

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini memperlihatkan bahwa *wakif* yang paling banyak adalah yang memiliki latar pendidikan S1. Selain itu responden mayoritas berdomisili di Kabupaten Serang dan memiliki pendapatan di bawah 3 juta rupiah. Platform online yang paling banyak digunakan adalah platform dari lembaga pengelola wakaf Dompot Dhuafa. Dari hasil analisis data, maka terdapat beberapa kesimpulan diantaranya:

1. Dari hasil olah data, variabel *sharia financial literacy* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *trust*.
2. Selanjutnya, variabel *perceived ease of use* sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *trust*. Variabel *trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *cash waqf decision*.
3. Hasil dalam studi ini menemukan bahwa variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel endogennya yaitu *trust* dibandingkan *sharia financial literacy*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use*. Hasil ini bisa dilihat dari perhitungan β

dari *trust* yang paling besar lalu diikuti oleh variabel lainnya yaitu *perceived ease of use terhadap Trust*.

4. Di sisi lain *trust* sangat berdampak pada *cash waqf decision* seorang *wakif*. Pengguna akan mewakafkan hartanya jika didukung oleh kepercayaan yang tinggi terhadap *platform* wakaf *online* tersebut. Maka dari itu sangat penting bagi lembaga pengelola wakaf yang memiliki platform online untuk dapat menjaga kepercayaan masyarakat. Lebih lanjut, hal pertama yang memacu seseorang untuk melakukan transaksi wakaf adalah *sharia financial literacy*. Pengetahuan yang baik terkait keuangan syariah pada masyarakat akan membuat mereka terdorong untuk berwakaf. Faktor *perceived usefulness* atau kebermanfaatan suatu platform online dan *perceived ease of use* atau kemudahan penggunaan platform tersebut juga merupakan faktor pendukung yang mendorong masyarakat untuk berwakaf pada *platform* online.

B. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan tambahan perspektif baru bagi lembaga pengelola wakaf yang memiliki *platform* *online*, pemerintah seperti Badan Wakaf Indonesia dan Bank Indonesia

serta *stakeholder* wakaf lainnya seperti asosiasi dan komunitas. Penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi sektor keuangan sosial yang memiliki model bisnis donasi dengan *platform online* seperti zakat, infak dan sedekah. Manfaat tersebut diantaranya:

1. Bagi industri *fintech* terutama dalam bidang keuangan sosial perlu melakukan sosialisasi yang lebih masif lagi untuk menyosialisasikan tentang konsep keuangan sosial khususnya wakaf sehingga masyarakat memiliki pengetahuan baik dan terdorong untuk berwakaf ataupun melakukan zakat, infak dan sedekah. Selain itu, penting bagi platform wakaf online juga memiliki sistem informasi dan teknologinya yang baik sehingga masyarakat merasa terbantu dengan *platform* tersebut. Kemudahan dalam bertransaksi baik itu pada aspek *interface website* atau aplikasi *online* maupun terkait kemudahan pembayarannya merupakan yang juga harus dijaga kualitasnya oleh *platform* wakaf *online*. Hal yang juga merupakan aspek penting adalah kepercayaan publik yang harus dimiliki oleh *platform* wakaf *online*. *Platform* wakaf online perlu menjaga transparansi dan akuntabilitasnya. Salah satu cara untuk menjaga hal tersebut adalah dengan mempublish laporan keuangan

organisasi secara *online* sehingga dapat diakses oleh masyarakat luas.

2. Bagi pemerintah dan regulator wakaf diharapkan mampu mendukung perkembangan sektor wakaf dan dana sosial lainnya melalui regulasi yang memudahkan organisasi dana sosial. Selain itu, pemerintah dan regulator juga perlu mendukung partisipasi masyarakat dalam berwakaf melalui sosialisasi tentang dana sosial kepada masyarakat seluruh Indonesia.
3. Bagi *stakeholder* lain seperti komunitas dan asosiasi dana sosial khususnya wakaf diharapkan mampu untuk mendukung perkembangan wakaf di Indonesia melalui sosialisasi kepada masyarakat dan yang paling penting juga untuk mengawasi dan mengevaluasi lembaga pengelola dana wakaf sehingga dapat memperbaiki kinerjanya dan pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap *platform* online wakaf.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan diantaranya:

1. Penelitian ini terbatas hanya mengkaji perilaku berwakaf masyarakat yang berdomisili di wilayah Banten saja sehingga kurang dapat mewakili perilaku berwakaf di wilayah lain.

2. Penelitian ini hanya menganalisis data dari 103 responden yang berdomisili di wilayah Banten.
3. Penelitian ini hanya dilakukan secara *self-administrated questionnaire*, dimana responden dapat memberikan jawaban sesuai dengan pengalaman, anggapan dan apa yang harus mereka lakukan (subjektif). Maka jawaban yang ada bisa saja berbeda dengan perilaku individu atau kelompok lain.
4. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*, dimana seluruh data responden yang masuk kepada peneliti diambil secara keseluruhan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Hal ini dilakukan karena penulis kesulitan dalam menemukan data yang valid terkait sebaran wakif di wilayah Banten.

D. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini diharapkan dapat ditingkatkan pada penelitian kedepannya. Oleh karena itu, penulis menyarankan beberapa hal:

1. Pada penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian di wilayah lain bahkan di seluruh Indonesia terkait faktor yang mempengaruhi keputusan berwakaf masyarakat.

2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, Dominasi responden pada latar belakang pendidikan, wilayah, dan pendapatan tertentu sesuai dengan proporsi jumlahnya di setiap aspek tersebut sehingga dapat menjelaskan perilaku keputusan berwakaf yang lebih mewakili fenomena di lapangan.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menggunakan lebih banyak variabel untuk melihat faktor yang memengaruhi keputusan berwakaf seseorang. Pada penelitian selanjutnya juga diharapkan mempertimbangkan variabel yang berbeda yang mampu memengaruhi keputusan berwakaf tersebut seperti faktor religiusitas, *subjective norm* dan faktor lainnya.