

Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model

Fellasufah Diniyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga Surabaya
Email korespondensi: fellasufah.diniyah-2019@feb.unair.ac.id

Abstract

This study aims to examine the determine behavioral intentions influence Muslim using platform crowdfunding waqf by adopting the concept of the Unified Theory of Accaptance and Use of Technology (UTAUT) model. The platform crowdfunding waqf acts as an intermediary between wakif and nadhir waqf in developing a productive waqf project. This study uses primary data collected using an online survey questionnaire. The survey conducted on muslim crowdfunders waqf in east java, sample used in this study 90 respondents. And then the Analysis is conducted using partial least square (PLS). The results of this study indicate that the variable performance expectations, effort expectations, and facilitating conditions have a positive and significant effect on the intention of Muslim crowdfunders to use platform crowdfunding waqf. Meanwhile, the social influence variable has no positive and significant effect. This study will contribute to the existing literature, especially on the factors that influence the adoption of the waqf-based crowdfunding model.

Kata Kunci: Platform Crowdfunding Waqf , Productive Waqf , UTAUT

Saran sitasi: Diniyah, F. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 544-552. doi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>

1. PENDAHULUAN

Wakaf termasuk bentuk instrument ekonomi Islam yang unik yang mendasarkan fungsinya pada unsur kebajikan (*birr*), kebaikan (*ihsan*), dan persaudaraan (*ukhuwah*). Ciri utama wakaf yang membedakan dengan instrumen sosial Islam lainnya adalah ketika menunaikan wakaf maka terjadi pergeseran kepemilikan yang awalnya milik pribadi menjadi kepemilikan Allah yang diharapkan abadi dan dapat memberikan kemanfaatan secara berkelanjutan (Fitriyah:2019). Wakaf sebagai bentuk amal jariyah yang berbeda dengan sedekah biasa dimana harta wakaf tetap utuh dan hanya manfaatnya yang diberikan kepada *mauquf alaih*, sehingga pahala wakaf terus mengalir selama masih dapat digunakan (Alma'mun, dkk:2018).

Praktik wakaf bukanlah hal baru dalam sejarah Indonesia, dimana wakaf di Indonesia dipertegas dengan undang-undang NO 41 tahun tahun 2004 merupakan momentum berkembangnya pengelolaan perwakafan di Indonesia kearah yang lebih baik dan

professional. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim yang besar menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki potensi wakaf yang besar, namun pada kenyatannya potensi yang besar tidak diikuti dengan bertambahnya nilai ekonomi dan manfaat tanah wakaf. Menurut data dari BWI potensi wakaf di Indonesia cukup besar mencapai 2000 triliun dengan luas tanah wakaf 420 ribu hektar dan wakaf uang mencapai Rp. 188 triliun. Adapun data dari kementerian Agama jumlah tanah wakaf mencapai 161.579 hektar dan luas asset wakaf yang tersebar 366.595 (KNKS:2019)

Di Indonesia terdapat banyak asset wakaf yang kurang maksimal pengelolaannya, hal ini karena terkait pendanaan untuk pengelolaan asset wakaf, sehingga harta wakaf tidak dapat berkembang dan dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakat selain itu juga peruntukan wakaf di Indonesia kurang diarahkan pada pemberdayaan ekonomi masyarakat (Nasution & Media:2020).

Dengan berkembangnya teknologi memberikan dampak yang signifikan bagi penghimpunan dan pengelolaan wakaf. Penghimpunan dana merupakan aspek penting dalam melancarkan aktivitas lembaga wakaf untuk mengelola asset wakaf yang lebih produktif (Masrikan, M:2019). Seiring dengan berkembang pesatnya teknologi mengakibatkan pergeseran budaya, Hal ini telah mengubah segalanya dan mendorong munculnya fenomena baru. Dalam menawarkan inovasi penggalangan dana wakaf melalui platform crowdfunding. Dimana crowdfunding merupakan salah satu cara yang efektif yang biasanya digunakan untuk memenuhi tujuan khusus dalam kewirausahaan dan amal (Mollick:2014). Namun model crowdfunding juga dapat digunakan dalam penggalangan dana sosial seperti halnya yang dikemukakan oleh (Suhaili & Palil: 2016, Thaker:2018, Nasution & Medias:2020) inovasi pembiayaan berkelanjutan untuk pengembangan asset wakaf dengan *Crowdfunding Waqf Model* (CWM) yaitu penggalangan dana untuk melancarkan kegiatan nadzir wakaf dalam mengelola asset wakaf yang lebih produktif.

Crowdfunding wakaf merupakan pengembangan dari wakaf uang, dengan kehadiran teknologi mengembangkan penghimpunan wakaf uang melalui platform crowdfunding wakaf. Crowdfunding dikenal sebagai proses pengumpulan dana dalam jumlah kecil dari donor atau investor dengan menggunakan situs web untuk proyek tertentu (Mollick:2014, Suhaili & Paili:2016, Thaker:2018). Crowdfunding wakaf ini dapat menjadi solusi untuk pengembangan aset wakaf di Indonesia yang belum diproduktifkan.

Crowdfunding wakaf ini merujuk pada donasi masyarakat muslim dalam bentuk uang tunai yang dilakukan melalui media elektronik. Saat ini untuk berwakaf sangat mudah, di Indonesia sudah terdapat banyak platform crowdfunding seperti halnya kitabisa.com, kitawakaf.com dan masih banyak lagi selain itu juga bisa berwakaf melalui fintech yang berbasis crowdfunding wakaf seperti halnya pada perbankan syariah seperti wakaf hasanah (BNI), jadiberkah (Mandiri) selain itu dapat berwakaf melalui e-wallet seperti linkaja, gopay, ovo dll.

Berdasarkan pemaparan diatas, crowdfunding wakaf sebagai perantara antara wakif dengan nadhir wakaf. Dimana melalui *crowdfunding wakaf model* (CWM) memiliki potensi untuk mengembangkan asset wakaf untuk lebih produktif. Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor

yang mempengaruhi niat perilaku muslim menggunakan crowdfunding wakaf berdasarkan *Unified Theory of Accaptance and Use of Technologi (UTAUT)*.

Model UTAUT ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti untuk menguji niat perilaku mangadopsi inovasi teknologi Diantaranya (Darmansyah, Fianto, Hendratmi, & Aziz:2020, Sulaeman dan Ninglasari:2020, Mahri, Nurhaya, dkk:2019, Yahaya, Ahmad:2019, Ahmad, Tarmidi, dkk:2014). Penelitian mengenai perilaku individu mengadopsi teknologi dengan menggunakan model UTAUT untuk wakaf masih sangat jarang, dari beberapa literature terdahulu terdapat beberapa yang menguunakan model UTAUT untuk penerimaan membayar zakat melalui online diantaranya (Sulaeman dan Ninglasari:2019, Mahri, Nurhaya:2019, Ahmad, Tarmidi, dkk:2014). Sedangkan untuk wakaf yang menggunakan model UTAUT sejauh ini penelitian yang dilakukan oleh Wadi & Nurzaman (2020) yang meneliti perilaku milineal dalam menggunakan teknologi untuk berwakaf dengan menggunakan video pendek sebagai alat pemasarannya. Untuk mengisi gap pada penelitian sebelumnya maka dalam penelitian ini ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku muslim menggunakan crowdfunding wakaf berdasarkan Theory of Accaptance and Use of Technologi (UTAUT).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Wakaf

Secara etimologis wakaf berasal dari kata “*waqafa*” yang berarti berhenti, “*al-tamakkust*” diam “*al-imsak*” menahan (Anshori:2005). Sedangkan secara terminologis wakaf berarti memegang asset tertentu dan melestarikan keuntungannya hanya terbatas pada filantropi tertentu saja, tanpa mengurangi nilai harta (kahf:2003). Berdasarkan tujuannya wakaf dibagi menjadi tiga yaitu wakaf keluarga, wakaf khairi, dan wakaf musytarak (gabungan).

Dasar hukum wakaf dalam Al-Qur’an kata wakaf tidak dijelaskan khusus tentang wakaf sehingga dalam menjelaskannya menggunakan istilah “*infaq fi sabilillah*” untuk menjelaskan pentingnya wakaf dan infaq dalam Islam. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Ali Imran:92

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

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” (QS. Ali Imran:92).

Selain Al-Qur’an terdapat hadis yang menjelaskan pentingnya wakaf. Rasulullah SAW bersabda dalam hadisnya yang berbunyi

إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثٍ : صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ • أَوْ عِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ • أَوْ وَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُوهُ

Artinya: Jika manusia meninggal, maka terputuslalah amalnya kecuali tiga perkara yaitu sedekah jariyah, ilmu yang telah dimanfaatkan, dan anak sholih yang mendoakan orangtuanya (HR Muslim).

Wakaf memainkan peran ekonomi dan sosial yang sangat penting dalam sejarah Islam, secara historis wakaf merupakan instrumen keuangan sosial yang berfungsi menyediakan layanan sosial diantaranya pendidikan, kesehatan, fasilitas publik (jalan, jembatan, dan keamanan nasional), bisnis komersial, utilitas (air dan sanitasi), layanan keagamaan (pembangunan dan pemeliharaan masjid serta kuburan) dan bantuan untuk orang yang membutuhkan (Sadeq:2002).

Dalam melakukan wakaf uang, wakif bisa melakukan wakaf secara langsung dan juga dapat melakukan wakaf melalui online. Tujuan dari wakaf online tersebut adalah mengumpulkan dana wakaf melalui platform digital untuk mendukung kesejahteraan masyarakat. Dengan berwakaf uang melalui platform digital para wakif dapat memilih proyek yang ingin dibiayai sehingga dapat melancarkan kegiatan nadzir wakaf dalam mengelola asset wakaf yang lebih produktif.

2.2. Crowdfunding

Crowdfunding merupakan metode penggalangan dana dengan pengumpulan uang berskala kecil dari berbagai donatur dengan menggunakan platform berbasis web crowdfunding yang digunakan untuk membiayai sebuah proyek, usaha bisnis, dan tujuan sosial (Mollick:2014, Suhaili & Paili:2016, Thaker:2018). Menurut Belleflamme, Lambert, dan

Schwiebacher (2013) konsep crowdfunding merupakan sebuah ajakan kepada masyarakat luas melalui internet untuk mendonasikan sumberdaya finansialnya yaitu uang untuk pengerjaan sebuah proyek, dimana bila uang tersebut sudah terkumpul maka akan menghasilkan produk yang manfaatnya dapat digunakan untuk orang banyak. Crowdfunding terdiri dari empat jenis diantaranya crowdfunding donasi, crowdfunding reward, crowdfunding pinjaman dan crowdfunding ekuitas (Thaker:2018).

a. Donation Crowdfunding

Crowdfunding donasi yang didesain untuk pengumpulan dana untuk project sosial, artistic, filantropi atau lainnya, dan tidak mendapat pengembalian materi. Seperti halnya di Indonesia kitabisa.com, di AS Kickstar, Indiegogo dll.

b. Reward Crowdfunding

Crowdfunding penghargaan yang didesain untuk penghimpunan dana dimana investor atau donator menerima reward yang berwujud seperti halnya dalam bentuk skema reward membership, produk dan kupon. untuk imbalan yang diberikan ini terdiri dari berbagai bentuk dan bukan dalam bentuk uang.

c. Debt Crowdfunding

Crowdfunding pinjaman merupakan platform online yang dapat mempertemukan antara pemberi pinjaman atau investor dengan para peminjaman, platform ini mengumpulkan dana yang kemudian dipinjamkan kepada usaha kecil dan menengah. keuntungan dari pendanaan debt crowdfunding ini pebisnis akan mendapatkan sumber pendanaan lebih murah dengan suku bunga yang lebih rendah.

d. Equity Crowdfunding

Crowdfunding berbasis ekuitas berpedoman pada dana yang dikumpulkan untuk pendanaan bisnis dalam tahap awal dengan menawarkan kepentingan ekuitas dalam bisnis kepada investor. Jadi platform ini merupakan perantara antara pemilik usaha yang ingin mendapatkan modal dan pemilik dana yang ingin memiliki usaha.

2.3. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Model UTAUT diperkenalkan dan dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis (2000). UTAUT ini menggabungkan delapan model berdasarkan penerimaan teknologi. Model dan teori yang dikembangkan diantaranya *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM),

Motivational Model (MM), Theory of Planed Behavior (TPB), PC Model of Utilization (MPTU), Innovation Diffusion Theory (IDT), Social Cognitive Theory (SCT) dan penggabungan TAM dan TPB (Vankatesh dan Davis :2000).

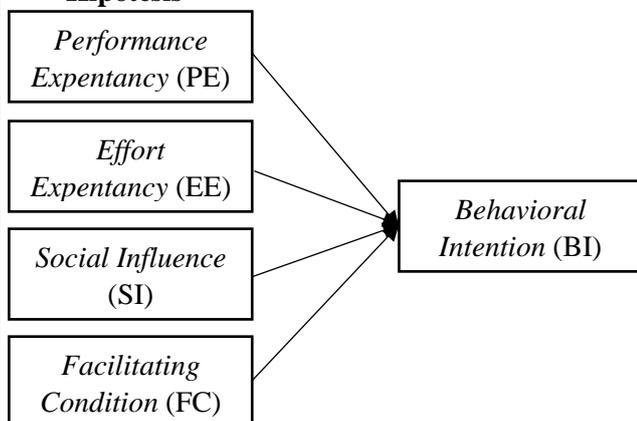
Pengembangan model UTAUT memiliki empat determinan utama dalam mengadopsi teknologi informasi baru diantaranya *performance expectancy* (PE), *facilitating condition* (FC), *social influencer* (SI) dan *effort expectancy* (EE) (Venkatesh, Morris, Davis & Davis:2003). Beberapa penelitian sebelumnya telah menggunakan model UTAUT dalam mengadopsi teknologi produk baik itu sektor perbankan maupun filantropi Islam seperti halnya zakat dan wakaf yang menggunakan layanan fintech.

Diantaranya Sulaeman dan Ninglasari (2020) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan menggunakan platform crowdfunding zakat dengan mengadopsi model UTAUT hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel kecuali kondisi fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan platform crowdfunding berbasis zakat. Mahri, Nuryahya dkk (2019) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi muzakki menerima dan menggunakan platform untuk pembayaran zakat online dengan mengadopsi model UTAUT

Selain itu Yahaya & Ahmad (2019) menganalisis faktor yang mempengaruhi penerimaan asnaf dalam menggunakan mobile banking untuk penyaluran zakat dengan mangadopsi model UTAUT, hasil peneliitian menunjukkan bahwa semua variabel kecuali *Performance Expentancy* (PE) berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan mobile zakat untuk distribusi zakat di Malaysia.

2.4. Kerangka Konseptual dan Pengembangan

Hipotesis



2.5. Performance Expectancy (PE)

Performance Expectancy (PE) menjelaskan seberapa besar penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan dapat memberikan manfaat bagi pengguna aktivitas tertentu (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis:2003). PE berperan penting dalam niat masyarakat untuk menerima teknologi, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Darmansyah, Fianto, Hendratmi, & Aziz:2020, Sulaiman & Ninglasari:2020, Yahaya & Ahmad:2019, Raza:2017). Dalam penelitian ini penerimaan crowdfunding wakaf. Bahwa crowdfunder muslim percaya dengan menggunakan platform tersebut dapat meningkatkan pembayaran wakaf. Oleh karena itu hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1: *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku muslim menggunakan crowdfunding wakaf.

2.6. Effort Expectancy (EE)

Effort Expectancy (EE) menjelaskan tingkat kemudahan saat menggunakan teknologi baru (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis:2003). EE berperan penting dalam penerimaan teknologi, individu akan menganggap mudah sehingga timbulah niat untuk mengadopsi *financial technologi* sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Cheng,dkk:2019 dan Huei, dkk:2018, Darmansyah, Fianto, Hendratmi, & Aziz:2020, Ahmad, Tarmizi,dkk: 2014). Dalam penelitian ini menggunakan crowdfunding wakaf dianggap dapat memudahkan dan dapat meningkatkan untuk berwakaf. Oleh karena itu hipotesis dari penelitian ini adalah:

H2: *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku muslim menggunakan crowdfunding wakaf.

2.7. Social Influence (SI)

Social Influence (SI) merupakan keyakinan individu melihat kepercayaan orang lain baik itu kerabatnya dan lingkungan sekitarnya dalam menggunakan teknologi baru (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis:2003). Variabel SI ini terdiri dari variabel penelitian penerimaan teknologi sebelumnya yaitu norma subyektif, faktor sosial dan citra. dalam penelitian ini menggunakan crowdfunding wakaf, SI merupakan persepsi dari crowdfunder mengenai reaksi kerabatnya jika menggunakan model platform crowdfunding wakaf. Jadi pengaruh sosial secara signifikan mempengaruhi kesediaan individu untuk menggunakan layanan crowdfunding Sebagaimana

penelitian yang dilakukan oleh (Darmansyah, Fianto, Hendratmi, & Aziz:2020, Sulaiman & Ninglasari: 2020, Yahaya & Ahmad:2019, Raza: 2017). Hipotesis dari penelitian ini adalah:

H3: *Social Influence* (SI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku muslim menggunakan crowdfunding wakaf

2.8. Facilitating Condition (FC)

Facilitating Condition (FC) menunjukkan sejauh mana pengguna menyakini bahwa dukungan teknis untuk menggunakan teknologi baru mudah untuk diakses dan tersedia di sekitar pengguna (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis:2003).

H4: *Facilitating Condition* (FC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku muslim menggunakan crowdfunding wakaf

3. METODE PENELITIAN

3.1. Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner online. Dengan menggunakan metode convenience sampling. Kuesioner menggunakan skala likert dari 1-5 (1) sangat tidak setuju (2) tidak setuju (3) netral (4) setuju (5) sangat setuju. Untuk mengukur variabel kuesioner terdiri dari 14 pertanyaan yang meliputi *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (FE), *Sosial Influence* (SI), dan *Facilitating Condition* (FC). Dalam kuesioner ini juga mencakup enam pertanyaan deskriptif diantaranya jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan, dan proporsi untuk amal. Kuesioner yang dirancang berdasarkan studi literature, semua item yang digunakan diadopsi dari penelitian sebelumnya yaitu Sulaeman, dkk (2020) dan Mahri, dkk (2019) yang mengukur penerimaan menggunakan platform crowdfunding zakat dengan mengadopsi model UTAUT, dan penelitian Raza, dkk (2019) yang mengukur penerimaan mobile banking di bank syariah dengan mengadopsi model UTAUT.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari responden yang dapat mengakses layanan crowdfunding wakaf di berbagai wilayah di Jawa Timur. Hasil kuesioner online yang dibagikan terdapat 102 responden yang berpartisipasi dan setelah penyaringan data terdapat 12 data yang dihapus karena datanya tidak lengkap, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 90 responden.

3.3. Metode dan Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares* (PLS). PLS merupakan teknik pemodelan persamaan structural dimana menilai reliabilitas dan validitas ukuran dari konstruk teoritis dan memperkirakan hubungan antar konstruk secara bersamaan (Thakur:2014). PLS digunakan untuk menghindari masalah normalitas multivariate yang terjadi ketika suatu konstruk direpresentasikan oleh dimensi multidimensi (Amin, dkk:2014). Menurut Abdillah & Hartono (2015) parameter yang dilakukan pada model pengukuran dalam PLS terdiri dari tiga kategori yaitu *weight estimate* yang digunakan untuk menghasilkan skor variabel laten, *path estimate* yang mencerminkan bobot kontribusi variasi perubahan variabel independen terhadap dependen, dan skor rerata (mean) dan konstanta regresi untuk variabel laten.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Demografis Responden

Demografi responden dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan pendapatan untuk amal. Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berjenis kelamin perempuan yaitu 58% sedangkan responden laki-laki 42%. Kemudian usia responden terbanyak berusia 18-30 tahun terdiri dari 42% kemudian responden usia 31-40 tahun sebanyak 33%, usia 41-50 tahun terdiri dari 18% responden, dan yang paling sedikit pada responden usia di atas 50 tahun hanya terdiri 7%. Kemudian dalam hal tingkat pendidikan responden didominasi oleh gelar SMA 18%, kemudian diploma 28% selanjutnya responden yang bergelar sarjana sebanyak 54%. Selanjutnya pada tingkat pekerjaan responden lebih dari setengah responden bekerja sebagai PNS, swasta, dan wiraswasta sebesar 70% sedangkan pada pekerjaan lain-lain terdiri dari 30%.

Selanjutnya sebagian besar responden yang berpenghasilan kurang dari 10 juta terdiri dari 87% responden sedangkan sisanya 13% di atas 10 juta. Selanjutnya presentase pendapatan untuk amal sebanyak 89% menyisihkan <15% untuk amal sedangkan sisanya 11% menyisihkan hartanya >15% untuk amal.

Tabel 1 Demografis Responden

Item Demografis	Frekuensi	%
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	38	42
Perempuan	52	58
Usia		
18-30	38	42
31-40	30	33
41-50	16	18
diatas 50	6	7
Tingkat Pendidikan		
SMA	16	18
Diploma	25	28
S1	27	30
S2	18	20
S3	4	4
Pekerjaan		
PNS	11	12
Swasta	25	28
Entrepreneur dan lain-lain	27	30
Pendapatan		
< 3 Juta	16	18
3-5 juta	24	27
5-10 Juta	38	42
> 10 Juta	12	13
pendapatan untuk amal		
< 5%	35	39
6-10%	30	33
10-15%	15	17
>15%	10	11

Tabel 3 hasil validitas konvergen

Construct	FL	CR	AVE
Behavioral Intention	0.896	0.932	0.820
Performance Expentancy	0.891	0.928	0.811
Effort Expentancy	0.931	0.896	0.742
Social Influence	0.904	0.899	0.816
Faciliting Condition	0.840	0.932	0.821

Factor Loading (FL), average variance extracted (AVE) dan Composite Reliability (CR) menjadi pertimbangan untuk menguji validitas konvergen. Hair, Black, Babin & Anderson (2009) menyarankan bahwa FL dan AVE > 0,5 sedangkan CR > 0,7 . Berdasarkan tabel 3 bahwa faktor loading (FL) untuk semua item diatas 0,5 sehingga memenuhi persyaratan yang disarankan. AVE untuk semua item diatas 0,5 sehingga memenuhi persyaratan juga. Sedangkan CR untuk semua item diatas 0,7 sehingga memenuhi kriteria Hair, Black, Babin & Anderson (2009). Sehingga Validitas konvergen yang disyaratkan telah tercapai dalam penelitian ini.

Tabel 4 hasil validitas deskriminan

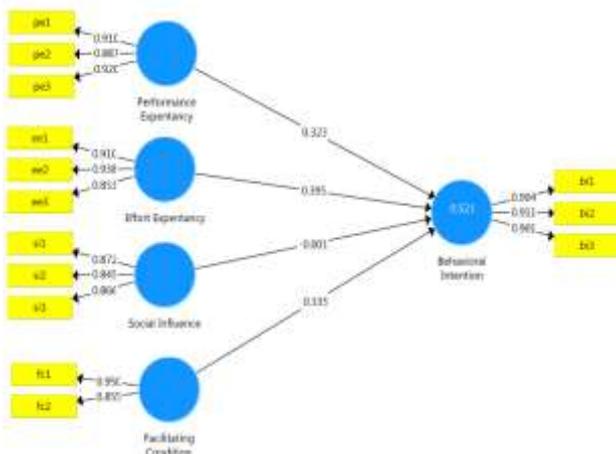
Construct	BI	PE	EE	SI	FC
BI	0.906				
PE	0.561	0.901			
EE	0.501	0.354	0.903		
SI	0.408	0.146	0.082	0.906	
FC	0.246	0.301	0.306	0.081	0.861

Selanjutnya, validitas diskriminan dinilai dengan menggunakan analisis *cross-loading* dan AVE. Tabel diatas menunjukkan bahwa akar kuadrat AVE dalam bentuk diagonal lebih tinggi dari korelasi antar variabel yang mengikuti kriteria yang diberikan oleh Fornell & Larcker (1981). Artinya validitas diskriminan yang disyaratkan telah tercapai dalam penelitian ini.

4.1.2. Pengukuran model (Outer model)

Pengukuran model digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Validitas konvergen dan validitas diskriminan merupakan pengukuran yang menggunakan penilaian model pengukuran.

Tabel 2 : Hasil pengukuran model



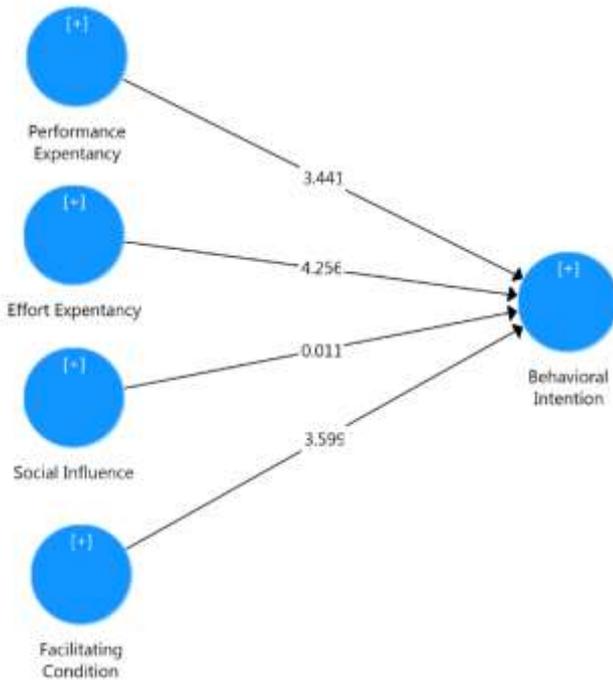
4.1.3. Penilaian Model Struktural

Pengukuran model struktural dianalisis dengan menguji R square (R²), koefisien jalur menunjukkan hubungan kekuatan antara variabel independen dan dependen. Sementara R² merupakan ukuran kekuatan prediksi model unuk variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa R² nilai untuk model platform crowdfunding adalah 0,521 artinya 52,1 % varians niat berperilaku menggunakan model platform crowdfunding wakaf dapat dijelaskan oleh PE, EE, FC, dan SI dan sisanya 47,9 % di pengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 5 Hasil Model Struktural

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Value
PE -> BI	0.323	0.332	0.094	3.441	0.000
EE -> BI	0.395	0.398	0.093	4.256	0.000
SI -> BI	-0.001	0.001	0.112	0.011	0.991
FC -> BI	0.335	0.339	0.093	3.599	0.000

Note: level signifikansi 5% atau p-value < 0,05



Selanjutnya untuk menilai tingkat signifikansi koefisien jalur, penelitian ini telah menghitung koefisien jalur struktur model. Berdasarkan hasil pada tabel diatas diperoleh bahwa variabel PE (P value = 0,000, p < 0.05), variabel EE (P value = 0,000, p < 0.05), variabel FC (P value = 0,000, p < 0.05) memiliki hubungan positif dengan niat perilaku penggunaan platform crowdfunding wakaf. sebaliknya variabel SI (P value = 0,991, p > 0.05) tidak berpengaruh positif terhadap behavioral intention karena p value lebih besar dari 0,05.

4.2. Pembahasan dan Hasil Penelitian

Tujuan dari penelitian ini didukung oleh hasil penelitian menunjukkan pengukuran dan model yang baik. Dalam penelitian ini terdiri dari empat hipotesis, hasilnya menunjukkan pengukuran dan model yang baik dimana 3 hipotesis dari penelitian ini mendukung bahwa niat perilaku wakif dalam menggunakan model platform crowdfunding berbasis wakaf dipengaruhi oleh *Performance Expentancy*, *Effort Expentancy*, *Facilitating Condition*, kecuali *Sosial Influence* tidak berpengaruh.

Analisis jalur antara *Performance Expentancy* dan niat perilaku wakif dalam berwakaf adalah berpengaruh signifikan dan positif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulaeman& Yayuningsing: 2020, Yahaya & Ahmad: 2019, dan Mahri:2019).

Performance Expentancy dari platform crowdfunding wakaf untuk pembayaran wakaf online dimana tingkat kepercayaan wakif dalam menggunakan platform crowdfunding wakaf dapat memberikan keuntungan dalam berwakaf. Diantaranya pembayaran wakaf dapat dilakukan tanpa harus ke lembaga nadhir wakaf, sehingga dapat meningkatkan kinerja wakif saat melakukan kegiatan amal. Maka wakif akan menggunakan platform tersebut terutama untuk pembayaran wakaf . Model platform ini diharapkan dapat menciptakan persepsi positif terhadap wakif supaya menggunakan platform crowdfunding wakaf untuk mengembangkan wakaf produktif.

Analisis jalur antara *Effort Expentancy* dan niat perilaku wakif dalam berwakaf melalui crowdfunding menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif. Temuan ini sejalan dengan dengan penelitian (Sulaeman & Yayuningsing:2020, dan Mahri:2019). Wakif akan menggunakan layanan tersebut untuk pembayaran wakaf ketika merasa mendapat kemudahan dalam mengoperasikan platform tersebut. Model platform ini diharapkan dapat menciptakan persepsi positif terhadap wakif supaya menggunakan platform crowdfunding wakaf untuk mengembangkan wakaf produktif.

Analisis jalur antara *Sosial Influence* dan niat perilaku wakif dalam berwakaf melalui crowdfunding menunjukkan hubungan yang negative dan tidak signifikan, dimana dalam variabel pengaruh sosial hipotesis ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mahri, dkk:2019. Pengaruh sosial mempresepsikan wakif merasa bahwa orang-orang terdekat percaya bahwa penggunaan platform pembayaran zakat melalui crowdfunding wakaf. namun dalam penelitian ini pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membayar wakaf melalui crowdfunding wakaf. hal ini dikarenakan masih kurangnya literasi masyarakat tentang wakaf khususnya wakaf melalui crowdfunding wakaf sehingga di lingkungan sekitar kita masih banyak yang belum mengetahuinya.

Analisis jalur hubungan antara *Sosial Influence* dan niat perilaku wakif dalam berwakaf melalui crowdfunding menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Yahaya & Ahmad: 2019, dan Mahri, dkk:2019). Kondisi yang memfasilitasi platform crowdfunding wakaf dimana keadaan individu percaya Semakin tinggi kondisi fasilitas maka akan meningkatkan penggunaan platform crowdfunding berbasis wakaf. seperti halnya adanya fasilitas seperti computer, smartphone sehingga sangat membantu menggunakan fintech berbasis wakaf crowdfunding.

5. KESIMPULAN

Seiring dengan berkembangnya teknologi mendorong munculnya fenomena baru yang disebut *financial teknologi* (fintech). Dengan berkembangnya fintech menawarkan inovasi penggalangan dana wakaf melalui platform crowdfunding. Inovasi pembiayaan berkelanjutan untuk pengembangan asset wakaf dengan *Crowdfunding Waqf Model* (CWM) yaitu penggalangan dana untuk melancarkan kegiatan nadzir wakaf dalam mengelola asset wakaf yang lebih produktif. Dalam penelitian ini menguji secara empiris perilaku crowfonder wakaf dalam menggunakan pendekatan model UTAUT dan analisis dilakukan dengan menggunakan regresi *parsial least square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harapan kinerja, ekspektasi usaha, dan kondisi fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi wakif dalam berwakaf melalui platform crowdfunding wakaf. Sedangkan variabel pengaruh sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan.

6. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada orangtua serta dosen magister sains Ekonomi Islam Universitas Airlangga, serta pihak-pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini.

7. DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, Willy., Jogiyanto Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternative Structural Equation Modelling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Ahmad, N.N., Tarmidi, M., Ridzwan, I, U., Hamid, M.A., & Roni, R.A. (2014). *The application of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) for predicting the usage of E-Zakat online system*. Vol. 3 No. 4
- Alma'mun, S dkk. (2018). *Waqf Based Crowdfunding: a case study of waqfworld.org*. Internasional Journal of Islamic Economic and Finance Research. Vol 1 No 1
- Amin, H., Rahman, A., Ramayah, T., Supinah R. (2014). *Determinants of online waqf acceptance: an empirical investigation*. The Electronic Journal on Information system in Developing Countries. 60 (8)
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). *Crowdfunding: Tapping the right crowd*. *Journal of Business Venturing*, Vol 29 No. 5
- Darmansyah., Hendratmi, A., Fianto., B., A & Aziz, P (2020). *Factor determining behavioural intention to use Islamic financial technology three competing models*. *Journal of Islamic Marketing*.
- Faturohman, T., Hassandi I., Yulianti. (2020). *User acceptance of online waqf application: evidence from Indonesia*.
- Fitriyah. (2019). *Fundraising: Crowdfunding waqf model (CWM) to increase waqf funds based internet platform*. *Itismar Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol 1 No
- Kahf, M. (2003). *The role of waqf in improving the ummah welfare*.
- KNKS.(2019). *Menangkap peluang tren wakaf produktif, peluang dan tantangan wakaf di era 4.0*. Edisi September
- Mahri, A, J, W., Nuryahya, E., Nurasyiah, A. (2019). *Influencing factors of muzaki use and receive zakat payment platform*. *International conference of zakat*.
- Masrikhan, M. (2019). *Optimalisasi potensi wakaf wakaf di era digital melalui platform online wakafin.com*. *jurnal ekonomi syariah*
- Mollick, E. (2014). *the dynamics of crowdfunding: An Exploratory study*. *Journal of Business Venturing*. Vol.29 No. 1
- Sadeq, A. M. (2002). *Waqf perpetual charity and poverty allevation. International of social economics*. Vol. 29 no. ½
- Suhaili., N., A & Palil., M., R. (2016). *Crowdfunding: a collaborative waqf based internet platform*. *International Journal of Business, Economics and law*. Vol. 11 No. 5

- Sulaeman & Ninglasari, S., Y. (2020). *An empirical examination of factors influencing the behavioural intention to use zakat based crowdfunding platform model for countering the adverse impact of covid-19 on MCMEs in Indonesia*. International Conference of Zakat Proceedings. ISSN: 2655-6251
- Thaker, M.A., Thaker, H., Pitchay, A (2018). *Modeling crowdfunding waqf model (CWM) in Malaysia*. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management.
- Thakur, R. (2014). *What keeps mobile banking customers loyal?* International Journal of Bank Marketing. Vol 32 No.1
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies*. Management Scienc. Vol. 46 No. 2
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. MIS Quarterly: Management Information Systems
- Wadi, D, A., & Nurzaman, M, S. (2020). *Millennials Behavior towards digital waqf innovation*. International Journal of Islamic Economics and Finance (IJEEF). Vol. 3 NO. 2
- Yahaya, M. H & Ahmad, K. (2019). *Factor affecting the acceptance of financial technology among asnaf for the distribution of zakat in selongor- a studi using UTAUT*. Journal of Islamic finance.
- Raza, N. S. (2017). *Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model*. Journal of Islamic marketing.