

**PERAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM HUBUNGAN ANTARA
PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KEGUNAAN,
DAN PARTISIPASI WAKAF TUNAI DIGITAL PADA PENGGUNA BSI MOBILE**

***THE ROLE OF TRUST AS A MEDIATOR IN THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEIVED EASE
OF USE, PERCEIVED USEFULNESS, AND DIGITAL CASH WAQF PARTICIPATION
AMONG BSI MOBILE USERS***

Rizki Umar Ali^{1a}, Ida Busnetty²

¹Islamic Economic And Finance Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Jl. Kyai Tapa No. 1, Grogol, Jakarta Barat 11440.

²Islamic Economic And Finance Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Jl. Kyai Tapa No. 1, Grogol, Jakarta Barat 11440.

^aKorespondensi E-mail: rizki.umar2019@unida.ac.id

ABSTRACT

This study investigates the mediating role of trust in the relationship between perceived ease of use, perceived usefulness, and user participation in digital cash waqf through the BSI Mobile (Byond) application. A quantitative approach was employed using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique, involving 150 respondents who actively use the BSI Mobile platform. The empirical results indicate that perceived usefulness plays a significant role in shaping user trust, whereas perceived ease of use does not demonstrate a significant effect. Furthermore, trust emerges as a key determinant of digital waqf participation and partially mediates the relationship between perceived usefulness and user participation. These findings suggest that engagement in digital waqf is not primarily driven by system simplicity, but rather by perceived benefits and users' confidence in the platform's security, transparency, and institutional credibility. This research contributes to the growing body of literature on Islamic digital philanthropy and provides practical insights for enhancing and optimizing digital waqf platforms in Indonesia.

Keyword: Digital Cash Waqf, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust.

ABSTRAK

Studi ini menelaah bagaimana kepercayaan berfungsi sebagai mekanisme perantara dalam kaitannya dengan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan keterlibatan pengguna dalam wakaf tunai berbasis digital melalui aplikasi BSI Mobile (Byond). Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) terhadap 150 responden yang secara aktif memanfaatkan layanan BSI Mobile. Hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memiliki peranan signifikan dalam membangun kepercayaan pengguna, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan tidak terbukti memberikan pengaruh yang berarti. Lebih lanjut, kepercayaan terbukti menjadi faktor penentu yang kuat terhadap tingkat partisipasi wakaf digital serta berfungsi sebagai mediator parsial dalam hubungan antara persepsi kegunaan dan partisipasi pengguna. Temuan ini mengisyaratkan bahwa keterlibatan pengguna dalam wakaf digital tidak hanya bergantung pada aspek kemudahan teknologi, tetapi lebih dipengaruhi oleh persepsi manfaat serta keyakinan terhadap keamanan sistem, transparansi pengelolaan dana, dan kredibilitas lembaga pengelola. Penelitian ini memperkaya kajian mengenai filantropi Islam berbasis digital dan memberikan masukan praktis bagi pengembangan serta peningkatan kinerja platform wakaf digital di Indonesia.

Kata kunci: Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Wakaf Tunai Digital.

Ali, R. U., & Busnetty, I. 2025. Peran Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi dalam Hubungan antara Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Partisipasi Wakaf Tunai Digital Pada Pengguna BSI Mobile. *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah* 11 (2): 157-172.

PENDAHULUAN

Cash Waqf atau Wakaf tunai merupakan instrumen filantropi Islam yang memiliki potensi besar dalam pemberdayaan ekonomi umat dan salah satu solusi pengurangan kemiskinan, serta pembangunan sosial yang berkelanjutan. Sebagai negara dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi wakaf tunai yang besar mencapai Rp180 triliun per tahun. Namun demikian, hal tersebut masih jauh dari harapan yang mana realisasi penghimpunan wakaf tunai masih sangat rendah.

Tabel 1 Potensi dan Realisasi Wakaf Tunai di Indonesia

Tahun	Potensi Wakaf Tunai (Rp Triliun)	Realisasi Wakaf Tunai (Rp Triliun)	Persentase Capaian (%)
2022	180	1,4	0,8%
2023	180	2,23	1,3%

Sumber: Kemenag RI (2025), BWI (2025)

Data dari Kementerian Agama RI (2025) dan BWI (2025) menunjukkan bahwa realisasi wakaf tunai hanya mencapai Rp1,4 triliun (0,8%) pada 2022 dan meningkat menjadi Rp2,23 triliun (1,3%) pada 2023, dari data tersebut kesenjangan antara potensi dan realisasi masih memiliki gap yang sangat jauh. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat, terutama generasi mudanya, belum maksimal dan optimal. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan baru yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku masyarakat untuk mendorong peningkatan partisipasi wakaf tunai. Salah satu

pendekatan tersebut diwujudkan melalui inovasi digital dalam penghimpunan wakaf.

Salah satu inovasi penting dalam digitalisasi wakaf adalah hadirnya fitur ZISWAF pada aplikasi BSI Mobile (Byond). Bank Syariah Indonesia (2024) melaporkan bahwa transaksi ZISWAF melalui aplikasi BSI Mobile mencapai Rp121 miliar pada tahun 2024, menjadikannya salah satu fitur paling diminati oleh pengguna mobile banking syariah (BSI, 2024). Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberadaan fitur digital semata belum mampu mendorong partisipasi wakaf secara optimal, sehingga faktor lain di luar ketersediaan teknologi perlu mendapat perhatian lebih lanjut.

Dalam konteks tersebut, berbagai penelitian terkini menegaskan bahwa adopsi wakaf digital sangat dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap teknologi yang digunakan. Adi (2024) menemukan bahwa digital sharia banking systems dapat meningkatkan partisipasi wakaf tunai apabila fitur yang disediakan dinilai mudah digunakan dan memberikan manfaat yang jelas bagi pengguna. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) menjadi faktor penting dalam niat masyarakat membayar wakaf tunai secara digital, terutama bagi generasi muda yang intens menggunakan layanan digital.

Penelitian sebelumnya menguatkan temuan tersebut. Berakon dkk. (2022) menjelaskan bahwa sistem perbankan syariah digital (DSBS), termasuk BSI Mobile, dapat meningkatkan partisipasi wakaf melalui persepsi kemudahan dan kegunaan fitur wakaf digital. Pengguna yang merasa bahwa aplikasi mudah dipahami dan bermanfaat akan lebih cenderung melakukan wakaf tunai digital.

Selain itu, Asyari dkk. (2024) menegaskan bahwa kepercayaan (*trust*) merupakan variabel penting dalam perilaku wakaf digital, namun *trust* itu sendiri dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan kegunaan platform. Jika pengguna merasa aplikasi aman, mudah, dan memberi manfaat nyata, maka tingkat kepercayaan terhadap platform wakaf akan meningkat. Hasil penelitian *Empowering the Future of Cash Waqf* oleh Bonang dkk. (2024) juga menunjukkan bahwa *trust* merupakan salah satu prediktor terkuat niat berwakaf digital di Indonesia, sementara *effort expectancy* tidak terlalu signifikan dalam pengambilan keputusan berwakaf online

Literatur lainnya menunjukkan bahwa partisipasi wakaf digital tidak selalu bergantung pada literasi wakaf atau tingkat pemahaman agama seseorang. Nashir dkk. (2023) mengungkapkan bahwa masyarakat seringkali belum memahami perbedaan antara wakaf, infak, dan sedekah, sehingga keputusan untuk berwakaf digital lebih dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dan persepsi manfaat teknologi daripada faktor pengetahuan.

Dalam konteks ini, BSI Mobile sebagai aplikasi perbankan syariah terbesar memiliki potensi besar dalam mengoptimalkan penghimpunan wakaf tunai digital. Namun tingkat penggunaan fitur wakaf pada aplikasi tersebut masih belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang menganalisis sejauh mana *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* mempengaruhi partisipasi wakaf tunai digital di kalangan pengguna BSI Mobile dari seluruh kalangan, tanpa membatasi kelompok tertentu.

Dalam konteks regulasi, digitalisasi wakaf telah diperkuat melalui Fatwa MUI No. 2/2002 tentang wakaf uang, Undang-Undang No. 41/2004, hingga dukungan DSN-MUI untuk wakaf melalui platform digital. Meski demikian, beberapa penelitian mengungkapkan bahwa tata kelola nazhir dan transparansi laporan masih menjadi isu yang mempengaruhi tingkat kepercayaan publik (Bonang et al., 2024) Dengan

mengkaji kedua variabel tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi literatur wakaf digital dan menyediakan rekomendasi praktis untuk meningkatkan adopsi fitur wakaf dalam BSI Mobile melalui strategi peningkatan kemudahan penggunaan, pemanfaatan teknologi, dan kepercayaan pengguna.

MATERI DAN METODE

A. Materi

1. Wakaf Tunai

Wakaf secara terminologis diartikan sebagai menahan pokok harta dan menyalurkan manfaatnya untuk kepentingan ibadah dan kesejahteraan umum (Mubarok et al., 2022). Dalam konteks Indonesia, wakaf tunai memiliki legitimasi kuat melalui UU No. 41 Tahun 2004 dan Fatwa MUI No. 2/2002 serta Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 yang menegaskan bahwa wakaf uang hukumnya boleh selama nilai pokoknya dijaga dan hasil pengelolaannya disalurkan untuk kemaslahatan (Indonesia, 2018). Wakaf tunai memungkinkan partisipasi lebih luas karena dapat dilakukan dengan nominal kecil dan dikelola secara produktif agar manfaatnya berkelanjutan (Ardiansyah et al., 2025).

Seiring perkembangan teknologi, wakaf tunai berkembang menjadi wakaf tunai digital melalui platform keuangan syariah, termasuk mobile banking dan fintech. Prinsip kebolehannya didukung kaidah muamalah bahwa segala transaksi pada dasarnya diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan syariah Fatwa DSN-MUI No. 117/2018 terkait layanan keuangan berbasis teknologi informasi. Digitalisasi wakaf diyakini mampu memperluas akses, meningkatkan efisiensi penghimpunan, dan memperkuat profesionalisme nazhir dalam mengelola dana wakaf secara modern dan akuntabel (Sucianti, 2025). Dengan demikian, wakaf tunai digital menjadi instrumen filantropi Islam yang adaptif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat era digital.

2. Partisipasi

Partisipasi dapat dimaknai sebagai sikap serta keterlibatan keinginan individu dalam berbagai situasi dan kondisi organisasi, yang pada akhirnya mendorong individu untuk turut berkontribusi dalam pencapaian tujuan organisasi serta ikut memikul tanggung jawab secara kolektif. Dalam konteks pembangunan, tingkat partisipasi sering dijadikan indikator keberhasilan karena menunjukkan sejauh mana masyarakat terlibat dalam merumuskan kebutuhan dan menetapkan tujuan bersama (Mustanir et al., 2022).

Dalam konteks wakaf tunai digital, partisipasi masyarakat mengalami perubahan seiring berkembangnya teknologi keuangan syariah. Generasi milenial cenderung berwakaf digital bukan hanya karena dorongan spiritual, tetapi juga karena kemudahan, transparansi, dan manfaat platform digital (Nadilla, 2022). Selain itu, literasi melalui media digital turut meningkatkan minat berwakaf secara daring, terutama di kalangan generasi muda (Sutisna et al., 2024). Dengan demikian, partisipasi wakaf digital merupakan kombinasi motivasi religius dan rasional-teknologis yang sesuai dengan karakter masyarakat modern.

3. Inovasi Platform Digital Wakaf

Inovasi pada dasarnya merupakan proses pembaruan yang menghasilkan produk, layanan, atau sistem baru yang memberikan nilai tambah bagi masyarakat (Lestari, 2019). Dalam konteks ekonomi Islam, inovasi dipahami sebagai ijtihad sosial yang bertujuan menghadirkan kemaslahatan publik melalui teknologi yang selaras dengan maqāṣid al-syarī'ah, seperti perlindungan harta dan peningkatan kesejahteraan (Fontana, 2011; Munandar & Hasan, 2023). Konsep tersebut sejalan dengan teori difusi inovasi Rogers yang mana menekankan bahwa keberhasilan inovasi bergantung pada karakter inovasi itu sendiri, saluran komunikasi, waktu adopsi, dan struktur sosial yang mendukungnya (Rogers, 2003). Maka dari itu, inovasi digital dalam wakaf bukan

sekadar modernisasi teknologi, tetapi juga transformasi nilai dan perilaku masyarakat dalam berpartisipasi pada filantropi Islam.

Penerapan inovasi digital pada wakaf di Indonesia terlihat dari upaya Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam mengembangkan sistem layanan elektronik, integrasi data, dan ekosistem wakaf digital yang terhubung dengan perbankan syariah dan fintech. Platform seperti SatuWakaf.id, LinkAja Syariah Wakaf, dan e-Waqf BSI mempermudah masyarakat dalam menunaikan wakaf melalui sistem yang transparan, akuntabel, dan real time (Rahmawati et al., 2021). Inovasi ini memperluas aksesibilitas dan meningkatkan literasi wakaf, sekaligus membangun *trust-based ecosystem* yang penting untuk mendorong partisipasi publik. Namun demikian, tantangan seperti rendahnya literasi digital, kesenjangan kepercayaan, dan kurangnya standarisasi antar-platform masih menjadi hambatan utama yang perlu diatasi melalui strategi pengembangan teknologi dan tata kelola yang lebih kuat.

4. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan kerangka konseptual yang dirumuskan oleh Davis (1989a) guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Model ini berlandaskan pada *Theory of Reasoned Action (TRA)*, yang menekankan bahwa perilaku seseorang terbentuk melalui sikap dan keyakinan tertentu. Dalam konteks TAM, keputusan individu untuk menggunakan suatu teknologi sangat dipengaruhi oleh penilaian mereka terhadap tingkat manfaat yang diperoleh serta kemudahan dalam mengoperasikan teknologi tersebut. Oleh karena itu, TAM banyak digunakan dalam kajian adopsi sistem informasi untuk memperkirakan kecenderungan pengguna dalam menerima dan memanfaatkan suatu sistem berdasarkan respons dan evaluasi subjektif mereka.

Secara konseptual, TAM dibangun atas dua konstruk utama, yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU). PEOU menggambarkan sejauh mana pengguna meyakini bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan upaya yang besar, sedangkan PU merefleksikan pandangan pengguna bahwa teknologi tersebut mampu memberikan nilai tambah berupa peningkatan kinerja atau efisiensi kerja (Davis, 1989a). Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa kedua konstruk tersebut berperan penting dalam membentuk niat dan perilaku penggunaan sistem informasi. Oleh karena itu, PEOU dan PU sering dijadikan fondasi utama dalam analisis penerimaan teknologi, termasuk dalam kajian layanan digital yang berbasis prinsip syariah.

5. *Peran Perceived Ease of Use*

Perceived Ease of Use (PEOU) merupakan keyakinan individu bahwa teknologi mudah dipahami dan dioperasikan tanpa memerlukan usaha yang besar. Jika suatu sistem dianggap mudah digunakan, maka seseorang cenderung untuk menerimanya dan memanfaatkannya dalam aktivitas sehari-hari (Davis, 1989a; Jogiyanto, 2009). Persepsi kemudahan ini dipengaruhi oleh kualitas teknologi, reputasi, serta ketersediaan dukungan teknis yang membuat pengguna merasa aman dan nyaman dalam menggunakan sistem digital. Secara operasional, PEOU diukur melalui indikator seperti mudah dipahami, dapat dikontrol, fleksibel, mudah menjadi terampil, mudah digunakan, serta jelas dan dapat dipahami (Davis, 1989a).

6. *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness (PU) menggambarkan sejauh mana pengguna menilai bahwa penggunaan suatu teknologi memberikan nilai tambah dalam mendukung pelaksanaan tugas, baik melalui peningkatan hasil kerja, efisiensi waktu, maupun kualitas kinerja. Pandangan ini bersumber dari pendekatan perilaku dalam ilmu sosial, seperti *Theory of Reasoned*

Action dan *Theory of Planned Behavior*, yang menekankan bahwa penilaian individu terhadap manfaat suatu sistem akan membentuk sikap dan keputusan mereka dalam menggunakannya. Dengan kata lain, semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk menerima dan mengadopsi teknologi tersebut. (Davis, 1989a; Mathwick et al., 2001). Dalam praktik layanan keuangan berbasis digital, persepsi kegunaan terbukti menjadi faktor yang berpengaruh dalam mendorong ketertarikan pengguna terhadap berbagai layanan elektronik.

Berbagai studi sebelumnya menunjukkan bahwa ketika pengguna merasakan manfaat nyata dari teknologi seperti kemudahan transaksi perbankan, pembayaran berbagai kewajiban, serta akses cepat terhadap informasi keuangan maka minat dan intensitas penggunaan layanan digital cenderung meningkat (Pikkarainen et al., 2004 ; Gerrard & Cunningham, 2003).

Dalam konteks wakaf tunai digital, penelitian menunjukkan bahwa meskipun generasi milenial menilai aplikasi perbankan syariah bermanfaat dalam memahami dan mengakses wakaf, persepsi manfaat tersebut tidak selalu berpengaruh langsung terhadap keputusan berwakaf (Nadilla, 2022). Studi lain mengonfirmasi bahwa PU berkorelasi positif dengan efektivitas wakaf digital, namun pengaruhnya tetap bergantung pada faktor kepercayaan dan persepsi kemudahan teknologi (Bonang et al., 2024). Dengan demikian, persepsi kegunaan dalam wakaf digital tidak hanya terkait manfaat teknis, tetapi juga dipahami sebagai sarana meningkatkan kemaslahatan melalui distribusi wakaf yang lebih cepat, transparan, dan efisien.

7. *Kepercayaan (Trust)*

Kepercayaan (*trust*) merupakan keyakinan bahwa suatu sistem, lembaga, atau pihak tertentu akan bertindak secara andal, aman, dan sesuai harapan penggunaannya. Dalam konteks layanan digital, *trust* terbentuk ketika pengguna

merasa yakin bahwa sistem mampu menjaga kerahasiaan data, menyediakan informasi yang akurat, dan menjalankan transaksi secara aman (Gefen et al., 2003; McKnight et al., 2002). Dalam filantropi digital, terutama transaksi wakaf tunai, kepercayaan menjadi faktor kunci karena pengguna menyerahkan dana tanpa mendapatkan imbalan langsung. Oleh sebab itu, persepsi terhadap keamanan platform, transparansi laporan, serta reputasi lembaga nazar merupakan elemen penting dalam meningkatkan keyakinan pengguna untuk berwakaf melalui platform digital.

Dalam penelitian wakaf tunai digital, *trust* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap niat dan keputusan berwakaf. Berakon dkk. (2022) menunjukkan bahwa *trust* berperan besar dalam mendorong partisipasi wakaf digital di kalangan generasi muda, terutama ketika teknologi dinilai mudah digunakan dan bermanfaat. Studi Bonang dkk. (2024) juga menemukan bahwa *trust* merupakan prediktor terkuat perilaku wakaf digital dibandingkan variabel lain dalam model UTAUT2. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa meskipun persepsi kemudahan dan kegunaan penting, keduanya harus terlebih dahulu membangun rasa percaya agar dapat menghasilkan partisipasi nyata dalam wakaf tunai digital. Dengan demikian, *trust* menjadi variabel mediasi yang krusial dalam menjelaskan bagaimana persepsi teknologi dapat bertransformasi menjadi tindakan filantropi melalui platform digital.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei daring untuk menguji hubungan kausal antarvariabel secara empiris. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengukur fenomena sosial secara objektif melalui instrumen terstandar serta dianalisis menggunakan teknik statistik inferensial berbasis paradigma positivistic (Hardani et al., 2020; Abdullah et al., 2022). Responden penelitian adalah pengguna aktif BSI Mobile yang telah mengetahui fitur ZISWAF/Wakaf Hasanah, beragama Islam,

berusia minimal 17 tahun, serta mengetahui atau pernah mengakses menu wakaf digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling mengingat jumlah populasi pengguna BSI Mobile yang sangat besar dan tidak dapat diketahui secara pasti (Sugiyono, 2019).

Berpedoman pada Hair dkk. (2021), BerdasMengacu pada rekomendasi Hair dkk. (2021), kecukupan jumlah sampel dalam analisis menggunakan metode PLS-SEM ditentukan berdasarkan perbandingan antara jumlah indikator dan jumlah responden. Aturan umum yang digunakan menyarankan agar jumlah sampel berada pada kisaran lima hingga sepuluh kali dari total indikator yang membentuk model penelitian. Pada penelitian ini, model terdiri dari kurang lebih 15 indikator yang digunakan untuk mengukur tiga konstruk utama. Oleh karena itu, jumlah responden yang dianggap memenuhi kriteria minimum untuk analisis adalah sebanyak 150 orang.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form dengan skala Likert lima poin, mulai dari nilai 1 yang menunjukkan sangat tidak setuju hingga nilai 5 yang menunjukkan sangat setuju. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung, seperti artikel ilmiah, laporan Badan Wakaf Indonesia (BWI), data dari Kementerian Agama Republik Indonesia, serta publikasi resmi Bank Syariah Indonesia yang berkaitan dengan fitur ZISWAF.

Instrumen penelitian mengukur tiga konstruk utama berdasarkan kerangka Technology Acceptance Model (TAM). Variabel Perceived Ease of Use (X_1) mencakup persepsi kemudahan dalam menemukan fitur wakaf, memahami proses transaksi, dan menggunakan aplikasi tanpa hambatan. Variabel Perceived Usefulness (X_2) mengukur persepsi manfaat penggunaan fitur wakaf digital, seperti efisiensi waktu, kemudahan berwakaf, serta nilai tambah bagi ibadah pengguna. Kedua konstruk tersebut diadaptasi dari indikator Davis (1989), Wadi & Nurzaman (2020),

serta penelitian kontemporer terkait digital waqf. Variabel Partisipasi Wakaf Tunai Digital (Y) diukur berdasarkan niat berwakaf digital, frekuensi penggunaan fitur wakaf, serta kesediaan untuk terus menggunakan layanan wakaf digital, sebagaimana dijelaskan oleh Wadi & Nurzaman (2020) dan Nashir dkk. (2023).

Dalam penelitian ini, kepercayaan (*trust*) berfungsi sebagai variabel mediasi yang menghubungkan *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* dengan Partisipasi Wakaf Tunai Digital. *Trust* diukur melalui persepsi pengguna terhadap keamanan aplikasi, transparansi laporan, dan integritas platform wakaf digital yang disediakan oleh BSI Mobile. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS) yang diolah menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4.0. Tahapan analisis diawali dengan pengujian model pengukuran (*measurement model*) untuk memastikan kualitas indikator dalam merepresentasikan konstruk laten, kemudian dilanjutkan dengan evaluasi model struktural (*structural model*) guna menguji hubungan antar variabel.

Kelayakan model pengukuran dinilai melalui beberapa kriteria, meliputi nilai *loading* indikator yang memadai, *Average Variance Extracted* (AVE) di atas batas minimum, serta tingkat reliabilitas yang diukur menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Selanjutnya, pengujian model struktural dilakukan dengan menganalisis besaran koefisien jalur, nilai statistik uji, tingkat signifikansi, serta kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen yang tercermin dari nilai *R-square*. Pemilihan metode PLS-SEM didasarkan pada keunggulannya dalam menangani data yang tidak berdistribusi normal, jumlah sampel yang tidak terlalu besar, serta model penelitian yang melibatkan konstruk yang bersifat laten.

Berdasarkan kerangka teori TAM dan tujuan penelitian, hipotesis yang diuji adalah:

H1: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Partisipasi Wakaf Tunai Digital melalui Kepercayaan pada pengguna BSI Mobile. (Persepsi kemudahan penggunaan meningkatkan kepercayaan pengguna, yang pada gilirannya meningkatkan partisipasi wakaf digital.)

H2: Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap Partisipasi Wakaf Tunai Digital melalui Kepercayaan pada pengguna BSI Mobile. (Persepsi kegunaan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi, yang kemudian meningkatkan keputusan berwakaf tunai.)

H3: Kepercayaan berperan sebagai variabel mediasi antara Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap Partisipasi Wakaf Tunai Digital pada pengguna BSI Mobile. (Kepercayaan berfungsi sebagai penghubung antara kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan terhadap partisipasi wakaf digital.)

H4: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Partisipasi Wakaf Tunai Digital pada pengguna BSI Mobile.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen digunakan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara konsisten dalam model SEM-PLS. Penentuan validitas konvergen didasarkan pada tiga kriteria utama. Pertama, nilai *loading factor* harus lebih besar dari 0,70 sebagai batas minimal indikator dianggap memiliki kontribusi yang kuat terhadap konstruk (Hair et al., 2021: Haryono 2016). Kedua, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus melebihi 0,50, yang menunjukkan bahwa lebih dari separuh varians indikator dapat dijelaskan oleh

konstruk laten (Hamid & Hamid, 2019; Savitri et al., 2021). Ketiga, indikator hanya dipertahankan apabila memenuhi kedua syarat tersebut, sedangkan indikator dengan *loading factor* rendah dapat digugurkan apabila tidak meningkatkan nilai AVE

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Konvergen

	P (Y)	PEOU (X1)	PU (X2)	T (Z)
PEOU1		0.833		
PEOU2		0.810		
PEOU3		0.820		
PEOU4		0.783		
PU1			0.775	
PU2			0.810	
PU3			0.810	
PU4			0.831	
T1				0.703
T2				0.800
T3				0.837
Y1	0.847			
Y2	0.849			
Y3	0.861			
Y4	0.837			

Berdasarkan hasil evaluasi model pengukuran, seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel PEOU, PU, *Trust*, dan Partisipasi menunjukkan tingkat keterkaitan yang kuat dengan konstruk laten masing-masing, yang tercermin dari nilai *loading factor* yang berada di atas batas minimum yang dipersyaratkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki peran yang memadai dalam menjelaskan variabel yang diwakilinya. Dengan terpenuhinya kriteria validitas konvergen sebagaimana direkomendasikan oleh Hamid & Anwar (2019) dan Haryono, (2016). tidak terdapat indikator yang perlu dieliminasi dari model penelitian. Oleh karena itu, seluruh konstruk yang dianalisis dapat dinyatakan memiliki kemampuan representatif yang baik terhadap indikator-indikator penyusunnya dan layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian model struktural.

b. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model SEM-PLS benar-benar berbeda satu sama lain dan tidak saling tumpang tindih. Penilaian dilakukan melalui kriteria Fornell-Larcker, di mana suatu konstruk dinyatakan valid apabila nilai akar AVE lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain (Haryono, 2016; Savitri et al., 2021; Budhiarsa, 2016; Murniati et al., 2013). Selain itu, pengujian juga diperkuat dengan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), yang mensyaratkan nilai di bawah 0,85 untuk menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk tidak terlalu tinggi sehingga tetap terpisah secara konseptual (Budhiarsa, 2016). Validitas diskriminan juga dapat ditinjau dari hasil *cross-loading*, yaitu ketika indikator memiliki korelasi tertinggi dengan konstruknya sendiri dibandingkan konstruk lain (Savitri et al., 2021; Hamid & Anwar, 2019). Dengan demikian, validitas diskriminan dinyatakan terpenuhi apabila akar AVE lebih besar dari korelasi antar konstruk, nilai HTMT < 0,85, dan indikator memiliki korelasi terbesar pada konstruk yang diukurnya.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Diskriminan

	P (Y)	PEOU (X1)	PU (X2)	T (Z)
P (Y)	0.848			
PEOU (X1)	0.423	0.812		
PU (X2)	0.630	0.541	0.807	
T (Z)	0.603	0.358	0.506	0.782

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel Fornell-Larcker, seluruh konstruk menunjukkan nilai akar AVE yang lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk lainnya. Misalnya, variabel Partisipasi (P) memiliki nilai akar AVE sebesar 0.848, lebih tinggi daripada korelasinya dengan variabel PEOU (0.423), PU (0.630), maupun *Trust* (0.603). Hal serupa juga terjadi pada konstruk lainnya seperti PEOU, PU, dan *Trust*, yang masing-masing memiliki nilai

akar AVE lebih besar daripada korelasi mereka dengan konstruk lainnya.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa tiap konstruk dapat dibedakan secara jelas dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lain, sehingga seluruh variabel dinyatakan memenuhi validitas diskriminan. Kesimpulan ini sejalan dengan rule of thumb yang menyatakan bahwa validitas diskriminan terpenuhi jika nilai akar AVE lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk (Haryono, 2016; Savitri et al., 2021 1; Budhiarsa, 2016). Dengan demikian, variabel PEOU, PU, *Trust*, dan Partisipasi telah terbukti memiliki distingsi konseptual yang baik dan layak digunakan dalam analisis model struktural.

c. Uji Reliabilitas Konstruk

Pengujian reliabilitas konstruk dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang membentuk suatu konstruk memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai. Dalam pendekatan SEM-PLS, reliabilitas umumnya dievaluasi menggunakan dua ukuran utama, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR). Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,70, meskipun pada penelitian eksploratif nilai di atas 0,60 masih dapat diterima (Savitri et al., 2021; Murniati et al., 2013; Budhiarsa, 2016; (Haryono, 2016). Selain itu, *Composite Reliability* dinilai lebih representatif karena memperhitungkan kontribusi masing-masing indikator, dan dianggap memenuhi kriteria apabila nilainya berada di atas 0,70 Haryono, 2016; Hamid & Anwar, 2019). Apabila kedua ukuran tersebut telah memenuhi batas minimum yang direkomendasikan, maka konstruk dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik serta layak digunakan pada tahap analisis model struktural selanjutnya.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Diskriminan

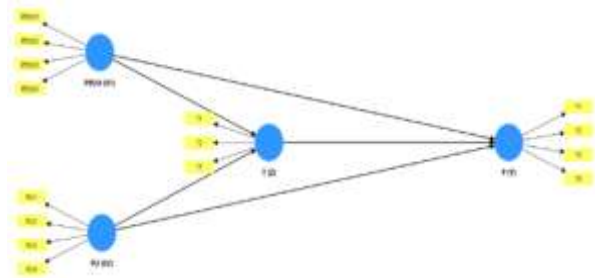
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
P (Y)	0.867	0.909
PEOU (X1)	0.701	0.799
PU (X2)	0.770	0.852
T (Z)	0.591	0.777

Hasil uji reliabilitas yang disajikan pada tabel menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Composite Reliability* di atas 0,70, sehingga masing-masing konstruk dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang memadai. Selain itu, variabel Partisipasi (P), PEOU, dan PU menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi 0,70, sesuai dengan standar reliabilitas yang direkomendasikan. Meskipun nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *Trust* (T) sebesar 0,591 berada sedikit di bawah batas ideal, nilai *Composite Reliability*-nya tetap melampaui ambang minimum, sehingga konstruk tersebut tetap dapat dikategorikan reliabel. Hal ini sejalan dengan ketentuan dalam SEM-PLS yang menyatakan bahwa *Composite Reliability* merupakan ukuran reliabilitas yang lebih kuat. Dengan demikian, seluruh variabel PEOU, PU, *Trust*, dan Partisipasi telah memenuhi kriteria reliabilitas dan layak digunakan pada tahap pengujian model struktural berikutnya.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah seluruh konstruk penelitian dinyatakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas pada tahap evaluasi model pengukuran (*outer model*), tahap berikutnya adalah melakukan pengujian terhadap model struktural (*inner model*). Evaluasi *inner model* dilakukan untuk menilai kekuatan serta arah hubungan antar variabel laten, sekaligus mengukur sejauh mana variabel eksogen mampu menjelaskan variabel endogen. Melalui SmartPLS, diperoleh model struktural yang menggambarkan keterkaitan antara *perceived ease of use* (PEOU), *perceived usefulness* (PU), *trust* (T), dan partisipasi

wakaf tunai digital (P). Gambar berikut menampilkan struktur hubungan antar variabel dalam model penelitian, termasuk arah jalur pengaruh serta indikator pembentuknya.



Gambar 1. Model Path SmartPLS

Berdasarkan visualisasi model struktural pada Gambar X, terlihat bahwa PEOU dan PU memiliki jalur pengaruh langsung menuju variabel *Trust*, sedangkan *Trust* bersama dengan kedua variabel eksogen tersebut berpengaruh terhadap Partisipasi Wakaf Tunai Digital. Model ini menunjukkan bagaimana persepsi pengguna terhadap kemudahan dan kegunaan aplikasi berpotensi membentuk tingkat kepercayaan mereka terhadap platform wakaf digital, yang kemudian mendorong partisipasi dalam berwakaf tunai melalui BSI Mobile. Setiap konstruk didukung oleh indikator-indikator yang memuat nilai loading factor memadai, sehingga mampu merepresentasikan variabel laten secara baik. Model struktural ini menjadi dasar untuk melakukan evaluasi lanjutan, yaitu analisis nilai R-Square serta pengujian hipotesis guna mengetahui kekuatan pengaruh dan validitas hubungan antar variabel dalam penelitian.

3. Nilai R-Square (R²)

R-Square (R²) digunakan untuk menilai seberapa besar variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam model struktural SEM-PLS. Nilai R² menunjukkan tingkat kemampuan prediksi model dan dikategorikan ke dalam tiga tingkat umum, yaitu: 0,70 (kuat), 0,50 (moderate/sedang), dan 0,25 (lemah) sebagaimana dikemukakan oleh Hamid &

Anwar, (2019) dan Savitri dkk. (2021) Savitri dkk. (2021). Sementara itu, Haryono (2016) menyebutkan interval penilaian yang serupa dengan kategori kuat pada R² = 0,67, moderat pada 0,33, dan lemah pada 0,19. Dengan demikian, semakin tinggi nilai R², semakin besar proporsi variasi variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen, sehingga semakin baik pula kemampuan prediksi model struktural.

Tabel 5 Hasil Uji R-Square (R²)

	R-square	R-square adjusted
P (Y)	0.413	0.405
T (Z)	0.266	0.256

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Partisipasi (P) memiliki nilai R² sebesar 0.413, yang menunjukkan bahwa 41,3% variasi Partisipasi Wakaf Digital dapat dijelaskan oleh variabel PEOU, PU, dan *Trust*. Berdasarkan kriteria penilaian, nilai tersebut berada pada kategori moderate karena berada di atas 0,33 dan mendekati batas 0,50, sehingga model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik. Sementara itu, variabel *Trust* (T) memiliki nilai R² sebesar 0.266, yang termasuk dalam kategori lemah hingga moderat menurut batasan 0,25 (Hamid & Anwar, 2019; Savitri et al., 2021) dan 0,33 (Haryono, 2016). Hal ini berarti bahwa konstruk PEOU dan PU mampu menjelaskan sekitar 26,6% variasi *Trust*. Secara keseluruhan, nilai R² menunjukkan bahwa model memiliki daya prediksi yang memadai, terutama pada variabel Partisipasi (P), sehingga model struktural layak untuk digunakan dalam pengujian lanjutan.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada SEM-PLS dilakukan untuk mengetahui hubungan kausal antar konstruk melalui estimasi koefisien jalur (path coefficient), nilai t-statistic, dan p-value. Penentuan signifikansi mengikuti batasan umum, yaitu nilai t-statistic > 1,65 untuk tingkat signifikansi 10%, > 1,96 untuk signifikansi 5%, dan > 2,58 untuk signifikansi 1%

(Savitri et al., 2021; Hamid & Anwar, 2019). Sementara itu, nilai p -value $< 0,05$ menunjukkan pengaruh yang signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Koefisien jalur (O) menggambarkan arah dan kekuatan pengaruh konstruk eksogen terhadap endogen, sedangkan standard deviation dan sample mean digunakan untuk memastikan kestabilan estimasi model. Dengan demikian, hipotesis diterima apabila nilai koefisien jalur positif serta didukung oleh t -statistic dan p -value yang memenuhi kriteria signifikansi.

Tabel 6 Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistic (O/ST DEV)	P values
PEOU (X1) -> P (Y)	0.237	0.238	0.063	3.752	0.000
PEOU (X1) -> T (Z)	0.119	0.124	0.086	1.388	0.165
PU (X2) -> T (Z)	0.442	0.444	0.075	5.888	0.000
T (Z) -> P (Y)	0.518	0.519	0.056	9.227	0.000

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel PEOU berpengaruh signifikan terhadap Partisipasi (P) karena memiliki t -statistic sebesar 3.752 dan p -value 0.000, sehingga hubungan ini diterima. Namun, PEOU tidak berpengaruh signifikan terhadap *Trust* (T) karena nilai t -statistic hanya 1.388 dan p -value 0.165, sehingga hipotesis tersebut ditolak. Sebaliknya, variabel PU memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* dengan nilai t -statistic 5.888 dan p -value 0.000, menunjukkan bahwa persepsi kegunaan merupakan faktor dominan dalam membentuk kepercayaan pengguna. Selain itu, *Trust* berpengaruh kuat dan signifikan terhadap Partisipasi Wakaf Digital dengan t -statistic 9.227 dan p -value 0.000, sehingga kepercayaan terbukti menjadi determinan utama dalam meningkatkan partisipasi pengguna. Berdasarkan hasil tersebut, pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa jalur mediasi melalui *Trust* dapat terjadi pada hubungan

PU \rightarrow *Trust* \rightarrow Partisipasi, sedangkan mediasi pada jalur PEOU \rightarrow *Trust* \rightarrow Partisipasi tidak signifikan. Dengan demikian, *Trust* berperan sebagai mediator parsial pada pengaruh PU terhadap Partisipasi, tetapi tidak memediasi pengaruh PEOU.

a. Pengaruh *Perceived Ease of Use terhadap Trust*

Hasil pengujian hubungan antara *Perceived Ease of Use* dan *Trust* menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,119 dengan t -statistic sebesar 1,388 serta p -value sebesar 0,165. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis, nilai tersebut belum memenuhi batas signifikansi yang ditetapkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa PEOU tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan. Hal ini tercermin dari nilai t -statistic yang belum mencapai ambang 1,96 serta nilai p -value yang berada di atas tingkat signifikansi 0,05.

b. Pengaruh *Perceived Usefulness* \rightarrow *Trust*

Pengujian hubungan antara *Perceived Usefulness* dan *Trust* menghasilkan nilai koefisien jalur sebesar 0,442 dengan nilai t -statistic sebesar 5,888 serta p -value sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan memberikan pengaruh yang bersifat positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan pengguna. Kekuatan pengaruh ini ditunjukkan oleh nilai t -statistic yang melampaui batas kritis serta tingkat signifikansi yang berada pada taraf 1 persen, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan, semakin besar pula kepercayaan pengguna terhadap layanan yang digunakan. Semakin pengguna merasakan manfaat nyata dari fitur wakaf digital seperti efisiensi, kemudahan transaksi, dan nilai ibadah semakin tinggi pula kepercayaan mereka terhadap platform tersebut. Dengan demikian, kegunaan aplikasi merupakan faktor kunci dalam membangun *trust* pengguna.

c. Pengaruh *Trust* terhadap Partisipasi Wakaf Digital

Koefisien Jalur 0,518, T-statistic 9,227 dan P-value 0,000. *Trust* terbukti memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap Partisipasi Wakaf Digital. Nilai *t-statistic* yang sangat tinggi mengindikasikan bahwa *trust* merupakan prediktor yang paling kuat dalam model. Pengguna yang merasa aman, yakin, dan percaya terhadap pengelolaan dana wakaf digital melalui BSI Mobile menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk berpartisipasi. Hal ini menegaskan bahwa meningkatkan kepercayaan merupakan strategi utama untuk memperkuat minat dan frekuensi wakaf tunai digital pada pengguna aplikasi.

d. Pengaruh tidak langsung (Mediation Testing)

PEOU → *Trust* → Partisipasi

Karena pengaruh PEOU terhadap *Trust* tidak signifikan, maka jalur mediasi PEOU → *Trust* → Partisipasi juga tidak signifikan. Dengan demikian, *Trust* tidak memediasi hubungan antara PEOU dan Partisipasi. Artinya, kemudahan penggunaan tidak mampu meningkatkan partisipasi melalui *Trust*.

PU → *Trust* → Partisipasi

Hasil menunjukkan bahwa PU berpengaruh signifikan terhadap *Trust*, dan *Trust* berpengaruh signifikan terhadap Partisipasi. Hal ini berarti terjadi mediasi pada jalur PU → *Trust* → Partisipasi. Dengan demikian, *Trust* memediasi secara parsial (*partial mediation*) pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Partisipasi wakaf digital. Artinya, manfaat yang dirasakan pengguna meningkatkan *trust*, dan *trust* pada akhirnya mendorong partisipasi mereka.

B. Pembahasan

1. Peran PEOU dalam membangun *Trust*

Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* (PEOU) berpengaruh terhadap terbentuknya kepercayaan (*trust*), meskipun tidak selalu signifikan secara statistik pada beberapa

penelitian terdahulu. Namun demikian, kemudahan penggunaan fitur wakaf di aplikasi BSI Mobile (Byond) tetap memiliki peran penting dalam membentuk rasa aman dan kepastian bagi pengguna. Ketika pengguna merasa aplikasi stabil, navigasinya jelas, dan proses wakaf digital dapat dilakukan tanpa hambatan, maka tingkat kepercayaan meningkat karena pengguna merasa teknologi tersebut *reliable* dan tidak menimbulkan risiko penggunaan (*usability risk*).

Literatur mendukung temuan ini. Penelitian Berakon dkk. (2022) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menjadi salah satu penentu meningkatnya *trust* terhadap platform wakaf digital dalam ekosistem *Digital Sharia Banking System* (DSBS). Hal ini sejalan dengan model TAM yang menempatkan persepsi kemudahan sebagai fondasi sikap positif terhadap teknologi. Dengan demikian, meskipun hubungan langsung PEOU → *Trust* tidak selalu kuat, kemudahan tetap menjadi fondasi penting dalam membentuk keyakinan bahwa fitur wakaf pada BSI Mobile aman dan dapat diandalkan.

2. Peran PU terhadap *Trust* pengguna

Berbeda dengan PEOU, hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* (PU) memiliki pengaruh signifikan dan lebih kuat terhadap meningkatnya kepercayaan pengguna. Ketika pengguna merasa bahwa fitur wakaf digital BSI Mobile membawa manfaat nyata seperti proses cepat, laporan transparan, kebermanfaatn sosial yang jelas, serta jangkauan program wakaf yang luas maka *trust* terhadap aplikasi semakin menguat.

Penelitian Berakon dkk. (2022) menegaskan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor paling menentukan dalam membangun kepercayaan transaksi wakaf digital. Hasil serupa ditemukan dalam studi *Online Cash Waqf* (Emerald Insights), bahwa *trust* terbentuk ketika pengguna melihat adanya *performance expectancy* yang tinggi dan manfaat nyata dari teknologi. Dalam konteks BSI Mobile, fitur Wakaf Hasanah yang menampilkan

informasi program wakaf, nilai donasi, dan progres penyaluran memberi pengguna bukti nyata (*evidence-based trust*) yang memperkuat keyakinan mereka.

3. *Trust* sebagai prediktor utama partisipasi wakaf digital

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *trust* adalah variabel paling kuat yang memengaruhi partisipasi wakaf tunai digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Bonang dkk. (2024) dan Asyari dkk. (2024), yang menunjukkan bahwa niat berwakaf tidak hanya bergantung pada kemudahan dan manfaat teknologi, tetapi terutama pada tingkat kepercayaan pengguna terhadap lembaga pengelola wakaf.

Untuk kasus BSI Mobile, *trust* ini muncul dari:

- 1) Reputasi BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia,
- 2) Naungan resmi BWI dan DSN-MUI dalam pengelolaan wakaf uang,
- 3) Transparansi program wakaf yang ditampilkan melalui aplikasi,
- 4) Kredibilitas BSI Hasanah sebagai brand filantropi syariah.

Oleh karena itu, *trust* menjadi faktor kunci yang mendorong konversi dari sekadar niat menjadi tindakan nyata berwakaf dalam aplikasi.

4. Bagaimana mediasi *Trust* menjelaskan perilaku wakaf digital

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *trust* berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh PEOU dan PU terhadap partisipasi wakaf digital. Artinya:

- 1) PEOU → *Trust* → Partisipasi
Meskipun kemudahan tidak langsung meningkatkan partisipasi, kemudahan tersebut meningkatkan *trust*, dan *trust* lah yang kemudian meningkatkan partisipasi.
- 2) PU → *Trust* → Partisipasi
Manfaat yang dirasakan memperkuat kepercayaan pengguna, dan kepercayaan inilah yang mendorong pengguna benar-benar berwakaf.

Dengan demikian, *trust* menjadi *mechanism* psikologis yang mengubah persepsi teknologi menjadi tindakan filantropi. Pengguna hanya mau berwakaf jika mereka merasa:

- 1) platform mudah digunakan,
- 2) bermanfaat, dan
- 3) tepercaya.

Hal ini sesuai dengan temuan *Online Cash Waqf Behavioral Intention* (Emerald) yang menempatkan *trust* sebagai mediator utama antara persepsi teknologi dan perilaku filantropi digital.

5. Perbandingan dengan penelitian sebelumnya

Hasil penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan konsep dasar *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menempatkan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan sebagai determinan penting dalam proses adopsi teknologi (Davis, 1989). Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa kepercayaan memegang peranan kunci dalam menjembatani pengaruh persepsi manfaat terhadap perilaku pengguna. Dengan kata lain, keberadaan kepercayaan memperkuat keterkaitan antara penilaian pengguna terhadap manfaat teknologi dan keputusan mereka untuk menggunakannya.

Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan perbedaan penting, khususnya terkait PEOU yang tidak berpengaruh signifikan terhadap *trust* maupun partisipasi penggunaan layanan QRIS BSI Mobile. Temuan ini sejalan dengan penelitian Maulana (2024), yang menyatakan bahwa:

- 1) PEOU → *Trust* tidak signifikan, p-value 0,226
- 2) PEOU → *Behavior Intention* juga tidak signifikan, p-value 0,498

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan bukan lagi faktor pendorong utama bagi mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam menggunakan QRIS BSI Mobile, kemungkinan karena mereka sudah terbiasa menggunakan aplikasi digital sehingga kemudahan dianggap sebagai

baseline expectation bukan pembeda keputusan penggunaan. Situasi ini selaras dengan pandangan dalam literatur TAM modern bahwa pengguna berpengalaman lebih memprioritaskan manfaat nyata dan keandalan sistem dibanding kemudahan dasar

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa faktor *perceived usefulness* merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk *trust* pengguna terhadap fitur Wakaf Hasanah pada aplikasi BSI Mobile. Persepsi bahwa aplikasi memberikan manfaat nyata seperti kemudahan transaksi, transparansi laporan, serta kejelasan program wakaf terbukti secara signifikan meningkatkan keyakinan pengguna, yang pada akhirnya mendorong partisipasi wakaf tunai digital. Sebaliknya, *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *trust*, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sudah dianggap sebagai standar dasar aplikasi mobile banking sehingga tidak cukup kuat untuk membangun kepercayaan pengguna.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa *trust* adalah prediktor utama partisipasi wakaf digital. Kepercayaan terhadap keamanan sistem, kredibilitas BSI sebagai lembaga syariah terbesar di Indonesia, serta integritas pengelolaan wakaf digital menjadi faktor kunci yang mendorong pengguna untuk berwakaf secara digital. Selain itu, *trust* terbukti memediasi secara parsial pengaruh *perceived usefulness* terhadap partisipasi, namun tidak memediasi pengaruh *perceived ease of use*. Temuan ini konsisten dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) dan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa teknologi diterima bukan hanya karena mudah digunakan, tetapi terutama karena memberikan manfaat dan membangun kepercayaan sebagai dasar perilaku filantropi digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi fitur Wakaf Hasanah pada BSI Mobile perlu difokuskan pada

peningkatan manfaat yang dirasakan dan penguatan strategi membangun *trust* guna mendorong partisipasi wakaf tunai digital secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N. & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Adi, H. P. (2024). Efektivitas Penggunaan Digital Payment Dalam Penghimpunan Wakaf Melalui Uang Pada Yayasan Solopeduli Ummat Surakarta. *Diss. Universitas Islam Indonesia*. <https://doi.org/10.123456789/54034>
- Ardiansyah, J., Samsuri, A. & Yasid, A. (2025). Non Fungible Token (Nft) Sebagai Instrumen Wakaf Digital: Peluang Dan Tantangan Dalam Pengelolaan Aset Syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 08–20. <https://doi.org/10.69714/Zkx88608>
- Asyari, Hoque, M. E., Susanto, P., Begum, H., Awaluddin & Mamun, A. Al. (2024). Online Cash Waqf Behavioral Intention: The Role Of Knowledge Of Cash Waqf And Trust. *Journal Of Islamic Marketing*, 15(11), 2864–2890. <https://doi.org/10.1108/Jima-07-2023-0224>
- Berakon, I., Aji, H. M. & Hafizi, M. R. (2022). Impact Of Digital Sharia Banking Systems On Cash-Waqf Among Indonesian Muslim Youth. *Journal Of Islamic Marketing*, 13(7), 1551–1573. <https://doi.org/10.1108/Jima-11-2020-0337>
- Bonang, D., Ismail, S. & Sukmana, R. (2024). Empowering The Future Of Cash Waqf Through Digitalisation : An Insight Into The Philanthropic Intention Of The Indonesian Muslim Community. *Isra International Journal Of Islamic Finance*, 16, 94–117.
- Bsi. (2024). *Jadi Salah Satu Fitur Paling*

- Diminati, Transaksi Ziswaf Via Mobile Banking Bsi Tembus Rp121m Pada 2024.*
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/jadi-salah-satu-fitur-paling-diminati-transaksi-ziswaf-via-mobile-banking-bsi-tembus-rp121m-pada-2024>
- Budhiarsa, S. (2016). Analisis Statistik Multivariate Dengan Aplikasi Sem Ppls Smartpls 3.2.6. In *Udayana University Press*.
- Davis, F. D. (1989a). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly*, 13(3), 319.
- Davis, F. D. (1989b). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly*, 319–340.
- Fontana, A. (2011). Innovate We Can! Manajemen Inovasi Dan Penciptaan Nilai. *Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama*.
- Gefen, D., Karahanna, E. & Straub, D. W. (2003). Trust And Tam In Online Shopping: An Integrated Model. In *Mis Quarterly*.
- Gerrard, P. & Cunningham, J. B. (2003). The Diffusion Of Internet Banking Among Singapore Consumers. *International Journal Of Bank Marketing*, 21(1), 16–28.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2021). PLS-SEM: Indeed A Silver Bulle. *Journal Of Marketing Theory And Practice*, 19, (02), 139–151.
- Hamid, R. S. & Anwar, S. M. (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis. In *Pt Inkubator Penulis Indonesia*.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J. & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Cv. Pustaka Ilmu Group*.
- Haryono, S. (2016). Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan Amos Lisrel Pls. In *Pt Intermedia Personalia Utama*.
- Indonesia, B. W. (2018). *Himpunan Peraturan Perundang Undangan Tentang Wakaf*.
<https://doi.org/https://bwi.go.id/wp-content/uploads/2020/09/buku-undang-undang-wakaf.pdf>
- Jogiyanto. (2009). Sistem Informasi Keperilakuan. *Yogyakarta Andi*.
- Lestari, E. R. (2019). Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif. In *Tim Ub Press*.
- Mathwick, C., Malhotra, N. & Rigdon, E. (2001). Experiential Value: Conceptualization, Measurement And Application In The Catalog And Internet Shopping Environment. *Journal Of Retailing*, 77(1), 39–56.
- Maulana, Y. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention To Use Pada Pengguna Layanan Qris Bsi Mobile Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). In *Skripsi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*.
- Mcknight, D. H., Choudhury, V. & Kacmar, C. (2002). Developing And Validating Trust Measures For E-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359.
- Mubarok, A. Z. S., Mubarak, A. Z., Taufik, A., Rasyid, A. F. & Saepulmilah, C. (2022). Wakaf Uang: Konsep Dan Implementasinya. In *Pustaka Turats*.
- Munandar, A. & Hasan, A. (2023). Tinjauan Mekanisme Pengelolaan Wakaf Uang Berbasis Digital Pada Lembaga Wakaf Majelis Ulama Indonesia Pusat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1057–1063.
- Murniati, M. P., Purnamasari, S. V., R, S. D. A., C, A. A., Sihombing, R. & Warastuti, Y. (2013). Alat-Alat Pengujian Hipotesis. In *Universitas Katolik Soegijapranata*.
- Mustanir, A., Ibrahim, M. & Sadapotto, A. (2022). Partisipasi Masyarakat Dalam

- Pembangunan. In *Penerbit Qiara Media*.
Nadilla, A. (2022). Pengaruh Intensi Perilaku Milenial Muslim Terhadap Inovasi Digital Payment Wakaf Uang Dengan Pendekatan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology Di Kota Pekanbaru. *Tesis, Universitas Islam Indonesia*.
- Nashir, F. K., Huda, N. & Indra. (2023). Faktor Penentu Pengambilan Keputusan Untuk Wakaf Uang Secara Online Pada Generasi Milenial. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 16(2), 1–26.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H. & Pahlila, S. (2004). Consumer Acceptance Of Online Banking: An Extension Of The Technology Acceptance Model. *Internet Research*, 14(3), 224–235.
- Rahmawati, Thamrin, H., Guntoro, S. & Kurnialis, S. (2021). Transformasi Digital Wakaf Bwi Dalam Menghimpun Wakaf Di Era Digitalisasi. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 4(2), 532–540.
- Ri, K. A. (2025). *Terkumpul Rp2,4 Triliun, Kemenag Terus Genjot Penghimpunan Wakaf Uang*. Kemenag (Direktur Zakat Dan Wakaf).
- Savitri, C., Faddila, S. P., Irmawartini, Iswari, H. R., Anam, C., Syah, S., Mulyani, S. R., Sihombing, P. R., Kismawadi, E. R., Pujianto, A., Mulyati, A., Astuti, Y., Adinugroho, Catur, W., Imanuddin, R., Kristia, K., Nuraini, A. & Siregar, M. T. (2021). *Statistik Multivariat Dalam Riset*. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Sucianti. (2025). Analisis Hukum Terhadap Kolaborasi Nazhir Dan Fintech Syariah Dalam Digitalisasi Wakaf Uang. . . *Diploma Thesis, Universitas Islam Negri Palopo*.
<https://doi.org/http://repository.uinpalopo.ac.id/id/eprint/11717>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta Bandung.
- Sutisna, F. A., Akbar, H. M. & Alifa, N. R. (2024). Does Social Media Content Affect Cash Waqf Literacy And Interest In Paying Cash Waqf Among Gen Z? *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 170–189.
- Wadi, D. A. & Nurzaman, M. S. (2020). Millennials Behaviour Towards Digital Waqf Innovation. *International Journal Of Islamic Economics And Finance (Ijief)*, 3, 1–32.