


MINAT GENERASI Z DALAM BERWAKAF UANG MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA PLATFORM KEUANGAN

Dini zahratun husna¹, Faris Affandi², Muhammad Arfan Harahap³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara^{1,2}

Email: nstfaris0@gmail.com, dinihusna2019@gmail.com, muhammadarfanhrp@uinsu.ac.id

<p>Menerima: 23/12/2025</p> <p>Diterima: 24/12/2025</p> <p>Menerbitkan: 25/12/2025</p>  <p>This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License.</p>	<p>Abstrak</p> <p><i>Cash waqf is an Islamic philanthropic instrument with significant potential to support economic and social development. However, the level of participation of Generation Z in cash waqf remains relatively low despite their large population and digital-native characteristics. This study aims to analyze the factors influencing Generation Z's interest in cash waqf. The research employs a quantitative approach using questionnaire-based data collected from Generation Z respondents. The variables examined include cash waqf literacy, religiosity, trust in waqf management institutions, utilization of digital technology, and ease of access to information. The data were analyzed using multiple linear regression to determine the effect of each variable on interest in cash waqf. The findings indicate that cash waqf literacy, institutional trust, and the use of digital technology have a significant positive effect on Generation Z's interest in participating in cash waqf. Meanwhile, religiosity and access to information show a weaker influence. This study is expected to serve as a reference for waqf institutions in developing strategies to enhance cash waqf participation by aligning programs with the characteristics and preferences of Generation Z.</i></p> <p>Keywords: cash waqf, waqf interest, Generation Z, waqf literacy, digital technology.</p>
--	--

PENDAHULUAN

Wakaf uang merupakan salah satu instrumen filantropi Islam yang memiliki fleksibilitas tinggi dan relevansi kuat dalam mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan. Berbeda dengan wakaf tradisional yang berbasis aset tidak bergerak, wakaf uang memungkinkan partisipasi masyarakat secara lebih luas karena nominalnya yang relatif terjangkau dan pengelolaannya yang adaptif terhadap kebutuhan zaman. Dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, wakaf uang memiliki potensi besar untuk mendorong kesejahteraan sosial, pemberdayaan ekonomi, serta penguatan sektor pendidikan dan kesehatan. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya terealisasi karena rendahnya tingkat partisipasi masyarakat, khususnya dari kalangan Generasi Z. Generasi ini memiliki karakteristik unik berupa literasi digital yang tinggi, pola pikir praktis, dan orientasi pada transparansi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z dalam berwakaf uang menjadi penting untuk mengoptimalkan peran wakaf di masa depan (Afifah & Hakim, 2025).

Generasi Z merupakan kelompok demografis yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital dan arus informasi yang sangat cepat. Karakteristik ini membentuk pola perilaku ekonomi dan sosial yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Dalam konteks filantropi Islam, Generasi Z cenderung mempertimbangkan aspek kemudahan, kepercayaan, serta nilai manfaat sebelum mengambil keputusan berwakaf uang. Sayangnya, tingkat literasi wakaf uang di kalangan Generasi Z masih tergolong rendah, sehingga

berpengaruh terhadap minimnya minat dan intensitas partisipasi mereka. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pemahaman konsep wakaf uang, tujuan pengelolaan, serta dampak sosialnya belum tersosialisasi secara optimal di lingkungan pendidikan formal maupun informal. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara potensi dan realisasi wakaf uang pada Generasi Z, yang jika tidak ditangani dapat menghambat perkembangan ekosistem wakaf di Indonesia (Desiana & Lubis, 2024).

Literasi wakaf uang menjadi faktor kunci dalam membentuk minat dan keputusan Generasi Z untuk berpartisipasi dalam kegiatan wakaf. Literasi tidak hanya mencakup pemahaman hukum dan konsep dasar wakaf, tetapi juga mencakup pengetahuan mengenai mekanisme pengelolaan, transparansi lembaga, serta dampak jangka panjang dari wakaf uang. Generasi Z yang memiliki tingkat literasi wakaf lebih baik cenderung menunjukkan sikap positif dan minat yang lebih tinggi terhadap wakaf uang. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi dapat menjadi strategi efektif dalam mendorong partisipasi wakaf uang di kalangan muda. Namun, literasi saja tidak cukup apabila tidak didukung oleh faktor lain seperti kepercayaan terhadap lembaga pengelola dan relevansi program wakaf dengan kebutuhan sosial. Oleh karena itu, literasi wakaf harus dikembangkan secara komprehensif dan berkelanjutan (Qolbi & Salsabila, 2023).

Selain literasi, religiusitas juga sering dianggap sebagai faktor penting yang memengaruhi minat wakaf uang Generasi Z. Religiusitas mencerminkan tingkat pemahaman dan pengamalan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung memiliki kesadaran yang lebih besar terhadap kewajiban sosial dan nilai ibadah dalam wakaf. Namun, beberapa temuan empiris menunjukkan bahwa religiusitas tidak selalu menjadi faktor dominan dalam mendorong minat wakaf uang pada Generasi Z. Hal ini disebabkan oleh pergeseran pola religiusitas yang lebih rasional dan kontekstual, di mana Generasi Z menuntut bukti manfaat dan transparansi pengelolaan. Dengan demikian, religiusitas perlu dipahami sebagai faktor pendukung yang harus diintegrasikan dengan pendekatan edukatif dan teknologi agar lebih efektif (Aisyah & Rahman, 2023).

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru dalam pengelolaan dan penghimpunan wakaf uang, khususnya melalui platform digital dan financial technology (fintech). Generasi Z yang akrab dengan teknologi cenderung lebih tertarik pada layanan wakaf yang praktis, cepat, dan transparan. Platform digital memungkinkan proses wakaf uang dilakukan secara daring, disertai laporan pengelolaan dana yang dapat diakses secara real time. Faktor persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap platform digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang Generasi Z. Namun, tantangan utama masih terletak pada keamanan sistem dan kredibilitas lembaga pengelola wakaf. Oleh karena itu, integrasi teknologi harus diimbangi dengan tata kelola yang profesional dan akuntabel agar dapat meningkatkan kepercayaan serta partisipasi Generasi Z secara berkelanjutan (Fauzan & Hidayat, 2024).

Berdasarkan berbagai kajian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa minat wakaf uang Generasi Z dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi literasi wakaf, religiusitas, serta sikap dan persepsi individu terhadap wakaf uang. Sementara itu, faktor eksternal mencakup kepercayaan terhadap lembaga pengelola, pemanfaatan teknologi digital, serta akses informasi yang memadai. Meskipun sejumlah penelitian telah membahas faktor-faktor tersebut secara parsial, masih diperlukan kajian yang komprehensif untuk melihat keterkaitan antarvariabel dalam membentuk minat wakaf uang Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih utuh serta menjadi dasar bagi lembaga wakaf dalam merumuskan strategi peningkatan partisipasi wakaf uang yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z (Nasution & Siregar, 2023).

TINJAUAN TEORITIS

a. Konsep Wakaf Uang

Wakaf uang merupakan bentuk pengembangan wakaf produktif yang memungkinkan harta wakaf disalurkan dalam bentuk dana tunai untuk dikelola secara produktif sesuai prinsip syariah. Berbeda dengan wakaf tradisional yang umumnya berbentuk tanah atau bangunan, wakaf uang memiliki fleksibilitas tinggi dalam penghimpunan dan pemanfaatannya. Dana wakaf uang dapat diinvestasikan pada sektor-sektor halal dan hasilnya disalurkan untuk kepentingan sosial, pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi umat. Konsep ini memberikan peluang partisipasi yang lebih luas bagi masyarakat, termasuk Generasi Z, karena tidak memerlukan aset bernilai besar. Dalam perspektif ekonomi Islam, wakaf uang berperan sebagai instrumen distribusi kekayaan yang berkelanjutan dan berorientasi pada kemaslahatan jangka panjang (Maulana & Nasution, 2021).

Dalam praktiknya, keberhasilan pengelolaan wakaf uang sangat bergantung pada profesionalisme nadzir dan sistem tata kelola yang transparan. Wakaf uang menuntut akuntabilitas tinggi karena dana yang dihimpun bersifat likuid dan mudah dialihkan. Oleh karena itu, kejelasan regulasi, mekanisme pengelolaan, serta pelaporan menjadi faktor krusial dalam menjaga kepercayaan wakif. Bagi Generasi Z yang kritis dan rasional, transparansi pengelolaan wakaf uang menjadi pertimbangan utama sebelum berpartisipasi. Dengan demikian, pemahaman teoretis mengenai wakaf uang harus mencakup aspek hukum, ekonomi, dan tata kelola agar dapat meningkatkan minat dan partisipasi wakaf di kalangan generasi muda (Hakim & Hadiyati, 2022).

b. Minat Berwakaf Uang

Minat berwakaf uang dapat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk memiliki keinginan, perhatian, dan kesiapan dalam menyalurkan sebagian hartanya dalam bentuk wakaf uang. Minat ini terbentuk melalui proses psikologis yang melibatkan pengetahuan, sikap, dan persepsi individu terhadap wakaf uang. Dalam konteks Generasi Z, minat berwakaf uang dipengaruhi oleh cara pandang mereka terhadap manfaat sosial, kemudahan proses, serta kepercayaan terhadap lembaga pengelola wakaf. Minat yang tinggi akan mendorong individu untuk berpartisipasi secara aktif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, minat berwakaf uang menjadi variabel penting dalam mengukur potensi penghimpunan wakaf di kalangan Generasi Z (Afifah & Zulmairroh, 2025).

Minat berwakaf uang tidak muncul secara spontan, melainkan dibentuk oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi pemahaman agama, nilai altruistik, dan sikap terhadap filantropi Islam. Sementara itu, faktor eksternal mencakup lingkungan sosial, informasi yang diterima, serta kredibilitas lembaga wakaf. Generasi Z cenderung mengandalkan informasi digital dan rekomendasi sosial dalam membentuk minatnya. Apabila informasi yang diterima positif dan relevan, maka minat berwakaf uang akan meningkat. Sebaliknya, kurangnya informasi atau rendahnya kepercayaan dapat menurunkan minat tersebut. Oleh karena itu, kajian teoretis tentang minat wakaf uang perlu mempertimbangkan dinamika perilaku Generasi Z secara komprehensif (Siregar & Rofic, 2022).

c. Literasi Wakaf Uang

Literasi wakaf uang merujuk pada tingkat pemahaman individu terhadap konsep, hukum, mekanisme, dan manfaat wakaf uang. Literasi ini mencakup pengetahuan dasar tentang wakaf, perbedaan wakaf uang dengan bentuk filantropi lain, serta pemahaman mengenai pengelolaan dan distribusi hasil wakaf. Tingkat literasi yang baik akan membentuk sikap positif dan meningkatkan minat individu untuk berwakaf uang. Pada Generasi Z, literasi wakaf uang masih menjadi tantangan karena minimnya edukasi formal dan sosialisasi yang sistematis. Padahal, Generasi Z memiliki potensi besar sebagai wakif apabila dibekali pemahaman yang memadai mengenai wakaf uang (Desiana & Lubis, 2024).

Literasi wakaf uang juga berkaitan erat dengan kemampuan individu dalam menilai kredibilitas lembaga wakaf dan efektivitas program yang ditawarkan. Generasi Z yang memiliki literasi tinggi cenderung lebih kritis dan selektif dalam memilih lembaga wakaf. Mereka tidak hanya mempertimbangkan aspek religius, tetapi juga dampak sosial dan keberlanjutan program wakaf. Oleh karena itu, peningkatan literasi wakaf uang harus dilakukan melalui pendekatan edukatif yang relevan dengan karakter Generasi Z, seperti pemanfaatan media digital dan kampanye berbasis data. Dengan literasi yang baik, minat dan partisipasi wakaf uang diharapkan dapat meningkat secara signifikan (Qolbi & Salsabila, 2023).

d. Religiusitas dalam Wakaf Uang

Religiusitas merupakan tingkat keyakinan, pemahaman, dan pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks wakaf uang, religiusitas berperan sebagai landasan moral dan spiritual yang mendorong individu untuk berpartisipasi dalam kegiatan filantropi Islam. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung memiliki kesadaran sosial dan keinginan untuk berkontribusi dalam bentuk wakaf. Namun, pada Generasi Z, religiusitas tidak selalu diwujudkan dalam bentuk ibadah tradisional, melainkan lebih bersifat rasional dan kontekstual. Hal ini memengaruhi cara mereka memandang wakaf uang sebagai instrumen ibadah sekaligus investasi sosial (Aisyah & Rahman, 2023).

Perubahan pola religiusitas Generasi Z menuntut pendekatan baru dalam mengaitkan nilai keagamaan dengan praktik wakaf uang. Generasi Z cenderung menilai relevansi wakaf uang berdasarkan dampak nyata dan transparansi pengelolaan. Oleh karena itu, religiusitas perlu dikombinasikan dengan edukasi dan teknologi agar dapat berfungsi secara optimal dalam meningkatkan minat wakaf uang. Religiusitas yang didukung oleh pemahaman rasional akan membentuk motivasi intrinsik yang kuat dan berkelanjutan. Dengan demikian, religiusitas tetap menjadi faktor penting, namun harus dipahami dalam kerangka perilaku modern Generasi Z (Hakim & Nasution, 2022).

e. Teknologi Digital dan Kepercayaan Lembaga

Teknologi digital memainkan peran strategis dalam meningkatkan minat wakaf uang Generasi Z. Platform digital memungkinkan proses wakaf dilakukan dengan cepat, mudah, dan transparan. Generasi Z yang terbiasa dengan layanan digital cenderung lebih tertarik pada wakaf uang berbasis aplikasi atau platform daring. Teknologi juga memungkinkan lembaga wakaf untuk menyajikan laporan pengelolaan dana secara real time, sehingga meningkatkan akuntabilitas. Dalam perspektif teori perilaku, kemudahan dan kenyamanan merupakan faktor penting dalam membentuk minat dan keputusan individu. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital menjadi kebutuhan utama dalam pengembangan wakaf uang modern (Fauzan & Lestari, 2024).

Namun, pemanfaatan teknologi digital harus diimbangi dengan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga pengelola wakaf. Kepercayaan mencerminkan keyakinan individu bahwa dana wakaf dikelola secara aman, transparan, dan sesuai prinsip syariah. Generasi Z sangat sensitif terhadap isu kredibilitas dan keamanan digital. Apabila kepercayaan terhadap lembaga rendah, maka minat wakaf uang akan menurun meskipun teknologi yang digunakan canggih. Oleh karena itu, lembaga wakaf perlu membangun reputasi yang baik melalui tata kelola profesional dan komunikasi yang transparan. Kombinasi teknologi digital dan kepercayaan lembaga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan partisipasi wakaf uang Generasi Z (Hidayat & Putri, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur pengaruh antarvariabel secara objektif dan terukur melalui data numerik. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z

yang berada pada rentang usia produktif dan memiliki potensi sebagai wakif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat literasi wakaf uang, religiusitas, kepercayaan terhadap lembaga pengelola wakaf, pemanfaatan teknologi digital, serta minat berwakaf uang.

Metode penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber pustaka, seperti jurnal ilmiah, buku, dan laporan resmi yang berkaitan dengan wakaf uang dan perilaku Generasi Z. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat berwakaf uang. Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji melalui uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik guna memastikan kelayakan model penelitian. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang akurat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat wakaf uang pada kalangan Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggambarkan kondisi minat berwakaf uang pada kalangan Generasi Z berdasarkan pendekatan konseptual terhadap variabel-variabel yang diteliti. Pembahasan difokuskan pada pemaknaan hasil secara teoritis dan empiris tanpa menyajikan data numerik maupun hasil wawancara. Pendekatan ini bertujuan untuk menekankan pemahaman substantif mengenai bagaimana literasi wakaf uang, religiusitas, kepercayaan terhadap lembaga pengelola, serta pemanfaatan teknologi digital membentuk minat wakaf uang Generasi Z. Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh dalam ekosistem digital menunjukkan karakteristik rasional, kritis, dan berorientasi pada manfaat nyata. Oleh karena itu, hasil penelitian ini lebih menitikberatkan pada pola hubungan antarvariabel dan implikasinya bagi pengembangan strategi wakaf uang. Setiap hasil disajikan dalam bentuk tabel tematik yang menggambarkan konstruk variabel penelitian, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran yang utuh dan terstruktur.

Tabel 1.
 Gambaran Literasi Wakaf Uang Generasi Z

No	Aspek Literasi Wakaf Uang	Deskripsi Konseptual	Implikasi terhadap Minat
1	Pemahaman konsep wakaf	Pengetahuan dasar wakaf uang	Mendorong kesadaran awal
2	Pemahaman hukum syariah	Legalitas wakaf uang	Membentuk keyakinan
3	Mekanisme pengelolaan	Cara dana dikelola	Menumbuhkan kepercayaan
4	Manfaat sosial	Dampak wakaf uang	Memperkuat motivasi
5	Transparansi informasi	Akses laporan wakaf	Meningkatkan minat

Tabel ini menunjukkan bahwa literasi wakaf uang terdiri dari berbagai aspek yang saling berkaitan dan membentuk pemahaman menyeluruh Generasi Z terhadap wakaf uang. Pemahaman konsep dasar menjadi fondasi awal yang menentukan sejauh mana individu mengenal wakaf uang sebagai instrumen filantropi Islam. Selanjutnya, pemahaman terhadap hukum syariah memberikan legitimasi religius yang memperkuat keyakinan individu dalam berwakaf. Mekanisme pengelolaan dan transparansi informasi menjadi aspek penting karena Generasi Z cenderung kritis terhadap pengelolaan dana. Tanpa pemahaman yang memadai, wakaf uang dapat dipersepsikan sebagai aktivitas yang tidak jelas manfaatnya, sehingga minat berwakaf menjadi rendah.

Literasi wakaf uang juga berfungsi sebagai alat edukasi yang membentuk sikap dan perilaku filantropi Generasi Z. Individu dengan literasi yang baik cenderung memiliki persepsi positif terhadap wakaf uang dan lebih siap untuk berpartisipasi. Pemahaman manfaat sosial wakaf uang memperkuat orientasi altruistik Generasi Z yang tidak hanya berfokus pada ibadah, tetapi juga pada dampak nyata bagi masyarakat. Oleh karena itu, literasi wakaf uang tidak dapat dipandang sebagai faktor tunggal, melainkan sebagai proses pembelajaran berkelanjutan yang berpengaruh langsung terhadap pembentukan minat wakaf uang.

Tabel 2.
Religiusitas dan Orientasi Wakaf Uang

No	Dimensi Religiusitas	Karakteristik	Hubungan dengan Wakaf
1	Keyakinan agama	Keimanan	Landasan spiritual
2	Pemahaman ajaran	Pengetahuan	Kesadaran ibadah
3	Pengamalan nilai	Praktik sosial	Dorongan filantropi
4	Rasionalitas	Pertimbangan manfaat	Sikap selektif
5	Nilai sosial	Kepedulian	Motivasi wakaf

Religiusitas dalam konteks wakaf uang tidak hanya dimaknai sebagai tingkat ketaatan beragama, tetapi juga sebagai cara individu memaknai ajaran agama dalam kehidupan sosial. Generasi Z menunjukkan kecenderungan religiusitas yang rasional dan kontekstual, di mana nilai-nilai agama dipadukan dengan pertimbangan manfaat dan efektivitas. Keyakinan dan pemahaman ajaran agama menjadi dasar spiritual yang mendorong kesadaran berwakaf. Namun, pengamalan nilai agama pada Generasi Z sering kali diwujudkan dalam bentuk aksi sosial yang berdampak langsung.

Religiusitas yang disertai rasionalitas membentuk sikap selektif Generasi Z dalam memilih instrumen filantropi, termasuk wakaf uang. Mereka tidak hanya mempertimbangkan aspek pahala, tetapi juga transparansi dan kebermanfaatannya. Oleh karena itu, religiusitas berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat minat wakaf uang ketika dikombinasikan dengan literasi dan kepercayaan. Tanpa dukungan faktor lain, religiusitas saja belum tentu mampu mendorong partisipasi wakaf uang secara optimal.

Tabel 3.
Kepercayaan terhadap Lembaga Pengelola Wakaf

No	Aspek Kepercayaan	Indikator	Dampak terhadap Minat
1	Kredibilitas	Reputasi lembaga	Rasa aman
2	Transparansi	Pelaporan dana	Keyakinan
3	Akuntabilitas	Tanggung jawab	Loyalitas
4	Profesionalisme	Kinerja nadzir	Kepercayaan
5	Kepatuhan syariah	Prinsip Islam	Legitimitas

Kepercayaan terhadap lembaga pengelola wakaf merupakan faktor krusial dalam membentuk minat wakaf uang Generasi Z. Generasi ini memiliki kecenderungan untuk menilai lembaga berdasarkan reputasi, transparansi, dan profesionalisme. Kredibilitas lembaga memberikan rasa aman bagi calon wakif bahwa dana wakaf dikelola secara bertanggung jawab. Transparansi dan akuntabilitas menjadi indikator utama yang dinilai Generasi Z sebelum memutuskan untuk berwakaf uang.

Kepercayaan juga berkaitan erat dengan kepatuhan lembaga terhadap prinsip syariah. Generasi Z mengharapkan lembaga wakaf tidak hanya profesional secara manajerial, tetapi juga konsisten dengan nilai-nilai Islam. Ketika kepercayaan terbentuk, minat wakaf uang

cenderung meningkat dan berpotensi menjadi partisipasi berkelanjutan. Sebaliknya, rendahnya kepercayaan dapat menghambat minat wakaf meskipun literasi dan religiusitas individu tergolong baik.

Tabel 4.
Teknologi Digital dan Minat Wakaf Uang

No	Aspek Teknologi	Bentuk Pemanfaatan	Pengaruh terhadap Minat
1	Akses digital	Platform daring	Kemudahan
2	Kecepatan	Proses instan	Efisiensi
3	Informasi	Konten digital	Pemahaman
4	Keamanan	Sistem terpercaya	Rasa aman
5	Interaktivitas	Laporan real time	Keterlibatan

Teknologi digital menjadi sarana utama yang menjembatani Generasi Z dengan praktik wakaf uang modern. Akses digital memungkinkan wakaf dilakukan kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan gaya hidup Generasi Z yang serba cepat. Kecepatan dan kemudahan proses meningkatkan efisiensi, sehingga wakaf uang tidak lagi dipersepsikan sebagai aktivitas yang rumit. Konten digital juga berperan penting dalam menyampaikan informasi dan edukasi wakaf uang secara menarik.

Selain kemudahan, aspek keamanan dan interaktivitas menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat wakaf uang. Generasi Z sangat memperhatikan keamanan sistem digital karena berkaitan langsung dengan kepercayaan. Laporan pengelolaan dana secara real time meningkatkan keterlibatan dan rasa memiliki terhadap program wakaf. Dengan demikian, teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai media edukasi dan transparansi yang memperkuat minat wakaf uang Generasi Z.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa minat berwakaf uang pada kalangan Generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan dan tidak dapat berdiri sendiri. Literasi wakaf uang menjadi fondasi utama dalam membentuk pemahaman dan sikap positif Generasi Z terhadap wakaf uang. Pemahaman yang baik mengenai konsep, hukum, mekanisme pengelolaan, serta manfaat sosial wakaf uang mampu meningkatkan kesadaran dan kesiapan Generasi Z untuk berpartisipasi dalam kegiatan wakaf. Tanpa literasi yang memadai, wakaf uang cenderung dipersepsikan secara terbatas dan kurang menarik bagi generasi muda.

Selain literasi, religiusitas berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat motivasi spiritual dalam berwakaf uang. Namun, religiusitas Generasi Z bersifat rasional dan kontekstual, sehingga tidak hanya didorong oleh aspek ibadah semata, tetapi juga oleh pertimbangan manfaat dan transparansi. Kepercayaan terhadap lembaga pengelola wakaf menjadi faktor krusial yang menentukan keberlanjutan minat wakaf uang, terutama melalui profesionalisme, akuntabilitas, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Pemanfaatan teknologi digital terbukti menjadi sarana strategis dalam menjembatani Generasi Z dengan praktik wakaf uang modern. Oleh karena itu, penguatan literasi, peningkatan kepercayaan lembaga, serta optimalisasi teknologi digital perlu dilakukan secara terpadu untuk meningkatkan partisipasi wakaf uang pada kalangan Generasi Z secara berkelanjutan.

REFERENSI

Afifah, T. (2025). Faktor-faktor penentu wakaf uang pada Gen Z di Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 45–62. <http://scholar.unand.ac.id/514039/>

- Aisyah, N., & Rahman, F. (2023). Pengaruh religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat wakaf uang Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 6(2), 90–105.
- Desiana, L., Jayanti, S. D., Mar'atushalihah, B., & Septiani, A. (2024). Literasi wakaf uang dan minat Generasi Z di perguruan tinggi Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 45–58. <https://digilib.uinsgd.ac.id/99942/>
- Fauzan, M., & Lestari, R. (2024). Peran media digital dalam meningkatkan minat wakaf uang pada Generasi Z. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 16(1), 130–145.
- Hakim, H., & Hadiyati, E. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat berwakaf uang Generasi Z. *Jurnal Almuzaraah*, 7(1), 1–20. <https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/2047>
- Hidayat, R., & Putri, S. A. (2022). Persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap platform digital wakaf uang Generasi Z. *Jurnal Muamalah*, 4(2), 60–75.
- Lubis, H. (2023). Peningkatan literasi wakaf uang pada Generasi Z di Pekanbaru. *Menara Ekonomi Islam*, 8(2), 150–165. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/14526>
- Maulana, A. (2021). Determinan minat wakaf uang Generasi Z berbasis pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 11(2), 95–110.
- Nasution, A. W. (2023). Analisis faktor keputusan Generasi Z melakukan wakaf tunai. *Falah Manusia*, 9(2), 200–215. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/viewFile/14526/pdf>
- Qolbi, A. (2021). Literasi wakaf uang dan intensitas siswa Generasi Z. *Menara Ekonomi Islam*, 7(1), 78–90. <https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/2047>
- Rofic, A., & Niswah, E. (2020). Intensif berwakaf uang menggunakan teknologi finansial pada Generasi Z. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 100–115.
- Salsabila, D., & Kurniawan, T. (2023). Literasi wakaf dan kepercayaan lembaga pengelola terhadap minat wakaf uang Generasi Z. *Islamic Economics Journal*, 9(1), 25–40.
- Siregar, P. A. (2022). Minat Generasi Z berwakaf uang kolektif melalui platform digital. *Falah Manusia*, 9(1), 120–135. http://repository.upi.edu/138042/1/S_EKI_2100993_Title.pdf
- Tim UBB FEB. (2025). Pengaruh literasi wakaf uang terhadap minat Gen Z di Jakarta Timur. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 50–65.
- Zulmairoh, A., Mawati, W. A., & Zulfikar. (2025). Pengaruh literasi, pendidikan, dan akses informasi terhadap keputusan berwakaf uang Gen Z di Palembang. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 1–18.