

Niat Berwakaf Masyarakat Tarakan: Persepsi, Akses Terhadap Informasi dan Pemahaman Norma Agama

Fathur Rahmansyah^{1*)}, Pitri Yandri²⁾

^{1,2} Pascasarjana, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

*Email korespondensi: fathurrahmansyah606@gmail.com

Abstract

The endowment is a significant religious practice and contributes to sustainable development. The community possesses a good understanding of religious norms related to the endowment, which involves genuine intentions, adherence to Sharia, and transparency. However, information about endowment in Tarakan City is limited, making it difficult to access details about endowment activities. Furthermore, the comprehension of religious norms and education about the benefits of endowment still need improvement. This study aims to analyze the influence of perception issues, access to information, and religious norms on the intention to endow in Tarakan City. The method employed in this research is quantitative, encompassing the entire population of Tarakan City, which, according to the Central Statistics Agency (BPS), amounts to 244,185 people. The sample for this study uses a purposive sampling technique with the Slovin formula, resulting in a sample size of 100 individuals. The data analysis technique in this research employs Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) using the statistical software SmartPLS. The findings of this study indicate that Perception significantly influences the Intention to Endow due to the positive perception of endowment as a beneficial contribution to others or society at large, resulting in a stronger intention to engage in endowment actions. Access to Information, however, does not significantly affect the Intention to Endow, as the message might not be effectively conveyed or fail to capture the community's attention, potentially failing to trigger the formation of endowment intentions. Understanding of Religious Norms significantly influences the Intention to Endow, as endowment actions align with the practice of religious principles, and these norms can be a powerful driver in forming endowment intentions.

Keywords: Endowment, Perception, Access, Information, Religious Norms

Saran sitasi: Rahmansyah, F., & Yandri, P. (2023). Niat Berwakaf Masyarakat Tarakan: Persepsi, Akses Terhadap Informasi dan Pemahaman Norma Agama. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(03), 3956-3968. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10837>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10837>

1. PENDAHULUAN

Agama memiliki signifikansi yang besar dalam setiap kegiatan manusia karena agama adalah motivasi dan panduan dasar dalam kehidupan dan pengendalian individu. Oleh karena itu, setiap orang perlu mengetahui, memahami, dan mengamalkan setiap arahan yang diberikan oleh agama tersebut agar menjadi dasar karakter setiap manusia (Pramono, 2018).

Agama juga mengarahkan hubungan individu dengan orang lain, interaksi dengan keseimbangan, keselarasan, dan keserasian dalam kehidupan manusia, baik dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Agama juga berfungsi sebagai institusi yang

menjaga dan menjamin kelangsungannya serta menjaga ketertiban dalam kehidupan moral dan sosial (Dahlan, 2016). Oleh karena itu, setiap individu memiliki pemahaman yang komprehensif tentang nilai-nilai keagamaan untuk membentuk sikap dan kepribadian yang sesuai dengan agama Islam. Salah satu cara melakukannya adalah dengan berbuat baik dan menginfakkan aset yang dimiliki melalui wakaf (Daud et al., 2019).

Dalam surat Al-Baqarah (2:267) disebutkan, "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Janganlah kamu memilih yang buruk-

buruk lalu kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Ketahuilah, Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji."

Adapun hadis yang menjelaskan dasar dan dalil wakaf, terdapat kisah Umar bin Al-Khattab yang memperoleh tanah di Khaibar. Setelah meminta petunjuk kepada Nabi tentang tanah tersebut, Nabi menganjurkan untuk menahan tanah tersebut dan menyedekahkan hasilnya. Dalam hadis tersebut, disebutkan bahwa Umar memperoleh tanah di Khaibar dan bertanya kepada Nabi, "Wahai Rasulullah, saya telah memperoleh tanah di Khaibar yang memiliki nilai tinggi dan belum pernah saya peroleh tanah dengan nilai yang lebih tinggi. Apa yang Baginda perintahkan kepada saya untuk melakukannya?" Rasulullah bersabda, "Jika kamu mau, tahanlah tanah tersebut dan sedekahkan manfaat atau keuntungannya." Umar kemudian menyedekahkannya dan tanah tersebut tidak boleh dijual, diberikan, atau diwariskan. Umar menyedekahkannya kepada fakir miskin, keluarga, untuk memerdekakan budak, orang yang berperang di jalan Allah, orang yang sedang melakukan perjalanan, dan para tamu. Namun, tanah tersebut dapat digunakan secara tepat oleh pihak yang mengelolanya, seperti digunakan untuk makan atau memberi makan hewan tanpa menjadikannya sumber pendapatan.

Pada saat ini, terdapat juga wakaf dalam bentuk mata uang wakaf, yang dikenal sebagai Wakaf Uang. Meskipun Wakaf Uang masih belum banyak dipahami oleh orang banyak, penting untuk mememanfaatkannya secara maksimal. Dalam hal ini, pengetahuan tentang wakaf dan pemahaman mengenai aspek perilaku dan hakikat wakaf dapat memotivasi seseorang untuk berwakaf. Mengingat bahwa wakaf merupakan praktik keagamaan yang unik, tingkat ketaatan beragama seseorang dapat memengaruhi keputusan mereka untuk terlibat dalam kegiatan wakaf. Jika seseorang memiliki kedekatan dengan agamanya, kemungkinan besar mereka akan tertarik untuk berwakaf. Informasi tentang wakaf masih belum tersebar secara luas di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan dan pemahaman wakaf melalui media informasi. Media informasi dapat diakses dan digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat untuk memperoleh informasi tentang wakaf, baik itu wakaf uang, wakaf tanah, dan lain sebagainya (Faizal et al., 2021).

Dalam beberapa dekade terakhir, terjadi pertumbuhan yang signifikan dalam keuangan sosial Islam di dunia kontemporer. Dalam perspektif Islam, wakaf dapat diartikan sebagai menahan suatu aset dan membatasi penggunaannya dengan mengambil hasilnya secara berkala untuk kepentingan penerima manfaat (Sutra, 2020). Praktik wakaf umumnya terkait dengan bangunan dan tanah. Namun, banyak donatur yang tidak ingin mendonasikan seluruh aset mereka untuk kegiatan wakaf. Oleh karena itu, wakaf tunai menjadi alternatif bagi donatur yang tidak memiliki aset tetap, tetapi memiliki uang tunai yang dapat didonasikan. Seluruh lapisan masyarakat dapat melakukan kegiatan amal yang berkelanjutan melalui wakaf tunai dengan sukarela dan jumlah uang yang mereka berikan tidaklah penting, asalkan dilakukan dengan niat mencari keridhaan Allah SWT (Hasbullah et al., 2016) (Daud et al., 2019).

Wakaf tunai memiliki karakteristik yang kuat dan permanen karena melibatkan kegiatan sukarela yang terus menerus (Shaifudin & Fahrullah, 2020). Dalam praktik wakaf tunai, semua muslim memiliki kesempatan untuk berkontribusi dalam praktik wakaf, sehingga memiliki potensi yang tinggi jika dipromosikan dan dikelola dengan baik. Wakaf telah menarik perhatian peneliti di seluruh dunia dan diakui sebagai salah satu mekanisme penting dalam aspek sosial-ekonomi yang mengikuti prinsip-prinsip Islam. Penerimaan terhadap wakaf tunai telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan pengembangan wakaf, terutama dalam penyediaan barang dan jasa sosial yang sering menghadapi kendala keuangan. Contohnya, wakaf tunai telah berkontribusi dalam pembangunan kembali di Singapura, menciptakan lapangan kerja di Sudan, dan membantu anak yatim di Sri Lanka, terutama melalui Dana Investasi Properti Wakaf yang dikelola oleh Bank Pembangunan Islam (Purbowanti & Muntaha, 2018).

Wakaf tunai merupakan instrumen yang kuat, permanen, dan merata, karena merupakan aktivitas sukarela yang ditandai oleh keabadian. Karena wakaf tunai memungkinkan semua segmen Muslim berkontribusi pada praktik wakaf, potensinya sangat tinggi jika dipromosikan dan dikelola dengan baik. Wakaf telah menarik perhatian para peneliti kontemporer di seluruh dunia. Ia dianggap sebagai sarana sosial-ekonomi penting yang mengikuti prinsip-prinsip Islam. Selain itu, ia diakui sebagai salah satu mekanisme pendanaan berkelanjutan untuk melayani masyarakat (Nour Aldeen et al., 2022). Dan

wakaf tunai dapat membantu mengurangi beban pengeluaran pemerintah dalam mengatasi masalah sosial, serta mengurangi tingkat utang pemerintah (Ali, 2012).

Perkembangan paradigma baru dalam perwakafan telah mengikuti perkembangan zaman dan berhasil menyatukan pro dan kontra dari berbagai mazhab (Rozalinda, 2016). Di dalamnya, dijelaskan bahwa harta wakaf termasuk aset bergerak seperti uang. Meskipun sudah lebih dari satu dekade sejak diberlakukannya undang-undang tentang wakaf tunai, pengembangan wakaf tunai masih belum memadai (Napitu et al., 2021).

Data dari Badan Wakaf Indonesia (BWI) menunjukkan bahwa potensi dana wakaf tunai mencapai Rp 180 triliun per tahun, namun pada 2020 baru terhimpun sebesar Rp 391 miliar, sementara pada 2021 mencapai angka Rp 1,65 triliun. Selain itu, studi pendahuluan oleh Prananingtyas dan Disemadi (2020) menunjukkan bahwa penghimpunan wakaf tunai di KSPPS/USPPS baru mencapai Rp 33,7 miliar. Data ini mengindikasikan adanya masalah mendasar yang perlu diselesaikan terkait potensi dan kesenjangan dalam penghimpunan wakaf tunai di negara yang memiliki tradisi dermawan ini (Lailatullailia et.al., 2021; Zatadini et.al., 2019).

Pada 11 Mei 2002, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyatakan bahwa wakaf tunai diperbolehkan dan menetapkan bahwa nilai pokok wakaf tidak boleh habis atau dikurangi, serta menjaga keberlangsungan aset wakaf kepada pengelola wakaf (Badan Wakaf Indonesia, 2020). Sebelumnya, praktik wakaf di Indonesia terutama berfokus pada tanah yang didedikasikan untuk tujuan keagamaan seperti pesantren, masjid, dan kuburan. Namun, disadari bahwa sifat-sifat tersebut tidak dimanfaatkan secara optimal (Ulfah, 2019). Misalnya, hanya 3% dari tanah wakaf di Yogyakarta yang digunakan untuk mempromosikan aspek sosial-ekonomi.

Di Indonesia, wakaf uang belum berkembang dengan baik meskipun undang-undang mendorong pengembangannya. Namun demikian, wakaf di Indonesia telah mengalami perubahan dan saat ini telah dikembangkan menjadi sukuk wakaf sebagai salah satu instrumen wakaf yang produktif. Wakaf uang di Indonesia mulai dikenal sejak fatwa wakaf uang dikeluarkan oleh DSN MUI pada tahun 2012. Fatwa tersebut menyatakan bahwa wakaf uang adalah wakaf yang dilakukan dalam bentuk uang tunai, termasuk surat-surat berharga. Wakaf uang

diperbolehkan secara syar'i, namun hanya boleh digunakan untuk hal-hal yang dibolehkan dalam agama, dan nilai pokok wakaf uang harus dijamin agar tetap lestari dan tidak boleh dijual, dihibahkan, atau diwariskan (Badan Wakaf Indonesia, 2020).

Menurut (Rivai & Prawironegoro, 2015), masih banyak masyarakat yang mengartikan wakaf hanya dalam bentuk tanah yang digunakan untuk tempat ibadah, pemakaman, atau pembangunan institusi pendidikan dan sosial. Hal ini merupakan tantangan bagi umat Islam di Indonesia untuk memaksimalkan dan memanfaatkan harta wakaf secara produktif sesuai dengan tujuan sebenarnya. Dalam hal ini, wakaf tunai dalam bentuk uang menjadi salah satu solusi untuk membuat wakaf lebih produktif. Penerimaan terhadap Wakaf tunai masih belum memadai karena pemahaman terbatas tentang wakaf, terutama terkait wakaf tunai dibandingkan dengan wakaf tanah atau bentuk amal lainnya. Faktor-faktor yang mendasarinya adalah kurangnya pengetahuan agama, akses terhadap media informasi, atau studi tentang endowment yang dirasakan dalam masyarakat (Qurrata et al., 2020). Wakaf merupakan produk layanan berdasarkan panduan agama, sehingga dengan kesadaran yang tinggi tentang wakaf, norma agama seseorang dapat meningkat (Badawi et al., 2022).

Kota Tarakan merupakan sebuah kota pulau yang terletak di sebelah timur pulau Kalimantan bagian utara. Sejarahnya mencerminkan peran penting kota ini sebagai tempat persinggahan atau tempat istirahat serta perdagangan kaum nelayan sebelum datangnya kolonial Belanda. Kota Tarakan memiliki posisi strategis sebagai pintu gerbang perdagangan antarpulau di wilayah utara Kalimantan dan antar negara di kawasan Indonesia-Malaysia-Filipina. Administratif, kota Tarakan terbagi menjadi empat kecamatan yaitu Tarakan Timur, Tarakan Tengah, Tarakan Barat, dan Tarakan Utara. Jumlah penduduknya pada tahun 2016 sekitar 244.185 jiwa dengan pertumbuhan sebesar 3,66% (<http://perkotaan.bpiw.pu.go.id/>). Kota Tarakan memiliki potensi untuk menjadi pusat kegiatan nasional dan menjadi pusat transit perdagangan dengan sektor produksi wilayah seperti perkebunan, perikanan, dan pertambangan. Dalam konteks ini, peningkatan pemahaman tentang wakaf tunai, terutama di masyarakat kota Tarakan, sangat penting dalam memanfaatkan aset wakaf secara maksimal.

Berdasarkan hasil wawancara sementara ditemukan bahwa responden memiliki persepsi yang positif terhadap konsep wakaf dan menyadari pentingnya berwakaf dalam masyarakat. Mereka menganggap wakaf sebagai bentuk amal yang sangat penting dalam agama dan sebagai cara untuk meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan yang berkelanjutan. pemahaman responden terkait norma agama terkait wakaf cukup baik. Mereka memahami wakaf harus dilakukan dengan niat yang tulus dan ikhlas, sesuai dengan syariat agama, dan dikelola secara transparan untuk kepentingan yang telah ditentukan. Namun di sisi lain akses terhadap informasi tentang wakaf di Kota Tarakan masih terbatas, kesulitan dalam memperoleh informasi terkait kegiatan atau program wakaf yang sedang berlangsung. Selain itu, adanya kurang pemahaman yang mendalam tentang norma agama terkait wakaf dan kurangnya kesadaran dan edukasi tentang manfaat dan kebutuhan wakaf. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa pengaruh isu persepsi, akses terhadap informasi dan pemahaman norma agama terhadap niat berwakaf di Kota Tarakan.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* dengan tambahan konsep *Perceived Behavior Control*. Teori ini digunakan untuk meramalkan pertimbangan perilaku karena perilaku dapat dipertimbangkan dan direncanakan (Ogbodoakum & Abiddin, 2017). *Theory of Planned Behavior* memiliki keunggulan dibandingkan teori perilaku lainnya karena dapat mengidentifikasi keyakinan seseorang tentang pengendalian atas hasil perilaku, sehingga membedakan antara perilaku yang dikehendaki dan yang tidak dikehendaki (Ajzen, 1991).

Menurut Ajzen, (1991) menekankan bahwa *Theory of Planned Behavior* telah menjadi salah satu kerangka kerja yang paling berpengaruh dan populer dalam penelitian di bidang kemanusiaan. Teori ini mengajukan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh tiga jenis pertimbangan:

- a. Kepercayaan mengenai kemungkinan akibat atau tanggapan dari perilaku
- b. Kepercayaan mengenai harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui harapan-harapan tersebut berdasarkan kepercayaan normatif (Kepercayaan Normatif).

- c. Kepercayaan mengenai kehadiran faktor-faktor yang mungkin lebih jauh mempengaruhi perilaku (Kepercayaan Pengendalian).

TPB memiliki tiga variabel independen. Pertama adalah sikap terhadap perilaku, di mana seseorang melakukan penilaian atas konsekuensi positif dan negatif dari perilaku. Kedua adalah faktor sosial yang disebut norma subyektif, yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Ketiga, sebelumnya adalah tingkat persepsi pengendalian perilaku yang mengacu pada persepsi tentang sejauh mana seseorang dapat dengan mudah atau sulit melakukan perilaku, berdasarkan pengalaman masa lalu untuk mengantisipasi hambatan dan rintangan (Ajzen, 1991). Seiring dengan perkembangannya, para ahli berkontribusi untuk melengkapi *Theory of Planned Behavior* dengan berbagai tambahan, seperti *ethical obligation*, *self identity* (Shaw, Shiu and Clark, 2000), *moral obligation* (Harding et al, 2000), dan *self efficacy* (Giles et al, 2004) seperti yang dikutip dari Setyobudi (2008).

Persepsi adalah proses mental di mana individu menginterpretasikan dan memahami informasi yang diperoleh melalui panca inderanya. Ini melibatkan pengolahan sensorik dan kognitif untuk memberikan makna pada stimulus yang diterima. Persepsi dipengaruhi oleh faktor seperti pengalaman, pengetahuan sebelumnya, keyakinan, dan harapan individu. Hal ini melibatkan pemilihan, penyaringan, dan interpretasi kompleks untuk menghasilkan pemahaman subjektif dari stimulus yang diterima. Persepsi juga dapat berbeda antara individu karena faktor-faktor budaya dan interpretasi subjektif (Duha, 2018).

Persepsi yaitu sebuah keadaan yang terintegrasi dengan apa yang ada dalam diri individu dan pengalaman individu sehingga berperan aktif dalam proses persepsi. Untuk itu, seseorang dapat menyadari dan mengalami persepsi, terdapat beberapa persyaratan yang perlu dipenuhi, yaitu:

- a. Keberadaan objek yang dipersepsi sehingga menghasilkan stimulus yang mempengaruhi alat indra. Stimulus dapat berasal dari luar dan langsung mempengaruhi alat indra, atau berasal dari dalam dan langsung mempengaruhi saraf penerima yang berfungsi sebagai reseptor.
- b. Alat indra yang digunakan untuk menerima stimulus. Selain itu, juga diperlukan saraf sensorik

sebagai sarana untuk mengirimkan stimulus yang diterima oleh alat indra ke pusat sistem saraf, yaitu otak sebagai pusat persepsi. Dan untuk melakukan respons, diperlukan saraf motorik.

- c. Perhatian untuk menyadari atau melakukan persepsi, perhatian diperlukan sebagai langkah pertama persiapan dalam melakukan persepsi. Tanpa adanya perhatian, persepsi tidak akan terjadi.

Dari hal-hal di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat persyaratan yang bersifat fisik, fisiologis, dan psikologis untuk melakukan persepsi. Secara umum, persepsi manusia memiliki beberapa karakteristik. Kita cenderung menerima objek daripada mengenali kualitas sensoriknya, dan kita tidak merespons semua stimulus dengan cara yang sama. Oleh karena itu, kita hanya memusatkan perhatian pada beberapa hal yang kita anggap penting. Kita mungkin hanya memperhatikan stimulus yang kita sukai dan mengabaikan yang lain.

Menurut Soekanto & Sulistyowati, (2013) mengemukakan bahwa sistem lapisan sosial merujuk pada mereka yang umumnya memiliki kekuasaan dan wewenang. Individu yang memiliki kekuasaan dan wewenang memiliki kemudahan dalam memperoleh informasi dari berbagai sumber seperti koran, majalah, televisi, buku, guru, atau orang di sekitarnya. Namun, ketersediaan sumber informasi tidak menjamin bahwa semua orang dapat mengaksesnya. Terjadi kesenjangan antara masyarakat yang memiliki sumber daya elektronik yang cukup dan mereka yang tidak. Masyarakat yang berkecukupan ekonomi dapat dengan mudah mengakses informasi melalui internet, sementara masyarakat yang kurang mampu menghadapi kesulitan dalam mengakses internet karena faktor ekonomi dan kurangnya keahlian dalam pengoperasian komputer atau perangkat serupa.

Menurut Sutabri, (2012), informasi adalah data yang telah diklasifikasikan, diolah, atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Untuk memperoleh informasi yang berkualitas, diperlukan media yang baik agar informasi yang diterima tidak mengalami perubahan. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa informasi merupakan hasil pengolahan data yang memiliki nilai dan digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan.

Informasi dikatakan berkualitas jika memenuhi beberapa karakteristik berikut (Sutabri, 2012):

- a. Akurat
Informasi harus mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Untuk memastikan akurasi informasi, dilakukan pengujian oleh dua orang atau lebih yang berbeda. Jika hasil pengujian tersebut sama, maka data dianggap akurat.
- b. Tepat waktu
Informasi harus tersedia atau dapat diakses pada saat dibutuhkan, tanpa menunggu hingga esok atau beberapa jam kemudian.
- c. Relevan
Informasi yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan individu di berbagai tingkatan dan departemen dalam organisasi.
- d. Lengkap
Informasi harus diberikan secara komprehensif. Sebagai contoh, informasi tentang penjualan harus mencakup bulan dan data faktur yang terkait.

Media baru telah ada sejak tahun 1960 dan mencakup berbagai teknologi komunikasi. Menurut (Lievrouw & Livingstone, 2002) mendefinisikan media baru dengan menghubungkan teknologi informasi dan komunikasi dengan konteks sosial yang melibatkan tiga elemen, yaitu alat dan artefak teknologi, aktivitas, praktik, dan penggunaan, serta tatanan dan organisasi sosial yang terbentuk seputar alat dan praktik tersebut.

Karakteristik utama media baru adalah keterhubungannya yang saling terkait, aksesnya kepada individu sebagai penerima dan pengirim pesan, interaktivitasnya, dan fleksibilitas serta ketergantungannya yang ada di mana saja (McQuail, 2011).

Menurut Littlejohn & Foss, (2009) mengungkapkan bahwa media mempengaruhi dan mencerminkan budaya masyarakat, dan media juga dapat memberikan informasi kepada audiens dan berfungsi sebagai bagian dari kekuatan institusi masyarakat. Littlejohn berpendapat bahwa konsep era media kedua (The Second Media Age) yang dikembangkan sejak tahun 1980 hingga saat ini mencerminkan perubahan penting dalam teori media.

Setidaknya terdapat tiga metafora yang mencerminkan berbagai sudut pandang tentang media, yaitu media sebagai wadah, media sebagai bahasa, dan media sebagai lingkungan. Metafora pertama menggambarkan media sebagai pembawa pesan yang netral. Metafora kedua menggambarkan media

sebagai bahasa dengan setiap media memiliki tata bahasa yang khas. Metafora ketiga menggambarkan media sebagai lingkungan, mengingatkan kita hidup dalam lingkungan yang penuh dengan informasi yang disebarkan melalui media dengan berbagai kecepatan, ketepatan, kemampuan interaksi, persyaratan fisik, dan kemudahan pembelajaran (Meyrowitz, 1986).

Norma adalah aturan, panduan, atau standar perilaku yang diterima oleh masyarakat atau kelompok tertentu. Norma mengatur perilaku individu dan menentukan apa yang dianggap benar atau salah, baik atau buruk dalam suatu konteks sosial. Norma dapat mencakup berbagai aspek kehidupan seperti moral, etika, sosial, budaya, agama, dan hukum. Norma berperan penting dalam membentuk dan mempertahankan harmoni sosial serta memberikan arahan dalam interaksi sosial dan pengambilan keputusan (Drastawan, 2021).

Setiap individu memiliki keinginan untuk hidup dalam harmoni, kedamaian, dan ketenangan, dan tidak ada yang menginginkan sebaliknya. Norma agama memainkan peran penting dalam mencapai tujuan tersebut, karena norma agama adalah aturan atau pedoman yang berfungsi sebagai petunjuk dan penerangan dalam menjalani kehidupan. Norma agama diterima sebagai hadiah langsung dari Allah SWT dan merupakan kasih sayang-Nya terhadap manusia agar mereka dapat selamat di dunia dan akhirat.

Norma agama merupakan landasan bagi norma-norma lainnya. Norma agama adalah peraturan hidup yang berasal dari Allah dan terdapat dalam kitab suci agama. Norma ini mengatur hubungan manusia dengan Tuhan dan antara sesama manusia. Penganut agama diharapkan untuk mentaati dan melaksanakan norma agama ini, dengan keyakinan akan menerima pahala di akhirat dan menghindari siksaan atau nestapa (Pramono, 2018). Norma agama bersifat mutlak dan tidak dapat ditawar-tawar atau diubah. Bagi sebagian orang yang mempercayainya, norma agama dianggap sebagai norma yang memiliki nilai paling tinggi. Selain mengatur hubungan antarmanusia, norma agama juga mengatur hubungan manusia dengan Tuhan dan makhluk ciptaan-Nya. Norma agama dapat dijadikan dasar atau landasan untuk berpikir, bertindak, dan berperilaku yang selaras, serasi, dan seimbang.

Norma agama menuntut ketaatan mutlak dari penganutnya dan menghargai nilai-nilai kemanusiaan serta mewujudkan keimanan dalam kehidupan sehari-

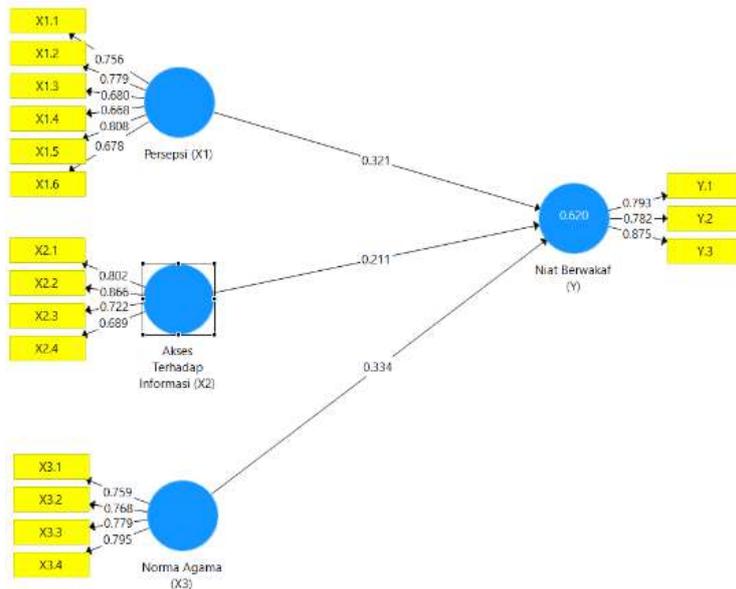
hari sesuai dengan firman Tuhan. Pelanggaran terhadap norma agama berakibat pada dosa, dan sanksi dan hukuman atas pelanggaran tersebut akan diberikan di akhirat. Sanksi yang diberikan di dunia dapat berupa dampak psikologis seperti depresi dan pertentangan batin. Pelanggaran norma agama berarti menentang perintah dan larangan Tuhan, dan pelanggar akan menerima hukuman dari-Nya di akhirat (Drastawan, 2021).

Berikut merupakan ciri dari norma agama:

- a. Norma agama bersumber langsung dari Tuhan Yang Maha Esa.
- b. Norma agama bersifat universal dan abadi.
- c. Pelaksanaan norma agama akan mendapatkan pahala, sedangkan pelanggarannya akan mendatangkan dosa.
- d. Norma agama bersifat komprehensif dan berlaku bagi seluruh umat manusia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan ilmiah yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data secara numerik. Dalam penelitian kuantitatif, data yang dikumpulkan berupa angka atau data yang dapat diukur secara objektif (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kota Tarakan menurut data BPS tahun 2022 berjumlah sekitar 244.185. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria (1) sampel merupakan masyarakat asli Kota Tarakan dengan ditunjukkannya KTP. (2) Sampel yang dipilih memiliki tingkat pendidikan minimal, yaitu setidaknya SMA/SMK/MA. Dengan menggunakan perhitungan rumus slovin maka sampel yang di dapatkan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan angket sebagai pengumpulan data. Dalam penelitian kuantitatif ini, SmartPLS akan digunakan sebagai alat analisis statistik utama untuk menganalisis pengaruh antara niat berwakaf masyarakat Kota Tarakan dengan isu persepsi, akses terhadap informasi, dan pemahaman norma agama. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) yang memiliki keunggulan dalam menangani model berbasis variabel laten atau tidak teramati. Hasil analisis data berfungsi sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan.



Gambar 1 Model SEM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Dalam analisis yang dilakukan, peneliti melakukan pemeriksaan nilai *loading factor* pada indikator-indikator yang terhubung dengan variabel laten. Dalam tabel di atas, nilai *loading factor* berkisar dari 0.668 hingga 0.875. Nilai *loading factor* yang paling terendah adalah 0.668, yang terdapat pada indikator X1.4. Ini menunjukkan bahwa indikator ini memiliki kontribusi yang relatif lebih rendah dalam menjelaskan variabel laten yang terhubung dengannya. Sementara itu, nilai *loading factor* yang paling tertinggi adalah 0.875, yang terdapat pada indikator Y.3. Ini mengindikasikan bahwa indikator ini memiliki kontribusi yang paling kuat dalam menjelaskan variabel laten yang terhubung dengannya. Secara keseluruhan, indikator-indikator dengan nilai *loading factor* di atas 0.6 dapat dianggap valid. Validitas konstruk dapat dinilai dengan memeriksa nilai AVE (Average Variance Extracted), di mana AVE mengindikasikan sejauh mana variabel laten mampu mewakili skor data asli. Nilai AVE yang ideal adalah minimal 0,50 sebagai batas pemotongan.

Tabel 1 Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Persepsi	0.533
Akses terhadap Informasi	0.597
Norma Agama	0.601
Niat Berwakaf	0.668

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari hasil pengolahan dalam Tabel 1 dapat dilihat bahwa analisis olah data SMART-PLS menghasilkan nilai AVE bagi setiap variabel yang dapat dianggap memuaskan, sebab nilainya memenuhi standar dengan jumlah lebih dari 0,5. Dari hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel laten memiliki kemampuan untuk menjelaskan lebih dari 50% variasi dari indikator-indikator yang ada. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dan konstruk dalam model telah memenuhi kriteria uji yang ditetapkan.

Salah satu cara lain untuk mengukur validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE (\sqrt{AVE}) untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (korelasi variabel laten).

Tabel 2 Discriminant Validity

	Persepsi	Akses terhadap Informasi	Niat Berwakaf	Niat Berwakaf
Persepsi	0.73			
Akses terhadap Informasi	0.735	0.773		
Niat Berwakaf	0.734	0.741	0.775	
Niat Berwakaf	0.721	0.694	0.726	0.818

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pada tabel terlihat bahwa setiap nilai akar kuadrat AVE dari konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya. Oleh karena itu, dapat

disimpulkan bahwa bahwa semua konstruk yang telah diestimasi dalam model memenuhi syarat uji Validitas Diskriminan.

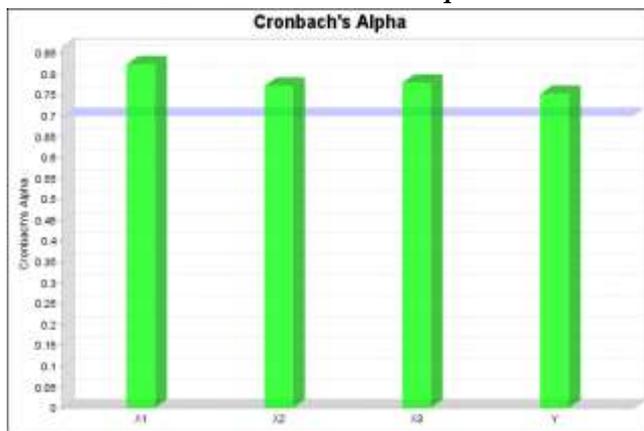
Langkah terakhir dalam evaluasi *Outer Model* adalah melakukan uji *Composite Reliability*. Metode ini dianggap lebih baik daripada menggunakan nilai alpha Cronbach dalam mengukur reliabilitas dalam model SEM. Evaluasi *Composite Reliability* untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara: konsistensi internal dan alpha Cronbach (Ghozali, 2014). *Alpha Cronbach* cenderung memberikan estimasi batas bawah dalam mengukur reliabilitas, sementara *Composite Reliability* tidak memasukkan asumsi reliabilitas, sehingga estimasi parameter menjadi lebih akurat (Ghozali, 2014). *Interpretasi Composite Reliability* mirip dengan *alpha Cronbach*, di mana nilai 0,7 ke atas dianggap dapat diterima. Berikut hasil data yang telah diolah:

Tabel 3 Composite Reliability dan Cronbach Alpha

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Persepsi	0.824	0.872
Akses terhadap Informasi	0.772	0.855
Norma Agama	0.78	0.858
Niat Berwakaf	0.753	0.858

Sumber: Data Diolah (2023)

Gambar 1 Cronbach Alpha



Sumber: Data Diolah (2023)

Pada Tabel 3 konstruk "Persepsi," nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh adalah 0.824, sedangkan nilai *Composite Reliability* adalah 0.872. Ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang mengukur persepsi responden terhadap suatu fenomena memiliki tingkat konsistensi dan reliabilitas yang baik. Konstruk "Akses terhadap Informasi" juga menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi. Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.772 dan *Composite*

Reliability sebesar 0.855 mengindikasikan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang mengukur sejauh mana responden memiliki akses terhadap informasi terkait memiliki tingkat keseragaman dan keandalan yang dapat diandalkan. Selanjutnya, untuk konstruk "Norma Agama," nilai *Cronbach's Alpha* mencapai 0.78, dan *Composite Reliability* mencapai 0.858. Hal ini menggambarkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang berfokus pada pengukuran norma agama memiliki tingkat konsistensi dan keandalan yang tinggi dalam mengukur konstruk tersebut. Dan, konstruk "Niat Berwakaf" juga menunjukkan nilai reliabilitas yang memadai. Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.753 dan *Composite Reliability* sebesar 0.858 menandakan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur niat responden untuk berwakaf memiliki tingkat konsistensi dan keandalan yang dapat diakui.

Dengan mempertimbangkan hasil yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa empat variabel memiliki reliabilitas yang dapat diandalkan. Hal ini dapat disimpulkan karena nilai-nilai reliabilitas yang diperoleh dari uji *Composite Reliability* memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, kita dapat memiliki keyakinan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel tersebut dapat memberikan hasil yang konsisten dan akurat dalam penelitian ini.

a. Inner Model

Terdapat tiga kategori batasan nilai R², yaitu 0,67 untuk substantial, 0,33 untuk moderat, dan 0,19 untuk lemah. Perubahan dalam nilai R² digunakan untuk menilai dampak yang substansial dari pengukuran variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen (Sarwono, 2014). Hasil analisis menghasilkan nilai R² sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Niat Berwakaf	0.62	0.608

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari Tabel 4 Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0.62 mengindikasikan bahwa sekitar 62% variasi dalam variabel "Niat Berwakaf" dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang digunakan dalam model analisis ini seperti variabel Persepsi, Akses terhadap Informasi dan Norma Agama. Sisanya sekitar 38% atau sebesar 0.38 dapat dijelaskan oleh

variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini. Hal ini berarti faktor-faktor yang telah diukur dan dimasukkan ke dalam model memiliki dampak yang cukup besar dalam menjelaskan variasi dalam niat berwakaf responden.

b. Pengujian Hipotesis

Proses pengambilan keputusan terhadap penerimaan hipotesis dalam penelitian ini diatur berdasarkan nilai kritis t-tabel untuk uji one tail test yang ditetapkan pada tingkat signifikansi 0,05. Nilai kritis t-tabel tersebut adalah sebesar 1,66. Nilai ini kemudian digunakan sebagai batas untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak.

1) Untuk mengambil keputusan terkait indikator-indikator dalam *outer model*, kita menilai nilai bobot (*weight*) masing-masing indikator dan nilai signifikansinya. Nilai bobot yang direkomendasikan adalah yang di atas nilai t-tabel 1,66 pada uji one tailed untuk $\alpha = 0,05$. Ini berarti jika t-statistik dari indikator melebihi nilai t-tabel tersebut, maka

indikator tersebut memiliki kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variabel laten yang terkait.

- 2) Untuk melihat hubungan antara variabel laten dalam inner model, kita perlu memeriksa nilai bobot inner (*inner weight*). Nilai bobot dari hubungan ini harus menunjukkan arah positif dengan t-statistik di atas nilai t-tabel 1,66 pada uji *one tailed* untuk $\alpha = 0,05$. Ini menandakan bahwa hubungan tersebut memiliki signifikansi statistik yang kuat dan konsisten dengan hipotesis yang diajukan.
- 3) Hipotesis penelitian dianggap diterima jika nilai bobot dari hubungan antar variabel laten menunjukkan arah positif dan t-statistik melebihi nilai t-tabel 1,66 pada uji *one tailed* untuk $\alpha = 0,05$. Sebaliknya, jika nilai t-statistik di bawah nilai t-tabel, hipotesis penelitian ditolak.

Dalam penelitian ini, terdapat tiga hipotesis yang diuji, dan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 5 Pengujian Hipotesis

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Persepsi -> Niat Berwakaf	0.321	0.317	0.154	2.084	0.038
Akses terhadap Informasi -> Niat Berwakaf	0.211	0.217	0.136	1.552	0.121
Norma Agama -> Niat Berwakaf	0.334	0.339	0.111	3.018	0.003

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel di atas didapatkan koefisien parameter dari variabel Persepsi terhadap Niat Berwakaf (*Original Sample*) sebesar 0.321 yang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kedua variabel. Selanjutnya nilai *t-statistics* yang dihasilkan dari pengolahan data sebesar 2.084 dengan t-tabel sebesar 1.66 maka ($2.084 > 1.66$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi berpengaruh signifikan terhadap variabel Niat Berwakaf.

Didapatkan nilai koefisien parameter dari variabel Akses terhadap Informasi terhadap Niat Berwakaf (*Original Sample*) sebesar 0.211 yang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kedua variabel. Selanjutnya nilai *t-statistics* yang dihasilkan dari pengolahan data sebesar 1.552 dengan t-tabel sebesar 1.66 maka perhitungannya ($1.554 < 1.66$) dapat disimpulkan bahwa variabel Akses

terhadap Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Niat Berwakaf.

Nilai koefisien parameter dari variabel Norma Agama terhadap Niat Berwakaf (*Original Sample*) sebesar 0.334 yang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kedua variabel. Selanjutnya nilai *t-statistics* yang dihasilkan dari pengolahan data sebesar 3.018 dengan t-tabel sebesar 1.66 maka perhitungannya ($3.018 > 1.66$) dapat disimpulkan bahwa variabel Norma Agama berpengaruh signifikan terhadap variabel Niat Berwakaf.

3.2. Pembahasan

Hasil dari variabel Persepsi berpengaruh terhadap Niat Berwakaf dengan nilai t-statistics 2.084 > 1.66 t-tabel. Persepsi memiliki pengaruh terhadap Niat Berwakaf karena persepsi seseorang terhadap suatu fenomena atau situasi dapat membentuk

keyakinan dan pemahaman yang mendasari niat dan perilaku mereka. Teori yang digunakan untuk menjelaskan hasil dari variabel Persepsi yang berpengaruh terhadap Niat Berwakaf adalah teori persepsi sosial dan teori motivasi perilaku. Berdasarkan teori persepsi sosial, persepsi individu terhadap suatu fenomena atau situasi memainkan peran penting dalam membentuk keyakinan, pemahaman, dan penilaian mereka terhadap suatu tindakan atau perilaku (Suhasti et al., 2022). Persepsi ini memengaruhi cara individu memandang manfaat, konsekuensi, dan dampak dari tindakan tersebut. Dalam konteks ini, persepsi individu terhadap berwakaf, manfaat yang dapat diperoleh, dan dampak positif yang mungkin timbul dapat mempengaruhi pembentukan niat untuk berwakaf.

Teori *planned behaviour* dalam menjelaskan hubungan antara persepsi dan niat berwakaf. Menurut teori ini, persepsi individu tentang suatu tindakan atau perilaku dapat menjadi faktor pendorong utama di balik niat dan tindakan nyata (Brosch, 2021). Persepsi positif terhadap berwakaf sebagai bentuk kontribusi yang bermanfaat bagi orang lain atau masyarakat secara umum dapat menghasilkan niat yang lebih kuat untuk melakukan tindakan berwakaf. Sebaliknya, jika seseorang meragukan manfaat atau efek positif dari berwakaf, niat untuk berwakaf mungkin menjadi lemah. Dengan demikian, teori persepsi sosial dan teori *planned behaviour* memberikan dasar untuk menjelaskan mengapa persepsi individu terhadap berwakaf dapat mempengaruhi niat mereka untuk berwakaf. Persepsi tidak hanya mempengaruhi pemahaman individu tentang tindakan tersebut, tetapi juga membentuk motivasi dan komitmen mereka untuk mengambil tindakan konkret.

Hasil dari variabel Akses terhadap Informasi tidak berpengaruh terhadap Niat Berwakaf dengan *t-statistics* $1.554 < 1.66$ t-tabel. Informasi yang tersedia mungkin tidak secara langsung terkait dengan konsep dan manfaat dari berwakaf. Jika masyarakat tidak mendapatkan informasi yang memadai tentang bagaimana wakaf dapat berdampak positif dalam kehidupan mereka atau dalam masyarakat, mereka mungkin tidak merasa terdorong untuk memiliki niat yang kuat untuk berwakaf.

Di sisi lain ketiadaan kesadaran yang cukup tentang wakaf juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi. Jika masyarakat tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang arti penting dari berwakaf dan manfaat yang dapat diperoleh melalui

tindakan tersebut, maka niat untuk berwakaf mungkin tidak terbentuk dengan kuat. Adapun faktor budaya dan nilai-nilai yang dipegang oleh masyarakat juga dapat berperan. Jika budaya atau nilai-nilai yang ada tidak memberikan penekanan yang cukup pada tindakan berwakaf, maka akses terhadap informasi mungkin tidak akan memiliki dampak yang besar pada pembentukan niat. Selain itu, Faktor ekonomi dan sosial juga tidak dapat diabaikan. Jika masyarakat menghadapi masalah ekonomi atau kebutuhan dasar yang lebih mendesak, maka niat untuk berwakaf mungkin tidak menjadi prioritas utama meskipun mereka memiliki akses terhadap informasi.

Dalam teori akses informasi menyoroti pendekatan komunikasi yang tepat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan tentang berwakaf juga dapat mempengaruhi reaksi masyarakat. Jika pesan tersebut tidak disampaikan dengan cara yang efektif atau tidak menarik perhatian masyarakat, informasi tersebut mungkin tidak mampu memicu terbentuknya niat berwakaf (Amadea & Nafis, 2017) (Diniyah, 2021).

Norma Agama berpengaruh terhadap Niat Berwakaf dengan *t-statistics* $3.018 > 1.66$ t-tabel. Norma agama memiliki dampak yang berarti terhadap niat berwakaf karena agama memiliki peran sentral dalam membentuk nilai-nilai, panduan moral, dan prinsip-prinsip yang mengarahkan tindakan individu dalam kehidupan sehari-hari. Ada beberapa alasan mengapa norma agama dapat memengaruhi niat berwakaf dalam masyarakat:

Agama mengajarkan nilai-nilai kemanusiaan, empati, dan kepedulian terhadap sesama. Prinsip-prinsip ini dapat mendorong individu untuk membantu dan memberikan kontribusi kepada orang lain melalui tindakan berwakaf. Ketika norma agama ini diinternalisasi, individu cenderung memiliki niat yang kuat untuk melakukan wakaf sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan moral mereka. Agama selalu mengedepankan manusia agar berbuat baik dan memberikan kepada yang membutuhkan. Konsep ini seringkali mendorong individu untuk berwakaf sebagai cara untuk menjalankan ajaran agama dan memberikan dampak positif pada masyarakat. Dengan mengartikulasikan tindakan berwakaf sebagai bentuk pengamalan prinsip-prinsip agama, norma ini dapat menjadi pendorong kuat untuk membentuk niat berwakaf (Syafiq, 2015). Maka dapat disimpulkan, semakin norma agama akan semakin tinggi niat membeli produk. Sebaliknya semakin rendah norma

agama, maka semakin rendah pula niat membeli produk (Efendi, 2020).

Keyakinan akan pahala atau ganjaran spiritual yang ditekankan oleh agama juga berkontribusi dalam membentuk niat berwakaf. Individu yang mengikuti ajaran agama cenderung memiliki dorongan untuk berwakaf karena mereka percaya bahwa tindakan ini akan memberikan imbalan spiritual di dunia lain. Norma agama sering diilustrasikan melalui contoh-contoh dari tokoh-tokoh agama atau komunitas yang mendukung tindakan berwakaf. Ketika individu melihat praktik berwakaf sebagai bagian dari ajaran agama yang dianut oleh tokoh-tokoh tersebut, mereka lebih cenderung memiliki niat untuk mengadopsi nilai-nilai tersebut dalam tindakan mereka (Kasri & Chaerunnisa, 2022).

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tiga variabel utama, yaitu Persepsi, Akses Terhadap Informasi, dan Pemahaman Norma Agama, mempengaruhi niat masyarakat Kota Tarakan untuk melakukan wakaf. Melalui pengukuran persepsi individu terhadap konsep wakaf, tingkat akses mereka terhadap informasi terkait wakaf, dan pemahaman mereka tentang norma agama yang berkaitan dengan wakaf, penelitian ini berusaha untuk menggambarkan pengaruh masing-masing variabel terhadap pembentukan niat berwakaf. Gejala umum ini mencerminkan usaha untuk mengidentifikasi sejauh mana persepsi, akses informasi, dan pemahaman agama masyarakat dapat memengaruhi dan membentuk kecenderungan mereka dalam melakukan tindakan berwakaf. Dengan memahami hubungan ini, penelitian ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang berkontribusi pada niat berwakaf di komunitas Tarakan.

Teori *planned behaviour* dalam menjelaskan hubungan antara persepsi dan niat berwakaf. Menurut teori ini, persepsi individu tentang suatu tindakan atau perilaku dapat menjadi faktor pendorong utama di balik niat dan tindakan nyata (Brosch, 2021). Persepsi positif terhadap berwakaf sebagai bentuk kontribusi yang bermanfaat bagi orang lain atau masyarakat secara umum dapat menghasilkan niat yang lebih kuat untuk melakukan tindakan berwakaf.

Dalam teori akses informasi menyoroti pendekatan komunikasi yang tepat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan tentang berwakaf juga dapat mempengaruhi reaksi masyarakat. Jika

pesan tersebut tidak disampaikan dengan cara yang efektif atau tidak menarik perhatian masyarakat, informasi tersebut mungkin tidak mampu memicu terbentuknya niat berwakaf (Amadea & Nafis, 2017).

Agama selalu mengedepankan manusia agar berbuat baik dan memberikan kepada yang membutuhkan. Konsep ini seringkali mendorong individu untuk berwakaf sebagai cara untuk menjalankan ajaran agama dan memberikan dampak positif pada masyarakat. Dengan mengartikulasikan tindakan berwakaf sebagai bentuk pengamalan prinsip-prinsip agama, norma ini dapat menjadi pendorong kuat untuk membentuk niat berwakaf (Syafiq, 2015).

Metode dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi seluruh masyarakat Kota Tarakan yang menurut BPS berjumlah 244.185 jiwa. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus *slovin* maka sampel dalam penelitian ini didapatkan sebesar 100 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS dengan menggunakan *software* statistik SmartPLS. Berikut hasil dalam penelitian ini:

- Hasil dari perhitungan nilai t-statistics variabel Persepsi terhadap Niat Berwakaf sebesar 2.084 dengan t-tabel sebesar 1.66 maka ($2.084 > 1.66$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi berpengaruh signifikan terhadap variabel Niat Berwakaf.
- Hasil dari perhitungan nilai t-statistics variabel Akses terhadap Informasi sebesar 1.552 dengan t-tabel sebesar 1.66 maka perhitungannya ($1.554 < 1.66$) dapat disimpulkan bahwa variabel Akses terhadap Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Niat Berwakaf.
- Hasil dari perhitungan nilai t-statistics dari variabel Norma Agama terhadap Niat Berwakaf sebesar 3.018 dengan t-tabel sebesar 1.66 maka perhitungannya ($3.018 > 1.66$) dapat disimpulkan bahwa variabel Norma Agama berpengaruh signifikan terhadap variabel Niat Berwakaf.

Penelitian ini memiliki implikasi yang berharga dalam beberapa aspek. Pertama, temuan ini menunjukkan perlunya meningkatkan kesadaran dan edukasi masyarakat Tarakan tentang wakaf. Fokus pada persepsi, pemahaman norma agama dan peningkatan akses informasi dapat mendorong pemahaman yang lebih baik tentang berwakaf di

kalangan masyarakat. Kedua, hasil ini mengindikasikan pentingnya mengembangkan program informasi yang lebih relevan dan efektif. Dalam memperkuat hubungan antara informasi dan niat berwakaf, diperlukan pendekatan komunikasi yang tepat.

Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, temuan terfokus pada masyarakat Kota Tarakan saja. Kedua, penelitian ini hanya mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi niat berwakaf, sementara faktor lain seperti aspek ekonomi dan lingkungan sosial mungkin juga memiliki peran.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Dr. Pitri Yandri yang selalu membimbing, memberikan arahan dan motivasi untuk menulis penelitian ini. Tak lupa, motivasi dan dukungan moral dari keluarga yang selalu menyemangati agar studi ini berjalan hingga selesai. Tak luput penulis mengucapkan terima kasih kepada Keluarga Besar JIEI STIE AAS yang telah memberikan kesempatan untuk penulis untuk mempublikasi karya ilmiah ini.

6. REFERENSI

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

Ali, M. D. (2012). *Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Wakaf* (1st ed.). UIP Press.

Amadea, N., & Nafis, M. C. (2017). Analisis Pengaruh Media Komunikasi Terhadap Intensi Masyarakat Dalam Berwakaf Di Wakaf Al-Azhar, Jakarta. *Jurnal Middle East And Islamic Studies*, 4(1), 92–106.

Badawi, B., Andi Purnomo, M. R., Siswanti, Y., Syari'udin, A., Kholid, M. N., Muslichah, I., & Gusman, T. A. (2022). Religiosity and subjective norm in waqf intention. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 11(8), 264–275. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i8.2120>

Brosch, T. (2021). Affect and emotions as drivers of climate change perception and action: a review. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 42, 15–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2021.02.001>

Dahlan, R. (2016). Analisis Kelembagaan Badan Wakaf Indonesia. *Esensi*, 6(1), 113–124. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i1.3125>

Daud, D., Ismail, A. M., Rahman, R. A., Sadique, R. B. M., & Zakaria, N. B. (2019). Perceptions of Waqf Reporting Practices by State Religious Islamic Councils. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(4), 11092–11098. <https://doi.org/10.35940/ijrte.d7142.118419>

Diniyah, F. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 544–552. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>

Drastawan, I. N. A. (2021). Kedudukan Norma Agama, Kesusilaan, dan Kesopanan dengan Norma Hukum Pada Tata Masyarakat. *Jurnal Komunitas Yustisia Pendidikan Ganesha*, 4(3), 928–939.

Duha, T. (2018). *Perilaku organisasi*. Deepublish.

Efendi, R. (2020). the Factors of Intention To Buy Halal-Labeled Food on Muslim Students Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 70–79. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.514>

Faizal, M., ARIFFIN, N., MOHAMMAD ZAINI, Y., ABDUL BASIR, M., & AMIR FAZLIM, J. @YUSOFF. (2021). Wakaf Sebagai Dana Alternatif untuk Pembiayaan Pendidikan Peringkat Sekolah di Malaysia: Satu Tinjauan. *Journal of Contemporary Islamic Law*, 6(2), 105–113.

Hasbullah, N. A., Khairi, K. F., & Ab. Aziz, M. R. (2016). Intention To Contribute in Corporate Waqf: Applying the Theory of Planned Behaviour. *UMRAN - International Journal of Islamic and Civilizational Studies (EISSN: 2289-8204)*, 3(1). <https://doi.org/10.11113/umran2016.3n1.39>

Kasri, R. A., & Chaerunnisa, S. R. (2022). The role of knowledge, trust, and religiosity in explaining the online cash waqf amongst Muslim millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1334–1350. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>

Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2002). *Handbook of new media: Social shaping and consequences of ICTs*. Sage.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory* (Vol. 1). Sage.

McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.

Meyrowitz, J. (1986). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. Oxford University Press.

- Napitu, R. M., Lubis, R., & Nasution, H. (2021). Potensi Wakaf Uang dan Model Pengembangannya: Studi Kasus di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1224–1233. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2603>
- Nour Aldeen, K., Ratih, I. S., & Sari Pertiwi, R. (2022). Cash waqf from the millennials' perspective: a case of Indonesia. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 14(1), 20–37. <https://doi.org/10.1108/IJIF-10-2020-0223>
- Ogbodoakum, N., & Abiddin, N. Z. (2017). Theory of Planned Behaviour and readiness for changes: Implication for organisations. *MIMBAR PENDIDIKAN*, 2(1).
- Pramono, B. (2018). Norma Sebagai Sarana Menilai Bekerjanya Hukum Dalam Masyarakat. *Perspektif Hukum*, 17(1), 101. <https://doi.org/10.30649/phj.v17i1.86>
- Purbowanti, A., & Muntaha, D. (2018). Wakaf Tunai Untuk Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 4(2), 209. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i2.3042>
- Qurrata, V. A., Seprillina, L., Narmaditya, B. S., & Hussain, N. E. (2020). Media promotion, Islamic religiosity and Muslim community perception towards charitable giving of cash waqf. *International Journal of Monetary Economics and Finance*, 13(3), 296–305. <https://doi.org/10.1504/IJMEF.2020.108825>
- Rivai, A., & Prawironegoro, D. (2015). *Manajemen Strategis (Kajian Manajemen Strategis Berdasar Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik*. Mitra Wacana Media.
- Rozalinda. (2016). *Manajemen Wakaf Produktif (II)*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Shaifudin, R. N., & Fahrullah, A. (2020). Peran Nadzir Dalam Mengelola Harta Benda Wakaf Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Umat (Studi Kasus Yayasan Baiturrahmah Sejahtera Sidoarjo). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p95-105>
- Soekanto, S., & Sulistyowati, B. (2013). *Sosiologi Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Suhasti, W., Handayani, L. F., & Winarno, Y. P. (2022). Pengaruh Persepsi, Religiusitas, Dan Pendapatan Masyarakat Muslim Kabupaten Sleman Terhadap Minat Berwakaf Uang. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 114. <https://doi.org/10.29300/aij.v8i1.6389>
- Sutabri, T. (2012). *Konsep sistem informasi*. Penerbit Andi.
- Sutra, R. (2020). Implementasi Pengolahan Wakaf Produktif Di Global Wakaf Dalam Menyejahterakan Umat. *SAKINA: Journal of Family Studies*, 4(3).
- Syafiq, A. (STAIN K. (2015). Zakat Ibadah Sosial Untuk Meningkatkan Ketaqwaan Dan Kesejahteraan Sosial. *Ziswaf*, 2(2), 380–400. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/Ziswaf/article/download/1558/1429>
- Ulfah, M. (2019). *Analisis Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Dalam Meningkatkan Kemanfaatan Harta Wakaf (Studi Pada Pengurus Nazhir Wakaf Di Masjid Al-Furqon KotaBandar Lampung)*.