

Analisis Faktor yang Memengaruhi Masyarakat Surabaya Berwakaf Uang di Lembaga Pengelola Wakaf

Raja Surya Kusuma Riyadi¹, Ika Khusnia Anggraini²

^{1,2} Universitas Brawijaya, Kota Malang, Jawa Timur

Corresponding author: rsurya03@student.ub.ac.id

Abstract: *As time goes by, waqf continues to experience development with the presence of cash waqf in Indonesia. The potential of cash waqf is enormous, but its realization is still far away. This is caused by several factors that have not been optimal, including literacy, good governance, promotion, religiosity, and convenience. The research method used is a quantitative descriptive method by distributing questionnaires to the people of Surabaya who have interacted with waqf management institutions, including Lembaga Manajemen Infaq, Yayasan Dana Sosial Al Falah, Dompet Dhuafa, LAZIS Nurul Falah, and LAZNAS Nurul Hayat using a convenience sampling technique with sample calculation using Bernoulli as many as 96 respondents. The analysis was carried out with multiple linear regression and it was found that the variables of literacy, good governance, and convenience had a significant effect, while the promotion and religiosity variables showed no significant effect on the decision of the people of Surabaya to endow waqf money in waqf management institutions.*

Keywords: *Cash Waqf, Literacy, Good Governance, Promotion, Religiosity, Convenience, Decision to Endow Cash Waqf*

Abstrak: Seiring berkembangnya masa, wakaf terus mengalami perkembangan dengan hadirnya wakaf uang di Indonesia. Potensi dari wakaf uang sangatlah besar, namun realisasinya masih sangat jauh. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang belum optimal, antara lain literasi, *good governance*, promosi, religiusitas, dan kemudahan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Surabaya yang pernah berinteraksi di lembaga pengelola wakaf, antara lain Lembaga Manajemen Infaq, Yayasan Dana Sosial Al Falah, Dompet Dhuafa, LAZIS Nurul Falah, dan LAZNAS Nurul Hayat menggunakan teknik *convenience sampling* dengan perhitungan sampel menggunakan Bernoulli sebanyak 96 responden. Analisis dilakukan dengan regresi linear berganda dan didapatkan bahwa variabel literasi, *good governance*, dan kemudahan berpengaruh signifikan, sedangkan variabel promosi dan religiusitas menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat Surabaya berwakaf uang di lembaga pengelola wakaf.

Kata Kunci : Wakaf Uang, *Good Governance*, Promosi, Literasi, Kemudahan, Religiusitas, Keputusan Berwakaf Uang

PENDAHULUAN

Wakaf berasal dari kata *waqafa* yang memiliki arti menahan, berhenti, dan tidak dipindahkan (Rahman & Kadir, 2022). Menurut Kahf (2006) didalam bukunya yang berjudul Wakaf Islam (Sejarah, Pengelolaan, dan Pengembangannya), wakaf merupakan menahan harta untung jangka yang panjang atau pendek atas suatu harta untuk dimanfaatkan secara berulang-ulang baik harta itu sendiri atau hasilnya untuk kebaikan publik maupun khusus. Wakaf merupakan salah satu instrumen filantropi yang memiliki peran mengatasi berbagai permasalahan sosial ekonomi masyarakat, seperti masalah kemiskinan dan pengangguran (Miftakhuddin et al., 2021). Wakaf menjadi salah satu bentuk tanggung jawab *wakif* (orang yang berwakaf) untuk membantu *mauquf 'alaiah* (orang yang berhak menerima bantuan) yang harapannya dapat memberikan efek berganda atau *multiplier effect* (Ilyas, 2017). Efek berganda tersebut dapat difungsikan sebagai fungsi ibadah yaitu pahala yang akan terus mengalir untuk bekal kehidupan kelak dan fungsi sosial yaitu dapat mendorong pembangunan umat pada berbagai aspek kehidupan (Wahyuni, 2019). Salah satu implementasi wakaf telah ada sejak 1.400 abad yang lalu, ketika Jazirah Arab sedang mengalami kekeringan sehingga membuat persediaan air habis (Susetyo & Suheni, 2022). Namun demikian, terdapat satu sumur yang tersedia air yaitu sumur Raumah milik seorang Yahudi, kemudian dibeli oleh Sahabat Utsman Bin Affan dan kemudian diperuntukkan kepada semua umat di sana (Susetyo & Suheni, 2022).

Seiring berjalannya waktu, wakaf di Indonesia terus mengalami perkembangan (Pimada et al., 2022). Hal ini dapat dilihat dari data wakaf harta tak bergerak pada tanah yang mencapai 134.237 lokasi dengan luas tanah rata-rata 1063,53 m² dan total 111.481.173 m² (Badan Wakaf Indonesia, 2019). Namun demikian, wakaf di Indonesia tidak hanya sebatas wakaf tanah saja, tetapi juga terdapat dalam bentuk wakaf harta bergerak, salah satunya adalah wakaf uang (Wahyuni, 2019). Wakaf uang merupakan wakaf yang implementasinya menggunakan uang yang akan dikelola oleh lembaga pengelola wakaf dan selanjutnya akan diinvestasikan dalam bentuk modal usaha yang diterapkan pada berbagai sektor usaha produktif serta halal (Yuliafitri & Rivaldi, 2017). Hasil usaha produktif tersebut, kemudian dialokasikan kepada *nadzir* sebesar 10% sebagai biaya pengelola dan kepada *mauquf 'alaiah* sebesar 90% (Fadlil et al., 2022). Wakaf uang mulai diakui di Indonesia pada 1 Mei 2002

dengan dikeluarkannya Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan kemudian dipatenkan pada UU No. 41 Tahun 2004 (Fahrurroji, 2019).

Dalam perkembangannya, jumlah wakaf uang yang terkumpul hingga Januari 2021 mencapai Rp 819,36 miliar dengan rincian berbasis proyek sebesar Rp238,83 miliar dan nonproyek sebesar Rp 580,53 miliar (Badan Wakaf Indonesia, 2021). Capaian tersebut nyatanya masih cukup jauh dari potensi wakaf uang oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) yang sebesar Rp 180 triliun (KNKS, 2019). Padahal, apabila diasumsikan sebanyak 20 juta muslim Indonesia berwakaf uang sebesar Rp 1 juta/tahun, maka untuk mencapai potensi BWI tersebut, membutuhkan kurang lebih 180 juta penduduk muslim atau sebanyak 75,78% dari total populasi muslim Indonesia sebesar 237.53 juta jiwa per 31 Desember 2021 (Bayu, 2022).

Jauhnya penerimaan wakaf uang dengan potensi tersebut disebabkan karena masyarakat hanya mengetahui wakaf hanya sebatas wakaf tanah saja yang membutuhkan prosedur yang cukup sulit serta membutuhkan dana yang lebih besar karena harga tanah yang tentu mahal (Putra, 2017). Padahal, seandainya masyarakat memiliki literasi tersebut, maka dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat serta meningkatkan minat masyarakat untuk berwakaf uang (Ismawati & Anwar, 2019). Literasi wakaf uang dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk membaca, memahami, dan memperoleh data tentang wakaf uang sehingga kesadaran masyarakat semakin meningkat (Nasution, 2022). Hal ini sesuai pada penelitian Nastiti & Anggraini (2022), bahwa terdapat hubungan antara literasi wakaf uang dengan keputusan masyarakat berwakaf uang.

Adapun salah satu cara untuk mendukung peningkatan literasi tersebut, salah satunya melakukan promosi oleh lembaga pengelola wakaf. Promosi menjadi peranan penting serta citra kinerja dari suatu perusahaan dalam mempengaruhi masyarakat dalam berwakaf uang (Yuliafitri & Rivaldi, 2017). Menurut Bendahara Badan Wakaf Indonesia, Prof. Dr. Suparman, promosi memiliki tujuan untuk memberitahukan, mengingatkan, menyadarkan, mendorong, dan memotivasi konsumen untuk berwakaf uang di lembaga filantropi islam yang menaungi dana wakaf (Yuliafitri & Rivaldi, 2017). Namun demikian, promosi wakaf uang yang dilakukan oleh lembaga pengelola wakaf saat ini masih belum maksimal karena masih ada lembaga yang belum mengenalkan produk wakaf uang atau memasarkannya secara langsung kepada nasabah (Yuliafitri & Rivaldi, 2017). Apabila lembaga mampu melakukan

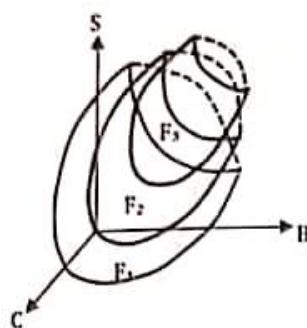
promosi dengan optimal, maka literasi masyarakat mengenai pengetahuan dasar, seperti definisi syarat, dan rukun, serta pengetahuan lanjutan, seperti regulasi, mekanisme, dan dampak/efek wakaf uang akan meningkat. Persepsi masyarakat yang mengatakan bahwa dalam berwakaf pada jenis harta apapun selalu membutuhkan biaya yang banyak serta prosedur yang rumit pun akan semakin berkurang karena informasi yang diberikan dari lembaga bahwa dalam berwakaf uang itu tidak membutuhkan biaya yang banyak dan prosedurnya pun sangat mudah.

Selain permasalahan di atas, dalam mengelola wakaf uang tentu diperlukan tata kelola lembaga yang baik (Nasution, 2021). Tata kelola yang baik atau *good governance* merupakan konsep pengelolaan suatu lembaga yang dikatakan baik apabila menerapkan prinsip keterbukaan, akuntabilitas, pertanggungjawaban, independensi, dan keadilan. Dalam penelitian (Yuliafitri & Rivaldi, 2017), menyebutkan bahwa tata kelola lembaga wakaf saat ini masih dihadapi beberapa masalah, antara lain *wakif* yang tidak aktif dalam menyalurkan atau hanya membayar sesekali, adanya keterlambatan atau bahkan tidak ada penyampaian informasi kepada *wakif*, lembaga tidak memiliki informasi perhitungan karena tidak tersedia di PSAK, dan lain sebagainya. Apabila tata kelola tersebut dapat berjalan sesuai prinsipnya, tentu masyarakat akan menjadi yakin bahwa uang yang akan diwakafkan tersebut dapat disalurkan dengan tepat (Yuliafitri & Rivaldi, 2017). Hal tersebut sesuai dengan teori *stewardship* yaitu konsep kepercayaan antara pemilik sumber daya (*principal*) kepada pengelola sumber daya (*steward*) atau pada wakaf uang, *wakif* sebagai pemilih sumber dayanya berupa uang dan *nadzir* sebagai lembaga wakaf yang mengelola uang tersebut yang dimanfaatkan untuk kemaslahatan umat.

Terakhir, faktor religiusitas juga memiliki peran yang cukup besar dalam mewujudkan masyarakat untuk berwakaf uang. Menurut Stark dan Glock (1994) di dalam bukunya yang berjudul *Religion and Society Intension* (Rahmah, 2019), religiusitas merupakan kepercayaan kodrat yang terdapat penghayatan di dalam kehidupan sehari-hari. Dalam islam, religiusitas menunjukkan bentuk kepercayaan serta keshalehan kepada Allah SWT. yang meliputi dimensi jasmani dan rohani, akidah dan ritual, fikih dan zikir, akhlak, penghayatan dan pengamalan, individual dan kemasyarakatan, serta dunia dan akhirat (Rahmah, 2019). Pada penelitian Nasution (2022), menyebutkan bahwa semakin tinggi semangat beragama dan

keshalehan dalam beribadah, semakin tinggi pula kesadaran *wakif* dalam mengeluarkan harta untuk kemaslahatan umat salah satunya dengan berwakaf uang.

Dari faktor-faktor yang telah disebutkan, yaitu literasi, *good governance*, promosi, religiusitas, dan persepsi kemudahan, memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain sehingga apabila seluruh faktor dapat dioptimalkan, maka akan membuat masyarakat ingin dan memutuskan untuk berwakaf uang. Di dalam (Nastiti & Anggraini, 2022), keputusan berwakaf uang merupakan proses berpikirnya seseorang untuk menetapkan pilihan terbaik dalam berwakaf uang. Proses menetapkan pilihan tersebut menggunakan tahapan pengambilan keputusan oleh Kotler (2002), antara lain kebutuhan yang sedang dirasakan, kegiatan pra pembelian, perilaku saat pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Prawira, 2021). Pengambilan keputusan masyarakat dalam berwakaf uang sesuai dengan teori perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi islam yaitu konsumen telah mencapai maksimum apabila salah satunya telah menggunakan pendapatannya untuk beramal saleh sebagai penyeimbang kehidupan antara dunia dan akhirat (Subagiyo, 2016; Dewi & Hidayat, 2020). Menurut Kahf (1992) di dalam buku (Hoetoro, 2018), pada kurva indiferen konsumen muslim, apabila kombinasi S yaitu tabungan, B adalah belanja amal, dan C adalah konsumsi, menunjukkan kurva yang semakin tinggi, maka semakin tinggi falah yang diperoleh oleh seseorang, yaitu $F_3 > F_2 > F_1$. Kurva indiferen konsumen muslim dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 1 Kurva Indiferen Konsumen Muslim
Sumber: Kahf (1992) di dalam buku (Hoetoro, 2018)

Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang serupa, antara lain penelitian (Yuliafitri & Rivaldi, 2017), (Rahmah, 2019), (Pertiwi, 2020), (Cupian & Najmi, 2020), (Nasution, 2022), dan (Nastiti & Anggraini, 2022). Pembeda penelitian tersebut dengan penelitian ini terdapat pada variabel terikat. Variabel terikat pada penelitian

sebelumnya menggunakan variabel persepsi, minat, atau keputusan masyarakat non Surabaya. Sementara itu, pada penelitian ini, variabel terikat yang digunakan yaitu variabel keputusan masyarakat Surabaya. Adapun alasan peneliti memilih masyarakat Surabaya sebagai subjek penelitian adalah karena Surabaya merupakan kota terbesar di Indonesia, namun berdasarkan Kementerian Agama Kota Surabaya tahun 2018, jumlah orang yang berwakaf uang hanya sebanyak 30 orang dengan penerimaan yang terkumpul sekitar Rp13.050.000 (Ismawati & Anwar, 2019). Selain alasan tersebut, berdasarkan penelitian (Ekawaty & Muda, 2015), menyebutkan sebesar 50% lebih masyarakat Surabaya tidak memahami wakaf uang karena lebih mengenal wakaf pada harta tidak bergerak, seperti tanah, pesantren, dll.

Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian mengenai “Analisis faktor yang memengaruhi masyarakat Surabaya berwakaf uang di lembaga pengelola wakaf”, agar dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi lembaga pengelola wakaf dalam mengembangkan wakaf uang.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan sumber data berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner menggunakan *google form* kepada lembaga pengelola wakaf dengan kriteria yang telah ditentukan. Kuesioner tersebut berisikan beberapa pernyataan dari setiap indikator variabel menggunakan skala likert dengan gradien satu sampai lima yaitu sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Setelah itu, data diolah menggunakan regresi linear berganda menggunakan *software* SPSS 23. Sementara itu, pada data sekunder diperoleh melalui pencarian informasi dari jurnal berakreditasi dan buku.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim yang berdomisili di Surabaya serta pernah berinteraksi dengan lembaga pengelola wakaf, antara lain Lembaga Manajemen Infak (LMI), Yayasan Dana Sosial Al-Falah (YDSF), Dompet Dhuafa, LAZIS Nurul Falah, dan LAZNAS Nurul Hayat. Pada penentuan sampel, peneliti menggunakan teknik *convenience sampling* dengan perhitungan menurut Bernoulli karena tidak diketahui secara pasti jumlah populasi yang tersedia pada waktu yang terbatas, sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 96 responden.

Setelah mendapatkan sampel tersebut, dilakukan analisis regresi linear berganda dengan tahapan: transformasi data kuesioner yang berskala ordinal menjadi interval menggunakan *Method Successive Interval* (MSI), uji kualitas data dengan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik dengan uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji normalitas, interpretasi skala likert, uji hipotesis dengan uji t dan uji f, dan uji koefisien determinan (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada responden kepada Lembaga Manajemen Infaq (LMI), Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF), Dompet Dhuafa, LAZNAS Nurul Hayat, dan LAZIS Nurul Falah yang berjumlah 96 orang, didapatkan karakteristik responden sebagai berikut.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Mengetahui wakaf uang	Ya	88	91.7%
	Tidak	8	8.3%
Pernah berinteraksi	Berwakaf Uang	15	15.5%
	Membayar ZIS	32	33.0%
	Bermitra	3	3.0%
	Menerima ZISWAF	7	7.2%
	Mengikuti Sosialisasi	7	7.2%
	Mengikuti Magang	15	15.5%
Jenis kelamin	Dll	18	18.6%
	Laki-Laki	45	46.9%
Usia	Perempuan	51	53.1%
	< 20	14	14.6%
	20-25	44	45.8%
	26-30	15	15.6%
	31-40	10	10.5%
Pekerjaan	40 >	13	13.5%
	Mahasiswa	52	54.2%
	PNS	1	1.0%
	Karyawan Swasta	33	34.4%
	IRT	3	3.1%
	Wiraswasta	4	4.2%
	Dll	3	3.1%

Sumber: Data Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas, bahwa sebanyak 51 responden berjenis kelamin perempuan, didominasi 88 responden yang mengetahui wakaf uang dan sebanyak 32 responden yang

pernah berinteraksi dengan membayar ZIS di lembaga pengelola wakaf. Selanjutnya, rata-rata yang mengisi kuesioner ini memiliki usia 20-25 tahun sebanyak 44 responden dengan dominasi pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 52 responden.

Selanjutnya, dilakukan uji validitas dan uji reabilitas dengan didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	r_{tabel}	r_{hitung}	Sig.hitung	Sig.tabel	Keterangan	
Literasi (X1)	L.1	0.199	0.726	0.05	0.00	Valid
	L.2	0.199	0.748	0.05	0.00	Valid
	L.3	0.199	0.772	0.05	0.00	Valid
	L.4	0.199	0.720	0.05	0.00	Valid
	L.5	0.199	0.734	0.05	0.00	Valid
	L.6	0.199	0.714	0.05	0.00	Valid
	L.7	0.199	0.730	0.05	0.00	Valid
Good Governance (X2)	G.1	0.199	0.852	0.05	0.00	Valid
	G.2	0.199	0.915	0.05	0.00	Valid
	G.3	0.199	0.894	0.05	0.00	Valid
	G.4	0.199	0.905	0.05	0.00	Valid
	G.5	0.199	0.895	0.05	0.00	Valid
Promosi (X3)	P.1	0.199	0.729	0.05	0.00	Valid
	P.2	0.199	0.783	0.05	0.00	Valid
	P.3	0.199	0.760	0.05	0.00	Valid
	P.4	0.199	0.746	0.05	0.00	Valid
	P.5	0.199	0.832	0.05	0.00	Valid
	P.6	0.199	0.771	0.05	0.00	Valid
	P.7	0.199	0.736	0.05	0.00	Valid
Religiusitas (X4)	R.1	0.199	0.514	0.05	0.00	Valid
	R.2	0.199	0.675	0.05	0.00	Valid
	R.3	0.199	0.680	0.05	0.00	Valid
	R.4	0.199	0.794	0.05	0.00	Valid
	R.5	0.199	0.614	0.05	0.00	Valid
	R.6	0.199	0.734	0.05	0.00	Valid
	R.7	0.199	0.750	0.05	0.00	Valid
Kemudahan (X5)	K.1	0.199	0.803	0.05	0.00	Valid
	K.2	0.199	0.830	0.05	0.00	Valid
	K.3	0.199	0.832	0.05	0.00	Valid
	K.4	0.199	0.875	0.05	0.00	Valid
	K.5	0.199	0.854	0.05	0.00	Valid
	K.6	0.199	0.846	0.05	0.00	Valid
	K.7	0.199	0.832	0.05	0.00	Valid
Keputusan (Y)	Kp.1	0.199	0.909	0.05	0.00	Valid
	Kp.2	0.199	0.790	0.05	0.00	Valid
	Kp.3	0.199	0.853	0.05	0.00	Valid

Kp.4	0.199	0.899	0.05	0.00	Valid
Kp.5	0.199	0.874	0.05	0.00	Valid

Sumber: Data Peneliti (2023)

Hasil uji validitas pada tabel 5, menunjukkan semua variabel memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai sig hitung < 0.05. Dengan demikian, seluruh pernyataan yang mewakili tiap variabel menunjukkan data yang valid. Selanjutnya adalah uji reabilitas yang menunjukkan *Cronbach's Alpha* pada seluruh variabel di atas 0.60 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Reabilitas

Varianel	Cronbach's Alpha	Cronback Tabel	Keterangan
Literasi (X1)	0.854	0.60	Reabel
Good Governance (X2)	0.939	0.60	Reabel
Promosi (X3)	0.894	0.60	Reabel
Religiusitas (X4)	0.799	0.60	Reabel
Kemudahan (X5)	0.928	0.60	Reabel
Keputusan (Y)	0.912	0.60	Reabel

Sumber: Data Peneliti (2023)

Selanjutnya, dilakukan uji kualitas data dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Kualitas Data

Uji Kualitas Data	Syarat	Variabel	Nilai	Keterangan
Uji Multikolinearitas	VIF < 10	Literasi	1.862	Tidak terjadi multikolinearitas
		Good Governance	2.247	
		Promosi	2.721	
		Religiusitas	2.317	
		Kemudahan	2.635	
Uji Heterokedastisitas	Sig. t > 0.05	Literasi	.350	Tidak terjadi heterokedastisitas
		Good Governance	.909	
		Promosi	.795	
		Religiusitas	.787	
		Kemudahan	.471	
Uji Normalitas	Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05		.672	Data berdistribusi normal

Sumber: Data Peneliti (2023)

Selanjutnya, interpretasi skala likert dan didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 5. Analisis Skala Likert

	Variabel	Indeks	Kriteria
Literasi (X1)	X.1	88.54	Sangat Baik
	X.2	87.92	Sangat Baik
	X.3	73.96	Baik
	X.4	74.38	Baik
	X.5	83.33	Sangat Baik
	X.6	88.75	Sangat Baik
	X.7	84.17	Sangat Baik
<i>Good Governance</i> (X2)	G.1	82.50	Sangat Baik
	G.2	82.71	Sangat Baik
	G.3	82.92	Sangat Baik
	G.4	81.88	Sangat Baik
	G.5	84.17	Sangat Baik
Promosi (X3)	P.1	82.20	Sangat Baik
	P.2	80.83	Baik
	P.3	83.96	Sangat Baik
	P.4	82.29	Sangat Baik
	P.5	80.63	Baik
	P.6	76.26	Baik
	P.7	75.21	Baik
Religiusitas (X4)	R.1	83.54	Sangat Baik
	R.2	91.46	Sangat Baik
	R.3	77.29	Baik
	R.4	73.54	Baik
	R.5	69.38	Baik
	R.6	88.96	Sangat Baik
	R.7	84.38	Sangat Baik
Kemudahan (X5)	K.1	85.00	Sangat Baik
	K.2	83.13	Sangat Baik
	K.3	86.88	Sangat Baik
	K.4	85.00	Sangat Baik
	K.5	85.21	Sangat Baik
	K.6	87.50	Sangat Baik
	K.7	84.79	Sangat Baik
Keputusan (Y)	Kp.1	87.29	Sangat Baik
	Kp.2	87.71	Sangat Baik
	Kp.3	87.92	Sangat Baik
	Kp.4	87.08	Sangat Baik
	Kp.5	85.00	Sangat Baik

Sumber: Data Peneliti (2023)

Dari tabel 10 di atas, diperoleh hasil analisis skala likert dari variabel bebas maupun variabel terikat. Berdasarkan acuan indeks dan kriteria interval menurut Sugiyono (2018), diperoleh sebanyak 29 pernyataan menunjukkan interpretasi sangat baik, diantaranya dari 5 variabel literasi, 5 variabel *good governance*, 3 variabel promosi, 4 variabel religiusitas, 7 variabel kemudahan, dan 5 variabel keputusan serta 9 pernyataan menunjukkan interpretasi yang baik, diantaranya dari 2 variabel literasi, 4 variabel promosi, dan 3 variabel religiusitas.

Sementara itu, secara keseluruhan dari analisis skala likert untuk setiap variabel, menunjukkan indeks dari tertinggi ke terendah yakni keputusan berwakaf uang (Y), kemudahan (X5), literasi (X1), *good governance* (X2), religiusitas (X4), dan promosi (X3).

Tabel 6. Hasil t Hitung dan Sig. t

Variabel	Indeks	Kriteria
Literasi (X1)	83.01	Sangat Baik
<i>Good Governance</i> (X2)	82.83	Sangat Baik
Promosi (X3)	80.21	Baik
Religiusitas (X4)	82.65	Sangat Baik
Kemudahan (X5)	85.36	Sangat Baik
Keputusan Berwakaf Uang (Y)	87.00	Sangat Baik

Sumber: Data Peneliti (2023)

Kemudian, dilakukan regresi linear berganda dengan didapatkan hasil uji t dan uji F sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil t hitung dan Sig. t

	Koefisien	t	Sig
C	1.051	.673	.503
L	.152	2.790	.006
G	.176	2.118	.037
P	(.102)	(1.454)	.149
R	.113	1.504	.136
K	.410	6.140	.000
R ²	0.704		
F	42.741		0.000

Sumber: Data Peneliti (2023)

Dari tabel di atas, dapat dirumuskan persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.051 + 0.152L + 0.176G - 0.102P + 0.113R + 0.410K + \epsilon$$

Hasil uji t, menunjukkan bahwa variabel literasi, *good governance*, dan kemudahan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig.t < 0.05$ sehingga terdapat pengaruh signifikan dengan variabel keputusan atau H_0 ditolak. Sementara itu, variabel promosi dan religiusitas memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $sig.t > 0.05$ sehingga tidak terdapat pengaruh signifikan dengan variabel keputusan atau H_0 diterima. Selanjutnya, hasil uji F dan sig. F dengan nilai 42.741 dan 0.000 yang lebih besar daripada $F_{tabel} = 2.47$ dan Sig. F = 0.05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga seluruh variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya. Terakhir, koefisien determinasi diperoleh $R^2 = 0.704$ atau 70.4%. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel terikat yaitu keputusan masyarakat berwakaf uang dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya yaitu literasi, *good governance*, promosi, religiusitas, dan kemudahan sebesar 70.4%, sedangkan sisanya sebesar 29.6% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Setelah dilakukan olah data dengan diperolehnya uji hipotesis dari setiap variabel yaitu literasi, *good governance*, promosi, religiusitas, dan kemudahan, berikut adalah penjelasan dari masing-masing hipotesis.

Analisis Pengaruh Literasi terhadap Keputusan Masyarakat Surabaya Berwakaf Uang di Lembaga Pengelola Wakaf

Berdasarkan olah data, didapatkan hubungan yang signifikan antara variabel literasi (X1) dengan variabel keputusan masyarakat Surabaya berwakaf uang (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} yakni $2.790 > 1.984$ serta nilai $sig. t = 0.006$ yang lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_01 ditolak dan H_a1 diterima. Sementara itu, pada koefesien regresi variabel literasi menunjukkan nilai positif sebesar 0.152, yang memiliki arti setiap ada peningkatan literasi sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan masyarakat Surabaya dalam berwakaf uang sebesar 0.152. Hasil penelitian tersebut sesuai pada penelitian oleh (Nastiti & Anggraini, 2022), yang menyebutkan terdapat hubungan antara literasi wakaf uang dengan keputusan masyarakat Bekasi berwakaf uang dengan uji *chi-square probability* sebesar 0.0677 yang lebih kecil dari 0.10. Selain itu, pada penelitian (Amin, 2021; Irfany et al., 2022; Cupian & Najmi, 2020), juga menunjukkan pengaruh signifikan antara pemahaman dan pengetahuan atau dapat dikatakan sebagai literasi masyarakat dalam berwakaf uang di lembaga filantropi.

Jika dilihat dari karakteristik responden yang diperoleh dari beberapa lembaga pengelola wakaf, diperoleh sebanyak 88 responden telah mengetahui informasi mengenai wakaf uang dan sebagiannya berasal dari kalangan mahasiswa yang tentu memiliki literasi yang cukup baik. Sementara itu, dari hasil kuesioner, diperoleh sebanyak lima item menunjukkan kriteria yang sangat baik dengan rata-rata indeks likert 61.82% dan dua item kriteria yang baik dengan rata-rata indeks likert 21.19%, atau secara keseluruhan memiliki persentase indeks likert sebesar 83.01%. Selain itu, dalam mengisi kuesioner, responden rata-rata menjawab setuju hingga sangat setuju yang berarti responden telah memahami pengetahuan dasar serta pengetahuan lanjutan mengenai wakaf uang.

Pengetahuan dasar wakaf uang berisikan definisi, syarat, serta rukun dalam berwakaf uang dan pengetahuan lanjutan wakaf uang berisikan regulasi, mekanisme, dan dampak serta efek berwakaf uang. Hal ini didukung oleh penelitian (Fauziah & Ayyubi, 2019), yang menyatakan apabila seseorang memiliki tingkat pemahaman tinggi tentang wakaf uang, maka semakin tinggi pula keinginan seseorang dalam berwakaf uang. Selanjutnya, pada penelitian (Shukor et al., 2016), menyebutkan bahwa seseorang yang semakin paham mengenai pengetahuan dalam berwakaf uang, maka individu akan semakin bersedia dalam berwakaf uang.

Analisis Pengaruh *Good Governance* terhadap Keputusan Masyarakat Surabaya Berwakaf Uang di Lembaga Pengelola Wakaf

Berdasarkan hasil olah data, didapatkan hubungan yang signifikan antara variabel *good governance* (X2) dengan variabel keputusan masyarakat Surabaya berwakaf uang (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} yakni $2.118 > 1.984$ serta nilai $sig. t = 0.037$ yang lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_02 ditolak dan H_a2 diterima. Sementara itu, pada koefesien regresi variabel *good governance* menunjukkan nilai positif sebesar 0.176, yang memiliki arti setiap ada peningkatan *good governance* sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan masyarakat Surabaya dalam berwakaf uang sebesar 0.176. Hasil penelitian tersebut sesuai pada penelitian (Hariyanto, 2019), yang menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara penerapan prinsip *good governance* pada penerimaan wakaf uang di beberapa lembaga pengelola wakaf. Selain itu, pada penelitian (Rahmah, 2019), juga menyebutkan terdapat hubungan signifikan antara *good governance*

dan minat masyarakat berzakat yang merupakan satu instrumen filantropi bersama infak, sedekah, dan wakaf di BAZIS DKI, dengan t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu $7.614 > 1.985$ serta $sig. t = 0.00$ yang lebih kecil dari 0.05.

Dari hasil kuesioner, diperoleh seluruh item menunjukkan kriteria yang sangat baik dengan total persentase indeks likert sebesar 82.83%. Selanjutnya, hampir seluruh responden menyatakan kesetujuan bahwa lembaga pengelola wakaf di Surabaya, antara lain Lembaga Manajemen Infaq (LMI), Yayasan Dana Al-Falah Sosial (YDSF), Dompet Dhuafa, LAZIS Nurul Falah, dan LAZIS Nurul Hayat telah menjalankan tata kelola yang baik sesuai prinsip *good governance*, sehingga membuat responden mempercayai lembaga tersebut untuk berwakaf uang. Fakta tersebut sesuai pada penelitian (Yuliafitri & Rivaldi, 2017), yang menyebutkan terdapat kesesuaian dengan teori *stewardship* bahwa keberlangsungan lembaga nirlaba khususnya lembaga pengelola wakaf diperoleh dari masyarakat yang memiliki kepercayaan pada lembaga tersebut dalam mengelola, menyalurkan, dan mempublikasikan dana wakaf uang.

Selain itu, dalam mengatur keuangan wakaf uang yang belum ada pedoman akuntansinya, nyatanya pada sebagian *nadzir* telah menunjukkan keluar masuk dana dengan cukup jelas walau masih terdapat lembaga yang masih menggabungkan dana wakaf dengan dana zakat, infak, dan sedekah, seperti pada LAZNAS Nurul Hayat dan LAZIS Nurul Falah. Sementara itu, pada lembaga lain yang menjadi sampel penelitian ini yaitu Lembaga Manajemen Infaq (LMI), Dompet Dhuafa, dan Yayasan Dana Sosial Al-Falah, telah memisahkan perhitungan wakaf dari zakat, infak, dan sedekah, sehingga dalam proses pencatatan kedepannya akan lebih jelas menggambarkan kinerja dari masing-masing instrumen (Yuliafitri & Rivaldi, 2017).

Analisis Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Masyarakat Surabaya Berwakaf Uang di Lembaga Pengelola Wakaf

Berdasarkan olah data, didapatkan hubungan yang tidak signifikan antara variabel promosi (X3) dengan variabel keputusan masyarakat Surabaya berwakaf uang (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih kecil daripada t_{tabel} yakni $1.454 < 1.984$ serta nilai $sig. t = 0.149$ yang lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_03 diterima dan H_a3 ditolak. Sementara itu, pada koefesien regresi variabel promosi menunjukkan nilai negatif

sebesar 0.102, yang memiliki arti setiap ada peningkatan promosi sebesar 1%, maka akan menurunkan keputusan masyarakat Surabaya dalam berwakaf uang sebesar 0.102. Hasil penelitian tersebut tidak sesuai pada penelitian (Yuliafitri & Rivaldi, 2017), yang menunjukkan pengaruh positif antara promosi dengan penerimaan wakaf uang yang menandakan masyarakat telah memutuskan untuk berwakaf uang. Sementara itu, pada penelitian (Hakiem et al., 2022), menunjukkan hasil yang sama pada penelitian ini yaitu terdapat pengaruh namun tidak signifikan antara variabel promosi dengan minat masyarakat berwakaf uang. Selain itu, penelitian oleh (Rusdianto, 2016), juga menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan antara variabel promosi dengan minat berzakat di LAZ Dompet Dhuafa.

Dari hasil kuesioner, diperoleh sebanyak tiga item menunjukkan kriteria yang sangat baik dengan rata-rata indeks likert 35.51% dan empat item kriteria yang baik dengan rata-rata indeks likert 44.70%, atau secara keseluruhan memiliki persentase indeks likert sebesar 80.21%. Dalam mengisi kuesioner, responden cenderung menjawab setuju pada beberapa indikator penelitian yang menggunakan bauran promosi. Namun, pada item ketujuh dan kedelapan, mengenai rekomendasi berwakaf uang dari orang lain, seperti kerabat, kelompok agama, dan *nadzir*, sebanyak 34.4% responden menjawab tidak setuju hingga ragu-ragu. Selain itu, pada item kedua mengenai promosi oleh lembaga pengelola melalui telpon, sms, email, dll membuat responden tertarik berwakaf uang, sebanyak 21.8% responden menjawab tidak hingga ragu-ragu. Dengan kata lain, promosi berwakaf uang melalui rekomendasi orang lain tanpa disertai informasi dasar wakaf uang, belum mampu memengaruhi responden karena responden memilih mendapat informasi wakaf uang terlebih dahulu, sekalipun promosi tersebut dilakukan melalui telepon, sms, email, dll.

Untuk mengoptimalkan promosi tersebut, harus dilakukan dengan menyertakan sosialisasi mengenai pengetahuan dasar serta pengetahuan lanjutan wakaf uang agar memunculkan kesadaran kolektif masyarakat untuk berwakaf uang. Hal ini didukung pada penelitian (Yuliafitri & Rivaldi, 2017), yang menyebutkan bahwa promosi yang baik adalah dengan memberikan edukasi kepada masyarakat yang belum mengetahui mengenai wakaf uang. Selain itu, sosialisasi juga dapat dilakukan dengan mengenalkan program wakaf uang yang menarik kepada masyarakat karena menurut Direktur Eksekutif BWI, Drs. H. Achmad Djunaedi, MBA, mengatakan bahwa wakif tertarik menyalurkan harta wakafnya kepada lembaga yang memiliki program yang menarik, bukan dilihat dari efisiensi atau laporan

wakafnya (Yuliafitri & Rivaldi, 2017). Adapun contoh program wakaf menarik pada lembaga yang menjadi sampel penelitian ini antara lain program wakafo dari LMI, program wakaf perahu untuk memberdayakan nelayan oleh YDSF, program wakaf rumah sakit gratis untuk dhuafa oleh Dompet Dhuafa, program memberikan bantuan modal dan pengetahuan kepada abang becak dan janda oleh LAZNAS Nurul Hayat, dan program guru ngaji berdaya dengan memberikan bantuan modal dan bimbingan oleh LAZIS Nurul Falah.

Analisis Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Masyarakat Surabaya Berwakaf Uang di Lembaga Pengelola Wakaf

Berdasarkan hasil olah data, didapatkan hubungan yang tidak signifikan antara variabel religiusitas (X4) dengan variabel keputusan masyarakat Surabaya berwakaf uang (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih kecil daripada t_{tabel} yakni $1.504 < 1.984$ serta nilai sig. $t = 0.136$ yang lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_04 diterima dan H_a4 ditolak. Sementara itu, pada koefesien regresi variabel religiusitas menunjukkan nilai positif sebesar 0.113, yang memiliki arti setiap ada peningkatan religiusitas sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan masyarakat Surabaya dalam berwakaf uang sebesar 0.113. Hasil tersebut nyatanya tidak sesuai pada penelitian (Nasution, 2022), yang menyebutkan terdapat hubungan antara variabel religiusitas dengan minat masyarakat berwakaf uang. Namun demikian, pada penelitian (Ayyubi, 2019; Cupian & Najmi, 2020), menyatakan hasil yang sama dengan penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara religiusitas dengan minat masyarakat berzakat dan berwakaf uang di lembaga pengelola filantropi.

Dari hasil kuesioner, diperoleh sebanyak empat item menunjukkan kriteria yang sangat baik dengan rata-rata indeks likert 51.19% dan tiga item kriteria yang baik dengan rata-rata indeks likert 31.46%, atau secara keseluruhan memiliki persentase indeks likert sebesar 82.65%. Dari lima indikator, tiga indikator yaitu keyakinan, penghayatan, dan pengamalan, menunjukkan bahwa responden memiliki religiusitas yang tinggi dengan menunjukkan kesetujuannya pada tiap pernyataan indikator dan dua indikator yang lain yaitu praktik agama dan pengetahuan agama, menunjukkan bahwa responden cenderung menunjukkan keraguan. Dengan kata lain, dapat diartikan bahwa masih terdapat pengaruh antara religiusitas dengan keputusan berwakaf uang walaupun tidak signifikan. Hal isesuai dengan penelitian (Cupian &

Najmi, 2020), yang menyebutkan terdapat pengaruh namun tidak signifikan antara religiusitas dengan persepsi masyarakat tentang wakaf uang.

Salah satu pernyataan yang perlu disoroti yaitu “Saya akan menyisihkan harta saya untuk berwakaf uang seminggu sekali atau sebulan sekali”, menunjukkan sebanyak 38.6% responden menjawab tidak setuju hingga ragu-ragu. Dalam praktik agama, responden lebih memilih menyisihkan hartanya untuk beramal shaleh pada instrumen filantropi yang lebih umum. Hal tersebut sesuai pada penelitian (Ayyubi, 2019), bahwa ketidaksignifikan antara religiusitas dengan keputusan berwakaf uang disebabkan karena terdapat responden dengan religiusitas tinggi dengan menjalankan semua kewajiban dan menghindari semua yang dilarang-Nya, namun beberapa diantaranya menolak untuk berwakaf uang dan cenderung beramal dengan menunaikan instrumen yang lain, seperti zakat, infak, dan sedekah. Selain itu, pada penelitian (Nugroho & Nurkhin, 2019), ketidaksignifikan antara religiusitas dengan berwakaf uang disebabkan bahwa religiusitas sangat berkaitan dengan kehidupan batin manusia yang muncul pada masing-masing individu dalam bertingkah laku dan memiliki kadar ketaatan beragama yang berbeda-beda.

Analisis Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Masyarakat Surabaya Berwakaf Uang di Lembaga Pengelola Wakaf

Berdasarkan hasil olah data, didapatkan hubungan yang signifikan antara variabel kemudahan (X5) dengan variabel keputusan masyarakat Surabaya berwakaf uang (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} yakni $6.140 > 1.984$ serta nilai sig. $t = 0.00$ yang lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_05 ditolak dan H_a5 diterima. Sementara itu, pada koefesien regresi variabel kemudahan menunjukkan nilai positif sebesar 0.410, yang memiliki arti setiap ada peningkatan kemudahan sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan masyarakat Surabaya dalam berwakaf uang sebesar 0.410. Hasil penelitian tersebut sesuai pada penelitian oleh (Irfany et al., 2022; Cupian & Najmi, 2020; Rahmah, 2019), yang menyebutkan terdapat hubungan antara variabel kemudahan dan variabel keputusan berwakaf uang.

Dari hasil kuesioner, hampir seluruh responden menyatakan kesetujuan apabila dalam bertransaksi wakaf uang dapat dilakukan secara online agar memudahkan responden dalam membayarnya kapan saja dan dimana saja. Hal tersebut dapat dilihat pada item pernyataan

ketiga dan keenam mengenai pembayaran secara online dapat memudahkan responden dalam berwakaf uang serta pilihan transaksi yang bervariasi, sebanyak 80 responden menyatakan kesetujuannya dengan menjawab setuju hingga sangat setuju.

Kondisi tersebut sesuai pada penelitian (Cupian & Najmi, 2020), yang menyebutkan bahwa di era yang penuh teknologi ini, masyarakat akan dimanjakan oleh kehadirannya yang dapat dimanfaatkan pada berbagai bidang, khususnya dalam bertransaksi wakaf uang. Inovasi ini akan menarik minat masyarakat dalam berwakaf uang karena di era ini manusia senang melakukan kegiatan yang serba cepat.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, didapatkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel literasi, *good governance*, dan kemudahan dengan variabel keputusan masyarakat Surabaya berwakaf uang di Lembaga Pengelola Wakaf. Sementara itu, pada variabel promosi dan religiusitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan masyarakat Surabaya berwakaf uang di lembaga pengelola wakaf. Namun demikian, secara simultan terdapat pengaruh positif antara variabel literasi, *good governance*, promosi, religiusitas, dan kemudahan terhadap keputusan masyarakat Surabaya berwakaf uang di lembaga pengelola wakaf.

Berdasarkan simpulan di atas, peneliti sampaikan saran-saran yang harapannya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan. Bagi masyarakat, hendaknya terus meningkatkan literasi wakaf uang serta rasa peduli terhadap sesama dengan meningkatkan religiusitasnya. Selanjutnya, bagi lembaga pengelola wakaf, perlu ditingkatkan ditingkatkan kembali tata kelola lembaganya, promosi yang lebih inovatif, serta menyediakan akses yang dapat memudahkan masyarakat berwakaf uang. Kemudian, bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menggunakan sampel yang lebih banyak lagi dan menambahkan variabel lain yang masih minim dilakukan penelitian. Terakhir, bagi pemerintah, hendaknya mendukung lembaga-lembaga pengelola wakaf di Indonesia dengan melakukan pemantauan serta mengajak masyarakat untuk mengenal dan menunaikan wakaf uang.

REFERENSI

- Afandi, M. N. A., Dinurri'anah, U., & Pusparini, M. D. (2022). Analisis Tingkat Literasi Wakaf Uang Civitas Akademika Universitas Islam Indonesia. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 4(2), 1194–1208. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol4.iss2.art12>
- Amin, M. (2021). Faktor - faktor yang mempengaruhi minat wakif untuk berwakaf uang.
- Ayyubi, S. F. & S. El. (2019). Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi Wakif terhadap Wakaf Uang di Kota Bogor. *Al-Muzara'ah*, 7(1), 19–31. <https://doi.org/10.29244/jam.7.1.19-31>
- Ekawaty, Marlina; Muda, A. W. (2015). Wakaf Uang: Tingkat Pemahaman Masyarakat dan Faktor Penentunya (Studi Masyarakat Muslim Kota Surabaya, Indonesia). *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*2, 11(2).
- Fahrurroji. (2019). *Wakaf Kontemporer*. Badan Wakaf Indonesia.
- Hakiem, H., Beik, I. S., & Fahmi, I. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Berwakaf Uang / Melalui Uang dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Kota Bogor *Factors Affecting People Interest in Cash Waqf to Support Sustainable Development in Bogor City*. 2022(2), 155–168. <https://doi.org/10.29244/jam.10.2.155-168>
- Hariyanto, F. A. (2019). Pengaruh Penerapan Prinsip Good Governance Dan Intensitas Sosialisasi Terhadap Penerimaan Wakaf Tunai. *Kajian Akuntansi*, 20(2), 191–199.
- Hoetoro, A. (2018). Ekonomi Mikro Islam: Pendekatan Integratif. UB Press.
- Ilyas, M. (2017). Profesional Nazhir Wakaf dalam Pemberdayaan Ekonomi. *Jurnal Al-Qadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam*, 4(1), 71. <https://doi.org/10.24252/al-qadau.v4i1.5719>
- Indonesia, B. W. (2021). *Menelisik Manfaat Potensi Wakaf Uang untuk Bantu Kaum Dhuafa*.
- Irfany, M. I., Albajili, A. N., & Nurhalim, A. (2022). Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat dalam Memilih Wakaf Uang. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 15(2), 1–25. <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.vol15iss2.168>
- Ismawati, Y., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Wakaf Uang Terhadap Minat Berwakaf Uang Di kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 129–138.
- Kahf, M. (2006). Wakaf Islam (Sejarah, Pengelolaan, dan Pengembangannya). Dar al-Fikr.
- KNKS. (2019). Insight Buletin Ekonomi Syariah Menangkap Peluang Tren Wakaf Produktif.
- Miftakhuddin, M., Lestari, K. T., Aniroh, A., & Adinugraha, H. H. (2021). Pendayagunaan Wakaf di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(1), 76–90. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i1.313>
- Najmi, C. N. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 151–162.

Nastiti, H. M., & Anggraini, I. K. (2022). *An Analysis of factors Influencing The Decisions of Bekasi People to Endow Cash waqf. Proceedings of the International Conference of Islamic Economics and Business (ICONIES)*, 8(1), 45–56.

Nasution, A. M. (2022). Pengaruh Literasi dan Religiusitas dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Desa Laut Tador Untuk Berwakaf Tunai.

Nasution, S. A. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Tingkat Kepuasan Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Pada Lazismu Di Kota Pekanbaru. ... : *Economics, Accounting and Business Journal*, 1(1), 157–172.

No Title. (n.d.).

Nurkhin, A. S. N. A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat terhadap Minat Membayar Zakat Profesi melalui BAZNAS dengan Faktor Usia sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 955–966. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>

Peneliti, D. (2023). *Data Hasil Analisis*.

Pertiwi, I. S. M. (2020). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pada Baznas Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 1–9.

Pimada, L. M., Sayuta, R. B. N., & Gunawan, E. V. (2022). Strategi Optimalisasi Dana Wakaf: Pemerataan Dana Wakaf Selama Pandemi. *Human Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1). <https://doi.org/10.30829/hf.v9i1.11815>

Putra, M. W. H. P. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Wakif Terhadap Pelayanan Lembaga Wakaf. *Jurnal Ilmiah*.

Rahmah, M. S. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Zakat, Persepsi Kemudahan, Pendapatan dan Good Governance Terhadap Minat Berzakat di BAZIS DKI Jakarta. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Rahman, S., & Rifadli D. Kadir. (2022). Generasi Muda dan Tingkat Literasi Wakaf Uang. *Tamaddun Journal of Islamic Studies*, 1(2), 191–199. <https://doi.org/10.55657/tajis.v1i2.59>

Rohmat Fadlil, N., Effendi, J., & Sutarto, E. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap dan Keputusan Wakif dalam Berwakaf Produktif di Indonesia (Studi Kasus di Dompet Dhuafa). *Jurnal Penyuluhan*, 18(01), 105–117. <https://doi.org/10.25015/18202237884>

Rusdianto, P. (2016). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelauanan, dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki pada Lembaga Amil Zakat Dompet Dhuafa. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Shukor, S. A., Anwar, I. F., Sabri, H., Aziz, S. A., & Ariffin, A. R. M. (2016). Giving behaviour: Who donates cash WAQF? *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 19, 82–94.

Subagyo, R. (2016). *Teori Konsumsi Islam*.

Suheni, D. D. S. D. (2022). Proyek Percontohan Pemberdayaan Ekonomi Umat Melalui Wakaf

Produktif Di Era Khalifah Usman Bin Affan. *Al-Muamalat: Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, 7(1), 67–79.

Tri Wahyuni, M.H. (2019). Wakaf Uang Terhadap Program Pengetasan Kemiskinan di Kota Metro.

Al Qadhi : Jurnal Hukum Keluarga Islam, 1(1), 24–34. <https://doi.org/10.47902/alqadhi.v1i1.12>

Yuliafitri, I., & Rivaldi, A. I. (2017). Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance dan

Promosi Terhadap Penerimaan Wakaf Tunai (Pada Lembaga Pengelola Wakaf Di Indonesia). *InFestasi*, 13(1), 217. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v13i1.3044>