

Determinan Niat Corwdfunders dalam Menggunakan Model Wakaf Crowdfunding: Integrasi 3 Model dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi

Siska Arie Novita

Universitas Airlangga, Surabaya Indonesia
siska.arie.novita-2022@feb.unair.ac.id

Sulistya Rusgianto

Universitas Airlangga, Surabaya Indonesia
sulistya@feb.unair.ac.id

Abstract

The potential of waqf is huge in Indonesia, but it has yet to be optimized. One of the developing waqf models is cash waqf. With the development of technology, it can be an opportunity to maximize the collection of cash waqf funds in Indonesia. This research aims to provide knowledge for waqf institutions to adopt financial technology in developing cash waqf as productive and social waqf. The research assesses the Technology Acceptance Model (TAM 3), Theory of Planned Behavior (TPB), Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2), Perceived Trust (PT) as a mediating variable in seeing the behavior of the muwakif. This study uses a structural equation modeling (SEM) analysis model to test the hypothesis. Based on purosive sampling, distributing questionnaires through online surveys using google form from various regions. The respondents collected from this study were 126 from the questionnaires that had been given. The results showed that TAM3, TPB and UTAUT2 had no effect on crowdfunding's behavioral intentions. PT has a significant positive effect on behavioral intentions. UTAUT2 has an effect on behavioral intention mediated by PT. The results of this study provide advice to the waqf authority to increase waqf collection by integrating fintech and promoting to the entire community.

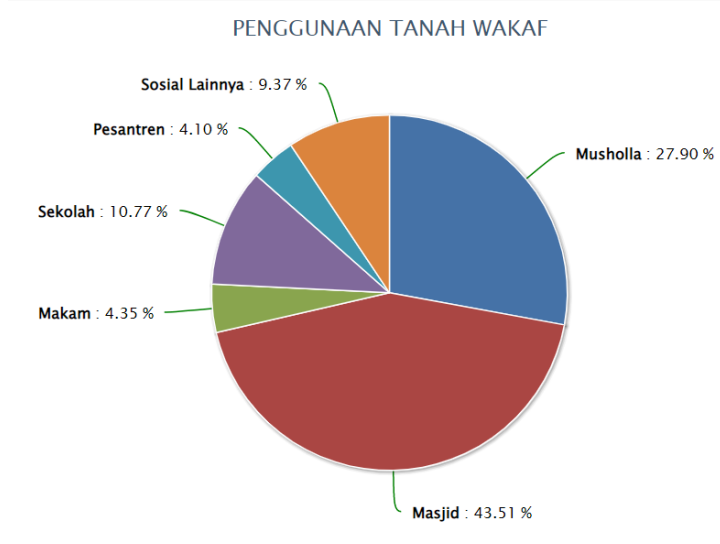
Keywords: *Crowdfunding, Wakaf Uang, Acceptence Model, Planed Behavior, Use of Technology*

A. PENDAHULUAN

Wakaf menjadi salah satu dari lembaga social ekonomi yang sangat penting agar keduanya dapat berjalan dengan adil dan merata (Chapra, 1985). Dalam bidang ekonomi, wakaf digambarkan sebagai sebuah layanan public yang berkelanjutan, lembaga swasta yang memberikan bantuan kepada pemerintah dalam memenuhi kebutuhan public (Muhammad Usman, 2023). Wakaf sebagai salah satu bentuk dari sedekah jariyah, yang mengacu pada fakta bahwa setelah seorang muslim meninggal dunia maka dia akan terus mendapatkan pahala dari kontribusinya. Berbagai macam wakaf telah berkembang seiring berjalannya waktu seperti: wakaf property (masjid, tanah, rumah sakit), wakaf perusahaan, wakaf uang dan bentuk lainnya yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat (Wan Nuraihan Ab Shatar, 2021).

Dilansir dari World Population Review tahun 2023, Indonesia sebagai negara dengan populasi penduduk terbesar pada urutan ke-empat setelah Cina sebanyak 278,3 juta. Dengan jumlah penduduk

muslimnya sekitar 240,6 juta setara dengan 86,7% dari populasi nasionalnya, dan menjadi negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Dengan mayoritas masyarakatnya seorang muslim maka hal ini memberi peluang terhadap perkembangan wakaf di Indonesia. Menurut Badan Wakaf Indonesia (BWI) bahwa potensi wakaf tunai mencapai 180 triliun per-tahun, namun besarnya potensi wakaf tersebut belum dapat dioptimalkan dengan baik. BWI mencatat pada tahun 2022 perolehan wakaf uang mencapai 1,4 triliun rupiah. Meski mengalami peningkatan pada setiap tahunnya, namun angka tersebut belum sebesar potensinya. Selain itu, terdapat 440.512 lokasi dari jumlah tanah wakaf dan luas tanah wakaf sebesar 57.263,69 Ha serta 57,42% yang telah bersertifikat.



Gambar 1: Penggunaan tanah wakaf di Indonesia

Dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, tantangan yang dihadapi dari Indonesia adalah masih terbatasnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat terkait wakaf khususnya wakaf uang dan wakaf dengan uang. Kemudian belum adanya Pusat Kajian Strategis BWI dan pemanfaatan teknologi seperti layanan multipayment pada LKS dan e-commerce serta layanan wakaf online masih belum dilakukan secara optimal. BWI telah melakukan berbagai inovasi guna meningkatkan pengelolaan wakaf dan memberi solusi dari tantangan yang ada. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi sehingga berkembang model wakaf baru yaitu crowdfunding wakaf. BWI telah mendorong para nazhir atau pengelola wakaf untuk memanfaatkan teknologi digital dalam gerakan digitalisasi wakaf.

Survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat penetrasi internet di Indonesia mencapai 78,19 persen pada 2023 dari total populasi penduduk. Penggunaan internet mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dari tahun 2022. Melihat klasifikasi pengguna internet, tingkat penetrasi internet di perkotaan (urban) sebesar 77,36 persen dari populasi dan pada daerah

pedesaan (rural) sebesar 79,79 persen dari populasinya (APJII, 2023). Melihat dari besarnya penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia dapat menjadi peluang dalam pengembangan model wakaf dengan mengadopsi perkembangan digital di Indonesia.

(Thas Thaker, 2018) mengusulkan sebuah model wakaf yaitu *Cash Waqf Micro Enterprise Investmen* (ICWME-I) sebagai bentuk dari model urun dana wakaf yang dilakukan di Malaysia dan terbukti model ini mendukung dalam menyediakan layanan keuangan. Pengembangan mode wakaf ini dapat memberi gambaran bahwa dana wakaf berpotensi besar dalam perekonomian. Jika diintegrasikan dengan kemajuan digital maka akan memberi terobosan baru dalam optimisasi potensi wakaf khususnya di Indonesia.

(Meri Indri Hapsari, 2022) menyatakan Crowdfunding Waqf Models (CWM) menjadi salah satu dari penyedia sumber daya pembiayaan untuk mengembangkan tanah wakaf. Melakukan promosi dan menciptakan proyek yang menarik merupakan factor kunci untuk membangun minat para *muwakif* untuk keberlangsungan CWM. Kalangan milenial di Indonesia saat ini mulai menggambarkan tingkat kesadaran yang tinggi tentang wakaf tunai. Promosi lebih baik difokuskan pada memberikan pemahaman mendalam tentang konsep dan perbedaan pada filantropi Islam lainnya (Khaled Nour Aldeen, 2022).

Crowdfunding wakaf menjadi perantara antara seorang wakif dengan nadhir wakaf. Dimana CWM ini menjadi inovasi baru untuk mengembangkan asset dari wakaf. Inovasi dalam perkembangan wakaf ini menjadi topik menarik untuk dapat digali lebih dalam sehingga dapat meningkatkan kinerja dari lembaga terkait. Jika masyarakat telah banyak mengenal berwakaf dapat dilakukan melalui teknologi, namun sistematika terkait penghimpunan wakaf melalui konsep crowdfunding ini masih belum banyak yang mengenalnya. Oleh karena itu perlu adanya pengenalan kepada masyarkat luas yang dapat menarik niat, untuk menggunakan inovasi crowdfunding wakaf ini dengan pemanfaatan teknologi yang semakin pesat.

Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji determinan dari perilaku crowdfunders dalam menggunakan model CWM di Indonesia. Merujuk pada penelitian sebelumnya dari (Darmansyah, 2021), (Ayman Alsmadi, 2023), dan (Masrizal, 2022) yaitu mengenai perilaku individu dalam mengadopsi penggunaan teknologi dalam wakaf crowdfunding. Penelitian ini mencoba mengintegrasikan satu model dengan model yang lain dari penelitian sebelumnya yang terdiri dari Planned Behavior, Acceptence Model, Use of Technology serta menambahkan variable Perceived Trust sebagai mediasi sebagai kebaruaran dalam penelitian ini sehingga mendapatkan hasil yang komperhensif. Diharapkan hasil dari model yang dikembangkan dapat diterapkan oleh lembaga wakaf Indonesia, guna meningkatkan kinerja dalam pengelolaan asset wakaf yang ada. Menjadi solusi

dari tantangan wakaf seperti yang tertuang dalam masterplan yaitu menambah promosi, sehingga penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mengetahui niat dari perilaku muslim agar tertarik untuk berwakaf melalui crowdfunding. Selain itu sebagai saran dalam optimalisasi penggunaan teknologi untuk pengelolaan asset wakaf yang dimiliki oleh Indonesia.

B. KAJIAN PUSTAKA

Wakaf Uang

Wakaf berasal dari bahasa Arab *waqafa-yaqifu* berarti menahan atau berhenti. Secara istilah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wakaf berarti benda bergerak atau tidak bergerak yang disediakan untuk kepentingan umum (Islam) sebagai pemberian yang ikhlas. Wakaf merupakan salah satu institusi keuangan Islam yang dalam sejarahnya memiliki kontribusi besar untuk pembangunan sebuah negara, utamanya yaitu dalam infrastruktur (Bappenas, 2018).

Dasar hukum dari wakaf dalam Al-Qur'an tidak dijelaskan secara khusus sehingga dalam penjelasannya menggunakan istilah "*infaq fi sabilillah*" (Diniyah, 2021), sebagaimana firman Allah dalam surat Ali-Imron: 92

مُّتَىٰ تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِن شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ ۚ حٰلَن تَتَاٰلُو

Artinya: "Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya."

Dalam hadist Rasulullah SAW bersabda:

اَلْح لِم يُنْتَفَعُ بِهِ وَوَلَدٍ صَادًا مَاتَ الْاِنْسَانُ اِنْقَطَعَ عَمَلُهُ اِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ وَء يَدْعُو لَه

Artinya: "Jika seseorang meninggal dunia, maka terputuslah amalannya kecuali tiga perkara (yaitu): sedekah jariah, ilmu yang dimanfaatkan, atau doa anak yang sholeh." (HR Muslim). (Wan Nuraihan Ab Shatar, 2021).

Dalam fatwa MUI Tahun 2002 tentang Wakaf Uang (*Cash Wakaf/Waqf al-Nuqud*) adalah wakaf yang dilakukan baik secara perorangan, kelompok, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. MUI memutuskan bahwa wakaf uang hukumnya adalah *jawaz* atau diperbolehkan. Wakaf uang hanya boleh disalurkan dan digunakan dalam hal-hal yang sesuai syariat Islam. Nilai pokok dari wakaf uang tidak diperbolehkan untuk dijual, dihibahkan dan diwariskan (MUI, 2002).

Terdapat dua istilah yang berkembang di tengah masyarakat dari jenis wakaf uang yaitu wakaf dengan uang dan wakaf melalui uang. Pengertian dari wakaf dengan uang adalah berupa uang dalam bentuk rupiah yang dikelola secara produktif, dan hasilnya dimanfaatkan untuk *mauquf alayh*.

Sedangkan wakaf melalui uang adalah wakaf dengan memberikan uang untuk dijadikan sebagai harta benda baik yang bergerak maupun tidak bergerak sesuai dengan kehendak dari *wakif*. Berikut perbedaan secara rinci dari kedua istilah diatas: (Fahruroji, 2019)

Tabel 1. Perbedaan wakaf uang dan melalui uang

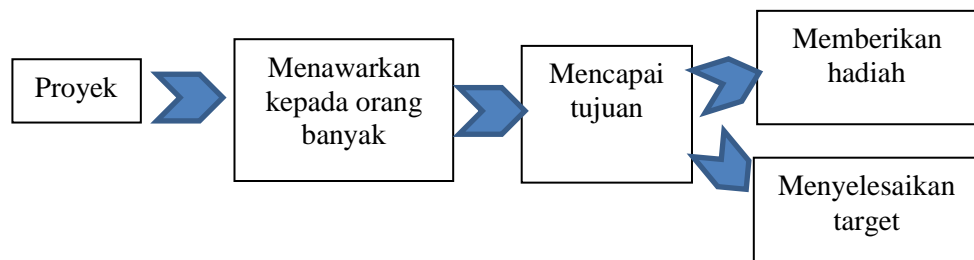
Wakaf uang	Wakaf melalui uang
Tujuan wakaf uang untuk kegiatan produktif atau investasi baik di sektor rill maupun keuangan	Tujuan wakaf melalui uang dapat digunakan untuk keperluan sosial atau produktif/investasi
Wakaf uang dapat digunakan untuk berbagai jenis investasi selama itu aman, menguntungkan, sesuai prinsip syariah dan peraturan perundang-undangan.	Wakaf melalui uang terikat pada suatu jenis investasi sesuai dengan yang dikehendaki oleh wakif.
Dalam wakaf uang, yang diberikan kepada penerima manfaat (<i>mawquf alayh</i>) adalah keuntungan dari investasi bukan dari uang yang diwakafkannya.	Wakaf melalui uang digunakan untuk investasi atau diproduktifkan, maka keuntungan itulah yang diberikan kepada <i>mawquf alayh</i> . Wakaf yang digunakan untuk keperluan sosial maka uangnya yang langsung dimanfaatkan.
Harta benda dari wakaf uang harus dijaga nilai pokoknya dengan menginvestasikannya.	Dalam wakaf melalui uang, harta benda wakafnya adalah barang/benda yang dihasilkan dengan uang yang harus dijaga, dilindungi. Tidak diperbolehkan untuk dijual, diwariskan atau dihibahkan.

Badan Wakaf Indonesia mencatat bahwa hingga tahun 2019 terdapat 224 lembaga nadhir wakaf uang yang telah terdaftar secara resmi di seluruh daerah. Calon nazhir wajib mendaftarkan diri kepada BWI dengan memenuhi persyaratan sesuai dengan UU No.41 Tahun 2004 tentang wakaf dan Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2006. Dilansir dari Sistem Informasi Wakaf (SIWAK) Kementerian Agama, potensi wakaf tunai di Indonesia mencapai 180 triliun pertahunnya. Dengan potensi wakaf dan kemajuan teknologi menjadi peluang dalam pengembangan wakaf melalui model *crowdfunding wakaf*. Salah satu keuntungan dari pembiayaan tanah wakaf dengan pengembangan yang mengintegrasikan crowdfunding untuk pengembangan wakaf adalah karena setiap orang dapat berkontribusi dan menyumbang tanpa memandang batas geografis (Meri Indri Hapsari, 2022).

Crowdfunding

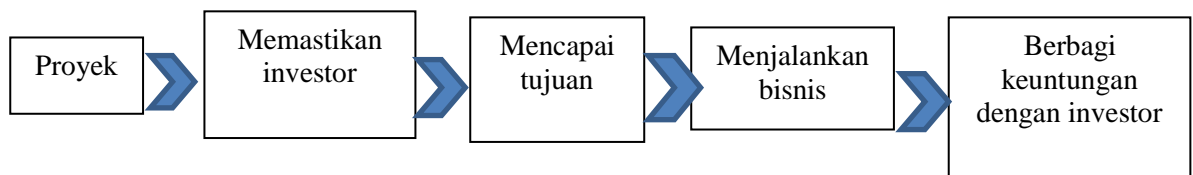
Definisi dari crowdfunding adalah upaya individu dan kelompok wirausaha-budaya, social dan nirlaba untuk mendanai usaha mereka dengan memanfaatkan kontribusi yang relative kecil dari sejumlah besar individu dengan menggunakan internet tanpa perantara keuangan standar (Mollick, 2014). Kegiatan crowdfunding pertama kali dikaitkan dengan seni, namun kemudian banyak platform baru yang telah dibentuk untuk menyelenggarakan kampanye bertujuan social, pengusaha dan usaha kecil serta pinjaman konsumen yang menjadi segmen pasar (Annaleena Parhankangas, 2022).

Crowdfunding berakar pada *crowdsourcing* yang merupakan platform keuangan yang melibatkan sejumlah besar investor. Sedangkan crowdfunding adalah perluasan dari *crowdsourcing* sebagai kategori unik untuk mengumpulkan dana oleh organisasi yang membutuhkan uang (Daniel H Boylan, 2018).



Gambar 2. Crowdfunding berbasis imbalan

Gambar tersebut menunjukkan proses dari crowdfunding berbasis imbalan. Saat ada sebuah proyek maka akan bergerak untuk menawarkan kepada banyak orang dan jika dana yang dibutuhkan mencapai target yang ditentukan maka proyek tersebut akan berjalan. Pada fase akhir dari proyek telah selesai maka investor atau pemberi dana akan menerima hadiah.



Gambar 3. Crowdfunding ekuitas

Crowdfunding muncul sebagai alternatif dari kelemahan dalam pendanaan dengan sistem tradisional. Persyaratan yang begitu rumit pada bank untuk pinjaman merupakan rintangan utama yang sulit diatasi oleh banyak organisasi kecil (Daniel H Boylan, 2018). Oleh karena itu crowdfunding ini sebagai alternatif untuk mengatasi permasalahan atas pemenuhan modal yang tidak bisa didapat dari perbankan. (Paola Paoloni, 2019) menunjukkan bahwa crowdfunding menjadi

penting diperlakukan sebagai alternatif instrument pembiayaan. Sebagai kesempatan untuk menawarkan kepada mereka yang ingin berinvestasi dalam kegiatan ekonomi dalam bentuk pembiayaan alternatif. Terdapat tiga jenis utama dari crowdfunding. Pertama, crowdfunding, crowdfunding berbasis donasi, dan crowdfunding berbasis ekuitas dimana investor mengantisipasi menerima saham ekuitas dalam proyek. Jenis investasi ini lebih beresiko karena investor dapat mengalami kerugian dan mendapatkan keuntungan dari proyek yang dijalankan (Rabbani, 2022).

Dalam sudut pandang Islam, crowdfunding dapat mendorong seseorang untuk dermawan dan memajukan kolaborasi. Namun sangat penting untuk menjamin bahwa praktik dari crowdfunding ini sesuai dengan prinsip syariah. Definisi dari Islamic crowdfunding ini adalah sebagai sebuah platform yang dirancang untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah. Menggambarkan penggunaan sejumlah dana yang diperoleh dari sejumlah besar individu atau organisasi untuk mendanai sebuah proyek atau kebutuhan lainnya melalui platform berbasis web online sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Achsiem, 2016). Islamic crowdfunding ini akan menjadi inovasi keuangan berikutnya dalam lingkup keuangan islam, yang dimanifestasikan dalam 5 skema: (Marwan Abdeldayem, 2022) : Berbasis zakat, Berbasis infaq dan shadaqah, Berbasis qard-alhasan, Berbasis syrikah (mudharabah dan musyarakah, Berbasis pinjaman (Murabaha, ijarah, istishna). Platform crowdfunding dalam ekosistem crowdfunding memiliki peran penting (Berne Martinez, 2021). Tujuan dari platform ini adalah untuk menghubungkan calon investor sebagai individu secara langsung dengan proyek atau perusahaan yang telah disetujui oleh platform crowdfunding (Berne Martinez, 2021).

Studi Sebelumnya dan Pengembangan Hipotesis

Banyak penelitian yang dilakukan untuk melihat pengaruh dari niat perilaku terhadap penggunaan Fintech, Crowdfunding dan wakaf dalam berbagai jenis penelitian, seperti (Yali Zhang, 2020), (Eunyoung Kim, 2022), (Darmansyah, 2021), (Masrizal, 2022), (Mohammad Asmy, 2018). Tujuan dari niat perilaku (Behavioural Intention/BI) masyarakat muslim menjadi variable yang menjelaskan dalam penelitian ini. Hal ini menjadi penting untuk menjadi sebuah solusi dalam mengoptimalkan kinerja dari pengelolaan asset wakaf yang dimiliki dengan memperhatikan factor yang berpengaruh pada niat perilaku muslim untuk berwakaf dengan model crowdfunding (CWM). Penelitian ini akan menggunakan Technology Acceptance Model (TAM 3), Theory of Planned Behavior (TPB), dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2) sebagai variable eksogen serta Perceived Trust (PT) sebagai variable mediasi terhadap Behavioral Intention (BI) sebagai variable endogennya. Melihat dari penelitian sebelumnya bahwa variable-variabel tersebut memiliki hubungan dengan niat perilaku dalam penggunaan teknologi informasi.

1. Technology Acceptance Model (TAM 3)

TAM3 merupakan model penelitian yang dapat digunakan untuk memprediksi adopsi dari teknologi informasi yang bertujuan menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. Penelitian ini akan menggunakan Sembilan indicator terkait dengan TAM 3: Image (IM), Job relevance (JR), Output quality (OQ), Resulting demonstrability (RD), Perception of external controls (PEC), Computer anxiety (CA), Computer playfulness (CP), Perceived enjoyment (PE) dan Objective usability (OU) (Viswanath Venkatesh, 2008). (Mohd Thas Thaker, 2019) menggunakan TAM untuk menyelidiki factor yang mempengaruhi pelanggan Malaysia menggunakan Mobile banking Islam, dengan temuan bahwa persepsi penggunaan dan persepsi risiko yang mempengaruhinya. Kemudian (Mohammad Asmy, 2018) juga menemukan bahwa model TAM memiliki dampak positif pada niat donator dalam membantu lembaga wakaf untuk mengembangkan tanah wakaf di Malaysia.

2. Theory of Planned Behavior (TPB)

TPB merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) sebagai salah satu teori perilaku manusia yang paling mendasar dan berpengaruh. TRA telah digunakan untuk memprediksi berbagai perilaku dan sebagian besar dari variannya memiliki hasil yang konsisten. Sedangkan untuk TPB ini menambahkan konstruk yaitu kontrol perilaku yang menjadi penentu tambahan dalam niat dan perilaku serta telah berhasil diterapkan pada penelitian sebelumnya (Visnawanth Venkatesh, 2003). Penelitian ini akan menggunakan tiga indicator dari TPB yaitu Attitude toward Behavior (ATB), Subjective norm (SN) dan Perceived behavioral control (PBC) (Darmansyah, 2021). (Mina Fanea, 2021) dan (Baber, 2022) menemukan bahwa model dari TPB berkorelasi secara positif mempengaruhi niat perilaku dari penggunaan crowdfunding. (Ayman Alsmadi, 2023) menyatakan bahwa TPB merupakan factor yang secara positif mempengaruhi opini nasabah dalam mengadaptasi layanan Islamic Fintech dalam melakukan pembiayaan.

3. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2)

Model UTAUT diperkenalkan dan dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis. Model ini mengkolaborasikan dengan delapan model dari teori-teori dasar mengenai penerimaan dan perilaku penggunaan teknologi. Delapan teori tersebut terdiri dari theory reasoned action (TRA), technology acceptance model (TAM), the motivational model (MM), the theory planned behavior (TPB), combined TAM and TPB model (C-TAM-TPB), the PC utilization model (MPCU), the innovation diffusion theory (IDT) and the social cognitive theory model (SCT). UTAUT terdiri dari empat factor penentu langsung yang signifikan terhadap minat dan pemanfaatan serta penggunaan sistem informasi yaitu terdiri dari Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI) and

Facilitating Conditions (FC) (Visnawanth Venkatesh, 2003). UTAUT mengalami pengembangan model dan dikembangkan menjadi UTAUT2 yang menekankan pada penerimaan konsumen dalam mengadopsi teknologi sehingga beberapa komponen direkonstruksi ulang dengan menambahkan tiga konsutruk yaitu Sosial Influence (SI), Price Value (PV) dan Habit (HB) (Masrizal, 2022). (Darmansyah, 2021) menemukan bahwa UTAUT berpengaruh besar terhadap niat untuk menggunakan Islamic Fintech. (Masrizal, 2022) menyatakan bahwa UTAUT ini tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku dari crowdfunders. Dengan pembahasan tersebut maka hipotesis yang disusun sebagai berikut:

H1: TAM 3 berpengaruh terhadap Behavioural Intention dalam berwakaf uang crowdfunding

H2: TPB berpengaruh terhadap Behavioural Intention dalam berwakaf uang crowdfunding

H3: UTAUT2 berpengaruh terhadap Behavioural Intention dalam berwakaf uang crowdfunding

4. Perceived Trust (PT)

Perceived Trust adalah keyakinan individu untuk menggunakan layanan teknologi informasi dengan sukarela (Payam Hanafizadeh, 2014). Rasa percaya membantu mengurangi kekhawatiran keamanan dan privasi konsumen. Seorang yang kurang memiliki kesadaran dan pengetahuan, lebih rentan terhadap masalah privasi dan penipuan, oleh karena itu maka platform dari crowdfunding perlu meningkatkan kepercayaan terhadap layanannya. Penelitian dari (Shafique Rehman, 2019), (Rakesh Kumar, 2023), penelitian dari (Mohammad Tariqul Islam, 2021) menyatakan bahwa PT berpengaruh terhadap BI sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang menarik. Oleh karena itu hipotesis yang disusun sebagai berikut:

H4: PT berpengaruh positif terhadap Behavioural Intention

Tidak ada bukti efek mediasi dari kepercayaan yang digunakan dalam TAM3, TPB, UTAUT2 dan BI untuk menggunakan crowdfunding wakaf uang. Berdasarkan hasil penelitian dari (Kanokkarn, 2023) menjadikan kepercayaan sebagai mediasi dan terbukti hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dari kepercayaan sebagai mediasi. Oleh karena pada penelitian ini memberikan pembaharuan dengan menjadikan PT sebagai variable mediasi terhadap niat perilaku, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H5: TAM berpengaruh terhadap Behavioural Intention yang dimediasi oleh kepercayaan

H6: TPB berpengaruh terhadap Behavioural Intention yang dimediasi oleh kepercayaan

H7: UTAUT berpengaruh terhadap Behavioural Intention yang dimediasi oleh kepercayaan

C. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer berupa kuesioner dan sekunder yang berasal dari literatur review. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku berwakaf uang menggunakan crowdfunding di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dari penyebaran kuesioner kepada responden dengan kriteria tertentu. Data primer berasal dari kuesioner dan pada item-itemnya diukur menggunakan skala Likert empat poin (1=sangat setuju, 4=sangat tidak setuju). Pertanyaan dalam survei dikembangkan sesuai dengan operasional variable penelitian. Kuesioner dibagi menjadi dua komponen: pernyataan umum yang berkaitan dengan demografi responden dan kuesioner berisi persepsi calon donator untuk menggunakan platform Crowdfunding dalam berwakaf uang. Secara keseluruhan, terdapat 25 pertanyaan yang digunakan untuk menyelidiki niat perilaku crowdfunders untuk berwakaf uang di Indonesia.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang beragama Islam dan pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan *non-probability sampling* (Masrizal, 2022). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner online untuk memperluas jangkauan. Kriteria responden adalah orang yang dapat mengakses crowdfunding wakaf dengan menggunakan smart-phone di berbagai demografi, geografis dan agama Islam di Indonesia. Kuesioner online dalam penelitian ini menggunakan Google form dan disebarluaskan melalui media social (Instagram, Telegram dan WhatsApp).

Kuesioner didistribusikan dari periode 23 Mei-02 Juni 2023, dengan menerima sebanyak 126 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah permodelan persamaan structural (Structural Equation Modeling/SEM). Dalam SEM tidak terdapat consensus mengenai berapa jumlah sampel minimum dan maksimum. (Joseph Hair, 2006) mengatakan bahwa dalam SEM, jumlah ukuran sampel minimum yang direkomendasikan adalah 100-200. Penentuan ukuran sampel dapat bervariasi tergantung pada kompleksitas dari model. Pada model yang sederhana ukuran sampel yang kecil bervariasi dari 100-150 sudah mencukupi. Sehingga pada penelitian ini jumlah responden telah melebihi batas minimum.

Model analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah partial least square-structural equation modeling (PLS-SEM), bertujuan untuk mengevaluasi hubungan prediktif antara konstruk dengan menilai ada tidaknya hubungan (Farizka Nabila, 2023). PLS-SEM sebagai metode yang berbeda untuk menganalisis model jalur berbasis komposit, Model ini digunakan untuk menguji kerangka teoritis dari pespektif prediksi, saat model memiliki structural kompleks dan mencakup

banyak konstruk, indicator, dan bertujuan untuk memahami kompleksitas yang semakin meningkat dengan mengeksplorasi perluasan teori yang sudah ada (Josep Hair d. , 2019). SEM-PLS merupakan metode yang unggul dalam ilmu social dan cocok untuk model dengan landasan teori yang lemah serta tidak memerlukan asumsi normalitas data (Darmansyah, 2021).

Secara umum, dalam analisis SEM terdapat dua tahap, pertama melakukan analisis factor konfirmatori (confirmatory factor analysis/CFA). Langkah pertama adalah pengukuran reflektif yaitu memeriksa nilai loading dari indicator. Nilai Loading diatas 0,708 adalah yang direkomendasikan, karena hal ini mengindikasikan bahwa konstruk menjelaskan lebih dari 50 persen varians indicator. Langkah kedua adalah menilai reliabilitas yang dapat dilihat dari beberapa jenis dengan batas bawah tidak lebih dari 0,70 dan batas atas harus lebih rendah dari 0,95 untuk mendapatkan interval kepercayaan. Dalam analisis CFA, beberapa komponen penting yang akan dijadikan tolak ukur yaitu, nilai loading factor, average variance extracted (AVE) dan discriminant validity atau cronbach's alpha. Selanjutnya adalah evaluasi model structural. Pada tahap ini, menjadi hasil dari analisis hubungan antar masing-masing variable eksogen dan endogen (Josep Hair d. , 2019).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil/Result

1. Demografis Responden

Tabel 2. Profil Demografis Responden

Demographic Respondent	N	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	32	25.2
Perempuan	94	74.8
Wilayah Pulau		
Jawa	103	81.9
Sumatera	16	12.6
Kalimantan	4	3.1
Sulawesi	2	1.6
Papua	1	0.8
Usia		
<21-30	122	96.8
31-40	3	2.4
41-50	1	0.8
>50		
Pendidikan		
Sekolah menengah atas	1	0.8
Sarjana	92	73.2
Master	29	22.9

Doktor	4	3.1
Pekerjaan		
Mahasiswa/Pelajar	50	40
Pengusaha	6	5
Pegawai Pemerintah	3	2
Pegawai Perusahaan Swasta	24	19
Guru/Dosen	24	19
Lainnya	19	15
Penghasilan		
<2 jt	83	66
2-4 jt	29	23
5-8 jt	12	9
>8 jt	2	2
Pengeluaran		
<2 jt	102	81
2-4 jt	23	18
5-8 jt	1	1
>8 jt		

Responden yang dikumpulkan dalam penelitian ini berjumlah 126 responden. Mayoritas dari responden adalah perempuan sebanyak 94 dan laki-laki sebanyak 32 dengan prosentasi perbandingan keduanya yaitu 74,8% dan 25,2%. Responden telah mewakili dari seluruh wilayah kepulauan di Indonesia kecuali Bali dan Nusa Tenggara. Pulau Jawa sebagai yang mendominasi dari domisili responden dengan total 103 (81,9%), Sumatera pada posisi selanjutnya dengan total 16 (12,6%), dilanjutkan dengan Kalimantan 4 (3,1%), Sulawesi 2 (1,6%) dan Papua 1 (0,8%). Pada tingkat Pendidikan sebagian besar dengan background pendidikan Sarjana berjumlah 92, selanjutnya dari Master (29), Doktor (4) dan Sekolah menengah atas (1).

2. Confirmatory Factor Analysis

Tabel 3. Uji Validitas dan Reabilitas

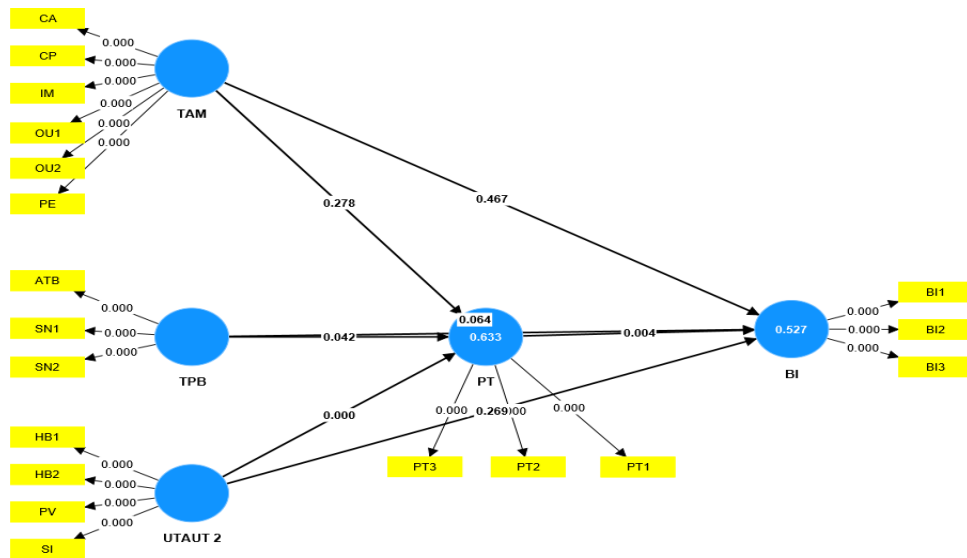
Construct	Outer Loadings	AVE	CR	Alpha
Technology Acceptance Model (TAM 3)		0.607	0.87	0.869
IM	0.752			
JR	0.669			
OQ	0.645			
RD	0.627			
PE	0.787			
CA	0.724			
CP	0.702			
PEC	0.517			
OU1	0.837			

OU2	0.859			
Theory of Planned Behavior (TPB)		0.705	0.796	0.79
ATB	0.788			
SN1	0.846			
SN2	0.882			
PBC1	0.678			
PBC2	0.672			
Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2)		0.604	0.786	0.782
SI	0.774			
PV	0.737			
HB1	0.785			
HB2	0.812			
Perceived Trust (PT)		0.706	0.81	0.79
PT1	0.839			
PT2	0.901			
PT3	0.777			
Behavioral Intention (BI)		0.68	0.783	0.766
BI1	0.781			
BI2	0.859			
BI3	0.832			

Setelah pembahasan terkait dengan karakteristik demografis dari responden, maka dengan data yang sudah ada perlu untuk dievaluasi dan dibahas. Pada model SEM-PLS maka pembahasan terkait dengan analisis model pengukuran dan mengevaluasi model structural. Analisis data menggunakan perangkat lunak Smart PLS 4.0 untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Pada pengujian model pengukuran kita dapat menentukan apakah konstruk diukur dengan hasil yang memuaskan dan model structural menilai kekuatan penjelas dari model. Menurut (Josep Hair d. , 2019) nilai loading diatas 0,708 adalah yang direkomendasikan. Maka setelah melakukan pengujian variable dengan nilai dibawah 0,708 dibuang terdiri dari TAM 3 (JR,OQ,RD dan PEC), TPB (PBC1 dan PBC2); variable lainnya telah lolos dalam pengujian validitas dan reliabilitas.

3. Structural Model Evaluation

Setelah mendapatkan hasil penilaian yang valid dan reliabel pengujian outer model, maka langkah selanjutnya adalah mengevaluasi signifikansi dari inner path structure model. Model structural menjelaskan hubungan antara konstruk laten penelitian (Josep Hair T. M., 2014).



Gambar 4: Hasil pengujian model

Tabel 3. Hasil pengujian hipotesis
Sumber: data diolah

Hubungan	T statistics	P values	Keterangan
H1: TAM 3 -> BI	0.727	0.467	Ditolak
H2: TPB -> BI	1.855	0.064	Ditolak
H3: UTAUT 2 -> BI	1.105	0.269	Ditolak
H4: PT -> BI	2.914	0.004	Diterima
H5: TAM -> PT -> BI	1.014	0.310	Ditolak
H6: TPB -> PT -> BI	1.406	0.160	Ditolak
H7: UTAUT 2 -> PT -> BI	2.779	0.005	Diterima

Hubungan structural yang dihipotesiskan adalah niat perilaku, model penerimaan, perilaku yang direncanakan, penggunaan teknologi, dan kepercayaan pada gambar 1. Untuk menguji signifikansi statistic koefisien jalur, penelitian ini menggunakan path coefficient, kemudian melakukan analisis bootstrap seperti hasil pada table 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H1, H2, H3 sebagai hipotesis dari pengaruh langsung ditolak, dimana artinya variable dari TAM 3, TPB, UTAUT 2 tidak berpengaruh terhadap BI menggunakan crowdfunding wakaf uang yang dapat dilihat dari T-stastik<T-table (1.97928) dan nilai P-value <0.05. Untuk hipotesis H5, H6 yaitu TAM 3 dan TPB tidak berpengaruh meski telah dimediasi dengan PT terhadap BI menggunakan crowdfunding wakaf uang, dimana T-statistik<T-table yaitu 1.014 dan 1.406, dengan P-value >0.05. Pada hipotesis H4 diterima bahwa, PT berpengaruh terhadap BI dan H7 diterima, dimana variable UTAUT 2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku menggunakan crowdfunding wakaf uang yang dimediasi oleh kepercayaan (PT). Dimana nilai T-statistik (2.779) >T-table dan nilai P-value (0.0005) <0.05. Nilai R² dari BI sebesar 0.527 dan PT sebesar 0.633.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa H1 yaitu teori model penerimaan (TAM 3) tidak berpengaruh terhadap niat perilaku individu untuk menggunakan crowdfunding wakaf uang. Penelitian ini tidak sejalan dengan (Mohammad Asmy, 2018) dan (Masrizal, 2022). Perbedaan hasil penelitian ini menambah referensi baru dalam perkembangan crowdfunding wakaf. Hal ini terletak pada perbedaan wilayah penelitian yaitu antara Malaysia dan Indonesia, yang dapat memberikan perbedaan pandangan dan karakteristik dari masyarakatnya. Responden dari penelitian ini mayoritas adalah generasi milenial yang masih banyak belum mengenal model wakaf ini. Terlihat dari responden yang sebagian besar belum pernah menggunakan crowdfunding wakaf uang sebesar 53,8%, masih pada tingkat yang rendah. Sejalan dengan penelitian dari (Khaled Nour Aldeen, 2022) mengeksplorasi tingkat kesadaran dan kemauan generasi milenial di Indonesia terhadap wakaf uang. Penelitian tersebut menunjukkan tingkat kesadaran yang wakaf dikalangan milenial tinggi, namun tingkat kesediaan dalam berwakaf uang lebih rendah.

(Wan Nuraihan Ab Shatar, 2021) mengungkapkan bahwa promosi dan kepercayaan memiliki dampak terhadap pengumpulan wakaf tunai sebagai bentuk dari model penerimaan. Selain itu kenyamanan dan aksesibilitas terhadap wakaf tunai juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi pengumpulan dana wakaf tunai. Namun promosi di Indonesia masih kurang efektif, dimana kurangnya publikasi terkait dengan platform atau lembaga yang menjadi penyedia layanan tersebut yang berstatus resmi dan terdaftar di BWI.

H2 perilaku terencana (TPB) tidak berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan crowdfunding wakaf uang. Sejalan dengan penelitian (Putra, 2021) dan (Evon Abu-Teih, 2022) bahwa TPB sebagai perilaku terencana tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan crowdfunding. Sesuai dengan hasil loading bahwa persepsi control perilaku tidak memiliki hasil yang valid, sedangkan nilai tertinggi dari TPB yang berpengaruh adalah pengaruh sikap (SN). (Baber, 2022) mengungkapkan bahwa sumberdaya dan keuangan berpartisipasi dalam crowdfunding. Namun, rata-rata pendapatan dari responden pada level <2jt dengan pengeluaran yang sama, dan lebih dari 50 persen belum pernah menggunakan crowdfunding wakaf uang. Maka sumberdaya dan keuangan dapat menjadi alasan mengapa perilaku terencana ini tidak berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan crowdfunding wakaf uang.

H3 penggunaan teknologi (UTAUT 2) tidak berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan crowdfunding wakaf uang. Penelitian ini konsisten dengan yang dilakukan oleh (Masrizal, 2022), (Diniyah, 2021), dan (Sari, 2021) dimana UTAUT ini tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan crowdfunding wakaf. Hasil ini berbeda dengan penelitian dari (Darmansyah,

2021) dan (Nur Anjaswati, 2022) dikarenakan perbedaan objek penelitian. Dimana penggunaan teknologi tidak berpengaruh terhadap niat berilaku pada crowdfunding wakaf dikarenakan sebagian dari responden menyatakan bahwa belum pernah menggunakan layanan tersebut dengan lebih dari 50% dari keseluruhan responden. Hal ini menandakan bahwa masih banyak yang belum menggunakan dan jawaban sebagian dari responden masih belum mengetahui platform yang dapat menyediakan layanan baru dari crowdfunding wakaf uang ini. Beberapa platform yang menyediakan layanan ini adalah Kitabisa.com, Dompot Dhufa, Pasif Amal, oleh karena itu diharapkan kedepan semakin banyak platform penyedia layanan dan melakukan promosi untuk menyebarkan informasi yang lebih luas.

H4 kepercayaan (PT) berpengaruh terhadap niat perilaku individu untuk menggunakan crowdfunding wakaf uang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Kanokkarn, 2023), (Mohammad Tariqul Islam, 2021), (Syed Ali Raza, 2019) dan (Narendra Irawati, 2022) dimana kepercayaan yang dirasakan berpengaruh terhadap niat berperilaku seseorang. Melihat hasil dari loading pada PT didapat bahwa yang paling tinggi nilai loadingnya adalah PT2 (0,901) dimana perilaku niat dari seorang wakif untuk menggunakan crowdfunding wakaf uang adalah kepercayaan dan memiliki integritas yang tinggi. Model crowdfunding wakaf uang ini adalah berbasis digital dimana (Krystallia, 2020) menyatakan bahwa kepercayaan dari crowdfunders menjadi satu hal penting yang harus dijaga dalam penggunaan platform. Badan Wakaf Indonesia (BWI) sebagai Lembaga regulasi dan pengelola wakaf telah mencatat hingga tahun 2021 per 31 Oktober sebanyak 303 lembaga yang terdaftar resmi sebagai nadzir wakaf uang (BWI, 2021). Langkah ini dapat menjadi cara dalam menjaga kepercayaan masyarakat melalui penjaminan pada nadzir. Kitabisa.com sebagai platform yang menyediakan layanan crowdfunding wakaf uang yang telah terdaftar secara resmi dengan nomor 3.3.00368. (Zakaria, 2021) mengatakan bahwa pembaruan informasi, jumlah penggalangan dana yang didukung serta jumlah hari memiliki pengaruh terhadap penghimpunan wakaf uang di platform. Maka transparansi akan keuangan, keterbukaan informasi akan mempengaruhi kepercayaan masyarakat dalam berwakaf dengan model baru. Oleh karena itu BWI perlu mengawasi para nadzir dengan ketat untuk menjaga semua berjalan sesuai aturan syariah, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap lembaga wakaf dapat terjaga.

Peran Kepercayaan sebagai variable mediasi

Temuan dari hasil penelitian dengan menjadikan kepercayaan (PT) sebagai variable yang memediasi berpengaruh pada niat perilaku dalam crowdfunding wakaf uang. Meski dalam hasil mediasi H5 dan H6 ditolak, namun untuk H7 diterima. Dimana penggunaan teknologi (UTAUT2) berpengaruh terhadap niat perilaku yang dimediasi oleh kepercayaan (PT). Hasil penelitian ini sejalan

dengan (Kanokkarn, 2023) dan (Malik Muneer, 2023) dimana semakin orang mendapatkan kepercayaan dengan penggunaan teknologi maka mereka akan lebih bersedia untuk menggunakannya. Saat masyarakat memiliki kepercayaan terhadap lembaga dari platform crowdfunding wakaf uang maka akan ada niat masyarakat untuk berwakaf uang dengan platform crowdfunding tersebut. BWI sebagai regulator dalam mengelola wakaf perlu menjaga kepercayaan public dengan segala keterbukaan informasi dan lebih memperketat sisi legalitas lembaga penghimpun dana wakaf. Kepercayaan masyarakat dalam menggunakan sebuah platform digital sangat penting (Krystallia, 2020). Sebuah kasus yang pernah terjadi yaitu korupsi dan penggelapan dana dari salah satu platform Yayasan Aksi Cepat Tanggap (ACT) tahun 2022 lalu (Narda, 2022). Terjadinya kasus tersebut dapat menurunkan kepercayaan masyarakat pada lembaga pengelola, sehingga perlu adanya pengawasan ketat untuk menghindari terjadinya kasus tersebut. Pemanfaat teknologi menjadi salah satu tantangan dalam perkembangan wakaf, penguatan wakaf perlu dilakukan melalui promosi-promosi digital dan mengintegrasikan data-data penghimpunan wakaf serta alokasinya, menjadi poin dari BWI untuk dilakukan. Sehingga potensi wakaf uang dengan model crowdfunding dapat optimal bagi perekonomian.

E. SIMPULAN

Wakaf sebagai salah satu instrument ekonomi yang keberadaannya sangat penting bagi pembangunan suatu negara. Wakaf dapat memberikan dampak baik secara mikro maupun makro, sehingga wakaf juga dapat menjadi instrument kebijakan fiscal dalam sistem ekonomi Islam. Sayangnya wakaf belum secara maksimal berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi di Indonesia. Factor yang menyebabkan situasi tersebut salah satunya adalah rendahnya minat masyarakat Indonesia untuk memberikan dana sosial dalam bentuk wakaf. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan oleh lembaga wakaf adalah dengan memaksimalkan pengimpunan wakaf menggunakan platform teknologi finansial dalam bentuk crowdfunding. Cash Waqf Models (CWM) sebagai jenis wakaf yaitu waktu tunai yang digunakan dalam platform fintech tersebut. Hasil penelitian ini memberikan perspektif menggunakan teknologi dengan UTAUT 2, dengan variable mediasi kepercayaan PT yang berpengaruh terhadap niat perilaku. Temuan ini memberikan saran kepada Badan Wakaf Indonesia (BWI) sebagai otoritas wakaf yang mengatur nadzir wakaf untuk meningkatkan efisiensi dengan mengintegrasikan penggunaan Fintech, khususnya crowdfunding dalam mengumpulkan dana wakaf uang dari para wakif. Selain itu menjaga kepercayaan public pada lembaga wakaf sangat penting untuk dilakukan.

Oleh karena itu penelitian ini merekomendasikan, pertama organisasi wakaf menyediakan kerangka platform yang jelas dan mudah digunakan, aman dan terpercaya. Kedua, pemerintah

membuat kebijakan dalam mendukung penggunaan wakaf menggunakan Fintech berupa kode etik yang harus dipatuhi. Ketiga, memperluas informasi resmi daftar platform legal yang menyediakan layanan crowdfunding wakaf uang. Keempat, mengintegrasikan data wakaf dari berbagai lembaga wakaf yang terdaftar. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu, penelitian hanya berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi niat, oleh karena itu dalam penelitian selanjutnya dapat mengeksplor lebih banyak terkait variabel lain. Jumlah sampel pada penelitian ini masih sangat terbatas sehingga hasil tidak dapat digeneralisasikan. Penelitian selanjutnya sebaiknya meneliti terkait dengan evaluasi kepuasan dari crowdfunders agar menjadi masukan baru bagi lembaga terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsania Hendratmi, d. (2019). The Role of Islamic Crowdfunding Mechanisms in Business and Business Development. *Journal of Business and Economics Review*, 10-23.
- Achsien, P. (2016). Islamic Crowdfunding as The Next Financial Innovation in Islamic Finance: Potential and Anticipated Regulation in Indonesia. *European Journal of Islamic Finance*, 1-11.
- Annaleena Parhankangas, C. M. (2022). Crowdfunding: an Introduction. *Journal Edward Elgar*, 1-21.
- APJII. (2023, March 10). *Survei Pengguna Internet*. Retrieved from APJII: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Ayman Alsmadi, N. A.-G.-H. (2023). Adoption of Islamic Fintech in Lending Services Through Prediction of Behavioural Intention. *Journal Kybernetes*, 1-18.
- Baber, H. (2022). Intentions to Participate in Political Crowdfunding from the Perspective of Civic Voluntarism Model and Theory of Planned Behavior. *Journal of Technology in Society Vol.63*, 1-9.
- Bappenas. (2018). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. Indonesia: PT. Zahir Syariah Indonesia.
- Berne Martinez, A. O.-B.-A. (2021). A Semantic Analysis of Crowdfunding in Digital Press. *Journal of Technological Forecasting & Social Change*, 1-9.
- BWI. (2021, 11 4). *Wakaf Uang*. Retrieved from BWI: <https://www.bwi.go.id/7443/2021/11/04/update-daftar-nazhir-wakaf-uang-sampai-oktober-2021/>
- Chapra, M. U. (1985). *Towards A Just Monetary System*. London: The Islamic Foundation.
- Daniel H Boylan, D. N. (2018). Understanding Crowdfunding for Business Funding a Legal and Platform Review. *Journal of Accounting & Organizational Change Vol.14 No.3*, 273-290.
- Darmansyah, B. A. (2021). Factors Determining Behavioral Intentions to Use Islamic Financial Technology Three Competing Models. *Journal of Islamic Marketing Vol.12 No.4*, 794-812.

- Diniyah, F. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori ATAUT Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol.7 No.2*, 544-552.
- Eunyoung Kim, S. E. (2022). The Determinants of Supporting Crowdfunding Sites: Understanding Internal and External Factors form Public Relations' Perspectives. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 1-19.
- Evon Abu-Teih, e. a. (2022). Continued Intention to Use of M-Banking in Jordan Integrating UTAUT, TPB, TAM and Service Quality. *Journal of Open Innovation*, 1-28.
- Fahrurroji. (2019). *Wakaf Kontemporer*. Jakarta: Badan Wakaf Indonesia.
- Farizka Nabila, d. (2023). Measuring Financial Satisfaction of Indonesia Young Adults: a SEM-PLS Analysis. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* , 1-13.
- Josep Hair, d. (2019). When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. *Journal of European Business Review Vol.31 No.1*, 2-24.
- Josep Hair, T. M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, CA.
- Joseph Hair, W. B. (2006). *Multivariate Data Analysis 6th ed*. Paerson Prentice Hall: Upper Sadle River.
- Kanokkarn, V. J. (2023). Integration of UTAUT Model in Thailand Cashless Paymen System Adoption: The Mediating Role of Perceived Risk and Trust. *Journal of Science and Technology Policy Management Vol.14 No.4*, 634-658.
- Khaled Nour Aldeen, I. S. (2022). Cash Waqf from the Millenials' Perspective: a Case of Indonesia. *International Journal of Islamic Finance Vol.14 No.1*, 20-37.
- Krystallia, P. H. (2020). In Crowdfunding We Trust: A Trust-Building Model in Lending Crowdfunding. *Journal of Small Business Management Vol.58 No.3*, 511-543.
- Malik Muneer, H. V. (2023). blockchain adoption in Accaounting by an Extended UTAUT model: Empirical Evidence from an Emerging Ecnomy. *Journal of Financial Reporting and Accounting Vol.21 No.1*, 5-44.
- Marwan Abdeldayem, S. A. (2022). Developing an Islamic Crowdfunding Model: a New Innovative Mechanism to Finance SMEs in the Middle East. *International Journal of Organizational Analysis*, 1-22.
- Masrizal, R. S. (2022). Determinant Factor of Corwdfunders' Behavior in Using Crowdfunding Waqf Model in Indonesia: Two Competing Models. *Journal of Islamic Marketing* , 1-24.
- Meri Indri Hapsari, M. A. (2022). A Qualitative Investigation Into Crowdfunding Framework as a Source of Financing for Waqf Land Development. *Journal of Islamic Accounting and Business Research Vol. 13 No.3*, 425-443.
- Mina Fanea, H. B. (2021). The Role of Entrepreneurial Intentions, Perceived Risk and Perceived Trust in Crowdfunding Intentions. *Journal of Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 433-445.

- Mohammad Asmy, B. M. (2018). Factors Influencing the Adoption of The Crowdfunding-Waqf Model (CWM) in the Waqf Land Development. *Journal of Islamic Marketing Vol.9 No.3*, 578-597.
- Mohammad Tariqul Islam, M. T. (2021). Factors Influencing the Adoption of Crowdfunding in Bangladesh: A Study of Start-up Entrepreneurs . *Journal of Information Development*, 72-89.
- Mohd Thas Thaker, B. M. (2019). Factors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia An Approach of Partial Least Squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing Vol.10 No.4*, 1037-1056.
- Mollick, E. (2014). The Dynamis of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing* 29, 1-6.
- Muhammad Usman, A. A. (2023). Funding Higher Education Through Waqf: a Lesson from Malaysia. *International Journal of Ethics and Systems Vol.39 No.1*, 107-125.
- MUI. (2002). *Fatwa Wakaf Uang*. Retrieved from MUI: <https://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/29.-Wakaf-Uang.pdf>
- Narda, R. (2022, Oktober 26). *Nasional*. Retrieved from Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2022/10/26/21054561/kasus-penyelewengan-dana-act-3-tersangka-dilimpahkan-ke-kejari-jaksel#>
- Narendra Irawati, E. N. (2022). Faktor-Faktro yang Mempengaruhi Minat Sedekah Non Tunai. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 179-202.
- Nur Anjaswati, I. B. (2022). UTAUT dan Kepuasan Berzakat Melalui Fintech: Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam Vol.3 No.2*, 199-222.
- Paola Paoloni, N. P. (2019). Crowdfunding as a New Collaborative Process in the Knowledge Economy: A Literature Review. *Journal of Information and Knowledge Managemen Systems Vol.49 No.2*, 241-255.
- Payam Hanafizadeh, e. a. (2014). Mobile-banking Adoption by Iranian Bank Clients. *Journal of Telematics and Informatics* , 62-78.
- Putra, P. (2021). Menilik Niat Masyarakat berpartisipasi dalam Crowdfunding pada Masa Pandemi Covid-19: (Studi Implementasi Konsep TPB). *Journal Paradigma Vol.18 No. 2*, 73-84.
- Rabbani, M. R. (2022). What Do We Know about Crowdfunding and P2P Lending Research? A Bibliometric Review and Meta-Analysis. *Journal of Risk and Financial Management*, 1-23.
- Rakesh Kumar, e. a. (2023). How Does Perceived Risk and Trust Affect Mobile Banking Adoption? Empirical Evidence from India. *Journal of Sustainability*, 1-21.
- Sari, N. R. (2021). Crowdfunding: Alternatif Pendanaan UMKM dan Startup (Model Penggunaan UTAUT). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen Vol.4 No.1*, 25-38.
- Shafique Rehman, e. a. (2019). The Moderating Role of Trust and Commitment Between Consumer Purchase Intention and Online Shopping Behavior in The Context of Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1-25.

- Syed Ali Raza, e. a. (2019). Acceptance of Mobile Banking in Islamic Banks: Evidence from Modified UTAUT Model. *Journal of Islamic Marketing*, 357-376.
- Thas Thaker, e. a. (2018). A Qualitative Inquiry into Cash Waqf Model as a Source of Financing for Micro Enterprises. *ISRA International Journal of Islamic Finance Vol.10 No.1*, 19-35.
- Visnawanth Venkatesh, e. a. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *Managemen Information System Research Center, MIS Quartely*, 425-480.
- Viswanath Venkatesh, H. B. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Journal of Decision Sciences Vol.39 No.2*, 273-315.
- Wan Nuraihan Ab Shatar, J. R. (2021). Determinants of Vash Waqf Fund Collection in Malaysian Islamic Banking Institutions: Empirical Insights from Employees' Perspective. *International Journal of Islamic Finance Vol.13 No.2*, 177-193.
- Yali Zhang, C. D. (2020). Why do People Patronize Donation-Based Crowdfunding Platforms? An Activity Perspective of Critical Success Factors. *Journal of Coumputers in Human Behavior*, 1-9.
- Zakaria, M. (2021). Analisa Kualitas Penerimaan Wakaf pada Platform Crowdfunding di Indonesia melalui Kualitas Penggalangan Dana dan Kredibilitas Penggalangan Dana (Studi Kasus Kitabisa.com). *Jurnal Ilmiah Vol.9 No.2*, 1-10.

Volume 19 Nomor 2,
Desember 2023 Halaman 01-21

*Determinan Niat Corwfunders dalam
Menggunakan Model Wakaf Crowdfunding: Integrasi
3 Model dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi*