan digital pembayaran wakaf uang atau wakaf melalui uang (95%) dengan memandang bahwa layanan tersebut adalah hal yang sangat menarik (60.6%). Faktor pertimbangan ketertarikan utama responden wakif gen Y

untuk dapat berwakaf digital baik pada wakaf uang atau wakaf melalui uang adalah kemudahan penggunaan pembayaran digital (72.5%) serta kemudahan berwakaf kapanpun dan dimanapun (69.4%). Sebagian besar responden wakif gen Y sudah melakukan pembayaran wakaf uang atau wakaf melalui uang dengan penggunaan teknologi *digital payment* dimana metode transfer *via mobile banking* berada pada urutan tertinggi (87.5%) sedangkan setoran tunai hanya mencapai 10%. Peran wakif gen Y untuk dapat ikut memasarkan layanan pembayaran digital wakaf baik pada wakaf uang atau wakaf melalui uang sangat tinggi dimana sebagian besar wakif gen Y akan sangat merekomendasikan untuk penggunaan layanan program wakaf secara digital (66.9%).

Adapun hasil penelitian secara kuantitatif menunjukkan bahwa keseluruhan variabel yang diteliti, yaitu *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitating condition* (FC), *hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), *habit* (HT), dan *perceived security* (PS) memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) wakif gen Y dalam mendorong penggunaan teknologi *digital payment* untuk pembayaran wakaf uang atau wakaf melalui uang, dimana faktor yang paling besar adalah kebiasaan (*habit*) dengan nilai *t* hitung 12.93, dan besar koefisien *standardized* adalah 0.59.

Kata kunci: *Digital Payment*, Intensi, Wakaf Uang, Wakaf Melalui Uang, Wakif Gen Y

