

MODEL MINAT BERWAKAF UANG MELALUI LEMBAGA CROWDFUNDING

HILMAN HAKIEM



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI DISERTASI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa disertasi dengan judul “Model Minat Berwakaf Uang melalui Lembaga *Crowdfunding*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir disertasi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Hilman Hakiem
K1601232044



RINGKASAN

HILMAN HAKIEM. Model Minat Berwakaf Uang melalui Lembaga *Crowdfunding*. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN, HENDRI TANJUNG, dan IMAM TEGUH SAPTONO.

Indonesia memiliki potensi wakaf uang yang besar, mencapai sekitar Rp 180 triliun per tahun. Namun demikian, realisasi penghimpunannya masih relatif rendah. Penyebab utama kondisi tersebut adalah masih terbatasnya literasi masyarakat mengenai wakaf uang, belum optimalnya transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana wakaf, dan belum maksimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam proses penghimpunan. Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi telah mendorong munculnya berbagai lembaga *crowdfunding* yang memungkinkan masyarakat menyalurkan wakaf uang secara lebih mudah, cepat, transparan, dan menjangkau wilayah yang lebih luas.

Penelitian ini bertujuan mengembangkan model teoretis minat berwakaf uang melalui lembaga *crowdfunding* berbasis integrasi *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), dan *Islamic Consumer Behavior Theory* (ICBT). Selain itu, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat untuk berwakaf uang, menganalisis pengaruh karakteristik demografis terhadap tingkat partisipasi wakaf uang, merumuskan strategi prioritas peningkatan minat berwakaf uang, dan menyusun rekomendasi kebijakan bagi Badan Wakaf Indonesia (BWI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Kementerian Agama dalam kerangka *Islamic Social Finance* untuk mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei terhadap 535 responden Muslim di Indonesia yang berusia minimal 17 tahun. Responden dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu kelompok yang rutin, pernah, dan belum pernah berwakaf uang. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan kombinasi *purposive sampling*, *convenience sampling*, dan *snowball sampling* melalui penyebaran kuesioner secara daring maupun luring. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antarvariabel laten, regresi logistik untuk mengidentifikasi pengaruh karakteristik demografis terhadap probabilitas partisipasi wakaf uang, *Multiple Discriminant Analysis* (MDA) untuk mengidentifikasi variabel pembeda antar kelompok responden, dan *Analytic Hierarchy Process* (AHP) untuk menentukan prioritas strategi peningkatan minat berwakaf uang berdasarkan penilaian para pakar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model integratif TPB-UTAUT 2-ICBT mampu menjelaskan perilaku masyarakat dalam berwakaf uang secara lebih komprehensif dibandingkan penggunaan masing-masing teori secara terpisah. Integrasi ketiga teori tersebut menghasilkan model perilaku yang mencakup dimensi religiusitas, keyakinan perilaku, norma sosial, kontrol perilaku, persepsi manfaat teknologi, kemudahan penggunaan, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, kebiasaan digital, dan faktor-faktor perilaku Islami yang saling berinteraksi dalam membentuk minat berwakaf uang melalui lembaga *crowdfunding*. Model integrasi ini diusulkan dengan label *Integrated Behavioral Intention Model for Islamic Digital Philanthropy*, disingkat IBIM-IDP.

Analisis PLS-SEM menunjukkan bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor fundamental yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pembentukan minat berwakaf uang. Selain itu, beberapa konstruk TPB, seperti *behavioral beliefs*, *outcome evaluation*, *motivation to comply*, *control beliefs*, dan *power of control factor* terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Dari perspektif UTAUT2, variabel *habit* menjadi determinan yang paling kuat pada kelompok responden yang telah memiliki pengalaman berwakaf uang, sedangkan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *social influence*, dan *hedonic motivation* memberikan kontribusi yang berbeda pada masing-masing kelompok responden.

Hasil regresi logistik menunjukkan bahwa faktor-faktor demografis turut memengaruhi probabilitas seseorang menjadi wakif. Variabel usia, pendidikan, pekerjaan, dan domisili terbukti memiliki pengaruh terhadap peluang masyarakat untuk menjadi wakif rutin maupun wakif yang pernah berwakaf, sedangkan pengaruh jenis kelamin dan pendapatan relatif lebih kecil pada sebagian model. MDA menunjukkan bahwa karakteristik demografis mampu membedakan kelompok responden berdasarkan tingkat partisipasi wakaf uang.

Analisis AHP menghasilkan prioritas strategi peningkatan minat berwakaf uang melalui lembaga *crowdfunding*. Kriteria yang memperoleh bobot tertinggi adalah manfaat yang dirasakan, sedangkan berdasarkan bobot global alternatif, strategi yang paling diprioritaskan adalah peningkatan transparansi digital dan pelaporan *real-time* oleh lembaga pengelola wakaf. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan penghimpunan wakaf uang bergantung pada kemampuan lembaga membangun kepercayaan publik melalui tata kelola yang profesional, akuntabel, dan transparan.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis berupa gambaran model integratif perilaku wakaf uang yang menggabungkan aspek perilaku, teknologi, dan nilai-nilai Islam dalam satu kerangka konseptual. Dari sisi metodologis, penelitian ini memperlihatkan bahwa kombinasi PLS-SEM, regresi logistik, MDA, dan AHP mampu menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku wakif sekaligus menghasilkan rekomendasi strategis yang aplikatif. Dari sisi praktis, hasil penelitian memberikan masukan kepada regulator, lembaga pengelola wakaf, lembaga keuangan syariah, serta penyelenggara *crowdfunding* untuk memperkuat literasi wakaf uang, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, mengembangkan inovasi layanan digital, dan memperluas kolaborasi antar pemangku kepentingan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan minat berwakaf uang melalui lembaga *crowdfunding* memerlukan pendekatan multidimensional yang mengintegrasikan dimensi religiusitas, perilaku konsumen, penerimaan teknologi, karakteristik demografis, serta tata kelola kelembagaan. Model integratif yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi landasan gambaran teori dalam bidang *Islamic Social Finance* sekaligus menjadi acuan bagi penyusunan kebijakan nasional untuk mengoptimalkan potensi wakaf uang sebagai instrumen pembangunan ekonomi, peningkatan kesejahteraan masyarakat, penguatan inklusi keuangan syariah, dan percepatan pencapaian SDGs di Indonesia.

Kata kunci: *Crowdfunding*, *Islamic Consumer Behavior Theory*, *Theory of Planned Behavior*, UTAUT 2, Wakaf Uang



SUMMARY

HILMAN HAKIEM. An Integrated Model of Cash Waqf Intention on Crowdfunding Platforms. Supervised by UJANG SUMARWAN, HENDRI TANJUNG, and IMAM TEGUH SAPTONO.

Indonesia possesses substantial potential for cash waqf, estimated at approximately IDR 180 trillion annually. However, the actual realization of cash waqf collection remains relatively low. This condition is primarily attributable to limited public literacy regarding cash waqf, suboptimal transparency and accountability in waqf fund management, and the underutilization of digital technology in the fundraising process. On the other hand, advances in information technology have facilitated the emergence of various crowdfunding institutions, enabling the public to contribute cash waqf more conveniently, efficiently, transparently, and across wider geographical areas.

This study aims to develop a theoretical model of cash waqf intention through crowdfunding institutions by integrating the Theory of Planned Behavior (TPB), the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2), and the Islamic Consumer Behavior Theory (ICBT). Furthermore, the study seeks to identify the determinants influencing individuals' intention to donate cash waqf, examine the effects of demographic characteristics on the level of cash waqf participation, formulate priority strategies for enhancing cash waqf intention, and develop policy recommendations for the Indonesian Waqf Board (BWI), the Financial Services Authority (OJK), and the Ministry of Religious Affairs within the framework of Islamic Social Finance to support the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs).

This study employed a quantitative approach using a survey design involving 535 Indonesian Muslim respondents aged 17 years and above. The respondents were classified into three categories: regular cash waqf donors, occasional cash waqf donors, and non-donors. The sample was selected using a combination of purposive sampling, convenience sampling, and snowball sampling through both online and offline questionnaire distribution. Data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to examine the relationships among latent variables, logistic regression to identify the effects of demographic characteristics on the probability of cash waqf participation, Multiple Discriminant Analysis (MDA) to identify distinguishing variables among respondent groups, and the Analytic Hierarchy Process (AHP) to determine priority strategies for enhancing cash waqf intention based on expert judgments.

The findings indicate that the integrated TPB–UTAUT 2–ICBT model provides a more comprehensive explanation of cash waqf behavior than the application of each theory independently. The integration of these three theoretical perspectives produced a behavioral model encompassing religiosity, behavioral beliefs, social norms, perceived behavioral control, perceived technological benefits, ease of use, facilitating conditions, social influence, digital habits, and Islamic behavioral values, all of which interact to shape individuals' intention to donate cash waqf through crowdfunding institutions. This integrated model is proposed under the label Integrated Behavioral Intention Model for Islamic Digital Philanthropy (IBIM-IDP).

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

The PLS-SEM analysis revealed that religiosity is one of the most fundamental determinants contributing to the formation of cash waqf intention. In addition, several TPB constructs, including behavioral beliefs, outcome evaluation, motivation to comply, control beliefs, and power of control factors, were found to have significant effects on individuals' intention. From the UTAUT 2 perspective, habit emerged as the strongest determinant among respondents with prior cash waqf experience, whereas performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, social influence, and hedonic motivation contributed differently across respondent groups.

The logistic regression analysis demonstrated that demographic characteristics also influence the probability of becoming a cash waqf donor. Age, educational attainment, occupation, and domicile were found to significantly affect the likelihood of becoming either a regular or an occasional cash waqf donor, whereas the effects of gender and income were relatively limited in several models. Furthermore, Multiple Discriminant Analysis (MDA) confirmed that demographic characteristics effectively distinguish respondent groups according to their level of cash waqf participation.

The AHP analysis identified priority strategies for enhancing cash waqf intention through crowdfunding institutions. The criterion with the highest priority weight was perceived benefit. Based on the global priority weights of the alternatives, the most preferred strategy was strengthening digital transparency and real-time reporting by waqf management institutions. These findings suggest that the success of cash waqf fundraising largely depends on the ability of waqf institutions to establish public trust through professional, accountable, and transparent governance.

This study contributes theoretically by developing an integrated behavioral model of cash waqf that combines behavioral, technological, and Islamic value dimensions within a single conceptual framework. Methodologically, the study demonstrates that the integration of PLS-SEM, logistic regression, MDA, and AHP provides a more comprehensive understanding of cash waqf behavior while generating practical and evidence-based strategic recommendations. From a practical perspective, the findings offer valuable insights for regulators, waqf management institutions, Islamic financial institutions, and crowdfunding providers to strengthen cash waqf literacy, improve transparency and accountability, develop innovative digital services, and enhance collaboration among stakeholders.

Overall, this study demonstrates that enhancing cash waqf intention through crowdfunding institutions requires a multidimensional approach that integrates religiosity, consumer behavior, technology acceptance, demographic characteristics, and institutional governance. The integrated model developed in this study is expected to serve as a theoretical foundation for advancing Islamic Social Finance research while providing a reference for national policymaking to optimize the potential of cash waqf as an instrument for economic development, social welfare enhancement, Islamic financial inclusion, and the acceleration of the Sustainable Development Goals (SDGs) in Indonesia.

Keywords: Cash Waqf, Crowdfunding, Islamic Consumer Behavior Theory, Theory of Planned Behavior, UTAUT 2



@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

MODEL MINAT BERWAKAF UANG MELALUI LEMBAGA CROWDFUNDING

HILMAN HAKIEM

Disertasi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Doktor
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



Penguji Luar Komisi pada Ujian Tertutup:

1. Prof. Dr. Gancar Candra Premananto, S.E., M.Si.
2. Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I.

Anggota Penguji Luar Komisi pada Sidang Promosi Terbuka:

1. Prof. Dr. Gancar Candra Premananto, S.E., M.Si.
2. Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I.

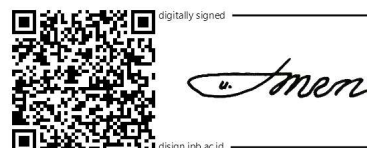
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Disertasi : Model Minat Berwakaf Uang melalui Lembaga *Crowdfunding*
Nama : Hilman Hakiem
NIM : K1601232044

Disetujui oleh:

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.



Pembimbing 2:
Dr. Hendri Tanjung, S.Si., M.M., M.Ag., M.Phil.



Pembimbing 3:
Dr. Ir. Imam Teguh Saptono, M.M.



Diketahui Oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.
NIP 196812291992031016



Tanggal Ujian Tertutup: 11 Juli 2026
Tanggal Sidang Promosi Terbuka: 7 Agustus 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt atas segala karunia-Nya sehingga penelitian ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini: “Model Minat Berwakaf Uang melalui Lembaga *Crowdfunding*”. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc., Bapak Dr. Hendri Tanjung, S.Si., M.M., M.Ag., M.Phil., dan Bapak Dr. Ir. Imam Teguh Saptono, M.M. selaku Komisi Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, semangat, dan motivasi kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A. selaku Penguji Luar Komisi pada Ujian Kualifikasi Lisan 27 Mei 2025 dan Dosen Seminar (Moderator) pada Kolokium 16 Juni 2025, Bapak Dr. Zenal Asikin, S.E., M.Si. selaku Pimpinan Sidang pada Ujian Tertutup 11 Juli 2026 dan Sidang Promosi Terbuka 7 Agustus 2026, Ibu Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si. selaku Penguji (Perwakilan Program Studi) pada Ujian Kualifikasi Lisan 27 Mei 2025, Ujian Tertutup 11 Juli 2026 dan Sidang Promosi Terbuka 7 Agustus 2026, Bapak Dr. Ibdalsyah, M.A. selaku Penguji Luar Komisi pada Ujian Kualifikasi Lisan 27 Mei 2025, Ibu Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M. selaku Dosen Seminar (Moderator) pada Seminar Hasil 7 Maret 2026, Bapak Prof. Dr. Gancar Candra Premananto, S.E., M.Si. dan Bapak Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I. selaku Penguji Luar Komisi pada Ujian Tertutup 11 Juli 2026 dan Sidang Promosi Terbuka 7 Agustus 2026, yang telah memberikan arahan dan semangat kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Akhir kata, penulis berharap, semoga penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2026

Hilman Hakiem

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	14
1.6 Kebaruan/ <i>Novelty</i>	16
II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Landasan Teori	21
2.2 Wakaf Uang dan <i>Crowdfunding</i>	32
2.3 Penelitian Terdahulu	37
2.4 Kesenjangan Penelitian (<i>Research Gap</i>)	48
2.5 Kerangka Pemikiran	49
2.6 Perumusan Hipotesis	57
2.7 <i>State of the Art</i>	57
2.8 Mekanisme Teoritis Integrasi: <i>Islamic Tech Behavioral Integration</i>	59
III METODE	62
3.1 Desain Penelitian	62
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	66
3.3 Jenis dan Sumber Data	67
3.4 Variabel Laten, Definisi Operasional, dan Indikator	67
3.5 Teknik Penentuan Sampel	71
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	73
3.7 Sintesis Hasil Metode	89
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	91
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	106
4.1 Karakteristik Responden	106
4.2 Analisis Deskriptif	112
4.3 Gambaran Model Integratif Minat Berwakaf Uang melalui Lembaga <i>Crowdfunding</i> Berbasis Integrasi Teori Perilaku (TPB, UTAUT 2, dan <i>Islamic Consumer Behavior Theory</i>)	138
4.4 Analisis Pembeda Faktor Demografi terhadap Minat Berwakaf Uang melalui Lembaga <i>Crowdfunding</i> Menggunakan Regresi Logistik dan <i>Multiple Discriminant Analysis</i> (MDA)	160
4.5 Analisis Pembeda Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Partisipasi Wakaf Uang Menggunakan <i>Multiple Discriminant Analysis</i> (MDA)	171
4.6 Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Berwakaf Uang melalui Lembaga <i>Crowdfunding</i> Menggunakan <i>Partial Least Square-Structural Equation Modelling</i> (PLS-SEM)	181

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

4.7 Strategi Peningkatan Minat Berwakaf Uang melalui Lembaga <i>Crowdfunding</i> Menggunakan <i>Analytic Hierarchy Process</i> (AHP)	250
4.8 Rekomendasi Kebijakan bagi Regulator (BWI, OJK, Kementerian Agama) dalam Kerangka <i>Islamic Social Finance</i> untuk Mendukung SDGs	279
4.9 Sintesis Desain Model Minat Berwakaf Uang melalui Lembaga <i>Crowdfunding</i>	287
SIMPULAN DAN SARAN	299
5.1 Simpulan	299
5.2 Saran	301
DAFTAR PUSTAKA	303
LAMPIRAN	318
RIWAYAT HIDUP	359

DAFTAR TABEL

1	Penghimpunan wakaf uang nasional 2020 s.d. 2024	5
2	Lembaga <i>crowdfunding</i>	7
3	Kebaruan/ <i>novelty</i>	17
4	Pemetaan kebaruan disertasi berdasarkan Ladik dan Stewart (2008)	18
5	Perbandingan penelitian terdahulu dan saat ini	38
6	Sintesa penelitian terdahulu	42
7	Perbandingan pelaksanaan wakaf di beberapa negara (9 negara)	44
8	Kesenjangan penelitian (<i>research gap</i>)	49
9	Kriteria, definisi, indikator, dan referensi	52
10	Alternatif strategi dan indikator kinerja	55
11	Ringkasan tematik <i>state of the art</i>	59
12	Struktur hierarkis-komplementer tiga teori dalam model integratif	59
13	Keterkaitan tujuan penelitian, metode analisis, dan output utama	65
14	Variabel laten, definisi operasional, dan indikator	67
15	Teknik penentuan sampel per tujuan	73
16	Perbandingan regresi logistik dan <i>Multiple Discriminant Analysis</i> (MDA)	80
17	Skor, kategori penilaian, dan keterangan Skala <i>Likert</i>	84
18	Skala fundamental AHP	87
19	Metode, cakupan, dan <i>software</i>	89
20	Sintesis model, metode, dan hasil pada empat tujuan penelitian	89
21	Hasil uji validitas dan reliabilitas (kategori rutin dan pernah)	92
22	Hasil uji validitas dan reliabilitas (kategori rutin)	95
23	Hasil uji validitas dan reliabilitas (kategori pernah)	97
24	Hasil uji validitas dan reliabilitas (kategori belum pernah)	100
25	Hasil uji validitas dan reliabilitas (semua kategori)	103
26	Responden berdasarkan jenis kelamin	106
27	Responden berdasarkan usia	107
28	Responden berdasarkan pendapatan per bulan	108
29	Responden berdasarkan domisili	109
30	Responden berdasarkan pendidikan terakhir	110
31	Responden berdasarkan pekerjaan	111
32	Analisis deskriptif kategori rutin	113
33	Analisis deskriptif kategori pernah	119
34	Analisis deskriptif kategori belum pernah	125
35	Ulama/kyai/ustad/ustadzah yang sering diikuti kajiannya (responden boleh menjawab lebih dari 1 nama)	131
36	Judul kitab tafsir yang diketahui (responden boleh menjawab lebih dari 1 judul)	133
37	Judul kitab hadis yang diketahui (responden boleh menjawab lebih dari 1 judul)	134
38	Judul kitab fiqh yang diketahui (responden boleh menjawab lebih dari 1 judul)	135
39	Jenis media sosial yang mempromosikan wakaf uang yang sering dilihat (responden boleh menjawab lebih dari 1 jenis medsos)	137

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL (LANJUTAN)

40	Integrasi model TPB, UTAUT2, ICBT dalam minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i>	139
41	Perbandingan R-Square religiusitas, TPB, dan UTAUT 2 dengan R-Square integrasi TPB-UTAUT 2-ICBT	143
42	Perbandingan R^2 dan f^2	144
43	<i>Discriminant validity-cross loading</i> religiusitas memengaruhi minat (kategori rutin dan pernah)	146
44	<i>Discriminant validity-cross loading</i> religiusitas memengaruhi minat (kategori pernah)	147
45	<i>Discriminant validity-cross loading</i> religiusitas memengaruhi minat (kategori belum pernah)	148
46	<i>Discriminant validity-cross loading</i> TPB memengaruhi minat (kategori rutin dan pernah)	149
47	<i>Discriminant validity-cross loading</i> TPB memengaruhi minat (kategori pernah)	151
48	<i>Discriminant validity-cross loading</i> TPB memengaruhi minat (kategori belum pernah)	153
49	<i>Discriminant validity-cross loading</i> UTAUT2 memengaruhi minat (kategori rutin dan pernah)	154
50	<i>Discriminant validity-cross loading</i> UTAUT 2 memengaruhi minat (kategori pernah)	156
51	<i>Discriminant validity-cross loading</i> UTAUT2 memengaruhi minat (kategori belum pernah)	158
52	<i>Path</i> koefisien regresi logistik rutin vs belum pernah	160
53	<i>Path</i> koefisien regresi logistik pernah vs belum pernah	162
54	Deskriptif indeks demografi per kelompok tingkat partisipasi wakaf uang (Mean $\pm$ SD)	165
55	Uji Perbedaan rata-rata indeks antar kelompok (ANOVA; Wilks' Lambda univariat) (demografi)	167
56	Wilks' Lambda & signifikansi fungsi diskriminan (2 fungsi) (demografi)	168
57	<i>Eigenvalues, canonical correlation</i> , dan proporsi varians (demografi)	170
58	Deskriptif indeks (Mean-SD) per kelompok Y	172
59	Uji signifikansi MDA: Wilks' Lambda (<i>Overall & Sequential</i>)	173
60	<i>Eigenvalue, Canonical Correlation</i> , dan Proporsi Varians	175
61	Klasifikasi indikator sebagai pembeda kelompok Y	176
62	<i>Outer loadings matrix</i> (rutin dan pernah)	183
63	<i>Construct reliability and validity</i> (rutin dan pernah)	186
64	<i>Discriminant validity</i> (rutin dan pernah)	188
65	<i>R-Square</i> dan <i>R-square adjusted</i> (rutin dan pernah)	189
66	Persepsi masyarakat terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (rutin dan pernah)	191
67	Indikator yang paling menggambarkan variabel yang memengaruhi minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (rutin dan pernah)	196
68	<i>Path coefficients</i> minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (rutin dan pernah)	199

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL (LANJUTAN)

69 Strategi peningkatan minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (rutin dan pernah)	202
70 <i>Outer loading matrix</i> (pernah)	206
71 <i>Construct reliability and validity</i> (pernah)	209
72 <i>Discriminant validity</i> (pernah)	210
73 <i>R-square dan R-square adjusted</i> (pernah)	211
74 Persepsi masyarakat terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (pernah)	213
75 Indikator yang paling menggambarkan variabel yang memengaruhi minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (pernah)	219
76 <i>Path coefficients</i> minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (pernah)	221
77 Strategi peningkatan minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (pernah)	224
78 <i>Outer loading matrix</i> (belum pernah)	229
79 <i>Construct reliability and validity</i> (belum pernah)	230
80 <i>Discriminant validity</i> (belum pernah)	232
81 <i>R-square dan R-square adjusted</i> (belum pernah)	234
82 Persepsi masyarakat terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (belum pernah)	235
83 Indikator yang paling menggambarkan variabel yang memengaruhi minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (belum pernah)	241
84 <i>Path coefficients</i> minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (belum pernah)	244
85 Strategi peningkatan minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i> (belum pernah)	247
86 Rasio perbandingan antar kriteria	252
87 <i>Geometric Mean</i> (GM) per-pasangan (menggabungkan 11 Pakar)	255
88 <i>Matriks GM 5×5 (reciprocal matrix)</i>	256
89 Bobot prioritas (<i>eigenvector</i> utama)	257
90 Hasil uji konsistensi (CR & CI)	259
91 Konsistensi per responden	260
92 Ringkasan prioritas alternatif per-kriteria	261
93 Perbandingan antar alternatif berdasarkan K1. Manfaat yang dirasakan (semua responden)	262
94 Hasil penggabungan (<i>Geometric Mean & inconsistency</i>) ringkasan hasil kelompok K1. Manfaat yang dirasakan	264
95 Perbandingan antar alternatif berdasarkan K2. Kemudahan penggunaan (semua responden)	265
96 Hasil penggabungan (<i>Geometric Mean & inconsistency</i>) ringkasan hasil kelompok K2. Kemudahan penggunaan	266
Perbandingan antar alternatif berdasarkan K3. Kondisi yang memfasilitasi (semua responden)	268
98 Hasil penggabungan (<i>Geometric Mean & inconsistency</i>) ringkasan hasil kelompok K3. Kondisi yang memfasilitasi	269

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL (LANJUTAN)

99	Perbandingan antar alternatif berdasarkan K4. Transparansi dan kepercayaan (semua responden)	271
100	Hasil penggabungan (<i>Geometric Mean & inconsistency</i>) ringkasan hasil kelompok K4. Transparansi dan kepercayaan	272
101	Perbandingan antar alternatif berdasarkan K5. Religiusitas dan nilai Islami (semua responden)	274
102	Hasil penggabungan (<i>Geometric Mean & inconsistency</i>) ringkasan hasil kelompok K5. Religiusitas dan nilai Islami	275
103	Prioritas global alternatif	277
104	Fokus kebijakan utama wakaf uang bagi regulator	280
105	Rekomendasi kebijakan per institusi dalam kerangka <i>islamic social finance</i>	300

DAFTAR GAMBAR

1	Potensi wakaf uang nasional	4
2	Kerangka pemikiran model minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i>	51
3	Strategi peningkatan minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i>	52
4	Model operasional regresi logistik	77
5	Model operasional PLS-SEM	81
6	Kerangka <i>Analytic Hierarchy Process</i> (AHP)	85
7	Model operasional AHP	89
8	Model operasional regresi logistik faktor demografi (rutin vs belum pernah)	160
9	Model operasional regresi logistik faktor demografi (pernah vs belum pernah)	162
10	Model operasional PLS-SEM <i>outer loadings score</i> (rutin dan pernah)	182
11	Model operasional PLS-SEM (pernah)	205
12	Model operasional PLS-SEM (belum pernah)	228
13	Struktur Hierarki AHP Strategi peningkatan minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i>	251
14	Sintesis multi-teori	287
15	Layer 1: Faktor Fundamental Eksogen	288
16	Layer 2: Penilaian Kognitif-Moral	289
17	Layer 3: <i>Perceived Behavioral Control System</i>	290
18	Layer 4: <i>Digital Technology Enablers</i>	292
19	Layer 5: <i>Behavioral Reinforcement</i>	293
20	Visualisasi model minat berwakaf uang melalui lembaga <i>Crowdfunding</i>	294
21	Karakteristik <i>Distinctiveness Model</i>	295
22	Kontribusi teoritis dan implikasi	296
23	Kesimpulan model minat berwakaf uang melalui lembaga <i>crowdfunding</i>	297

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner: “Model Minat Berwakaf Uang melalui Lembaga <i>Crowdfunding</i> ”	319
2	Penelitian terdahulu	333