

Preferensi Wakaf Uang pada Masyarakat Surakarta

Agung Abdullah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN RM Said Surakarta

Email korespondensi : agungabd@gmail.com

Abstract

The existence of financial technology provides a new way for waqf practices in Indonesia. Waqf can not only be done by giving goods directly, but also through cash waqf transferred via e-banking service to nadzir. Cash Waqf or waqf with giving a cash money means money as an object for waqf which will be managed by Nadzir to get the results that will be given to the recipient of the waqf. As it is known that cash waqf expected to make it easier for Muslims. This study aim to measures the waqf preferences that are influenced by cash waqf services on e-banking, religiosity and income, and compares the waqif preferences for waqf directly and indirectly by using cash waqf services by banks through e-banking. The sample in this study amounted to 96 people who have donated to waqf in Surakarta taken by purposive sampling technique. Data collection was done by distributing questionnaires. This study uses multiple linear regression analysis techniques and data processing using the IBM SPSS Statistic 22 program. The results show that the use of e-banking and income has a]significant effect on the preference for cash waqf. Meanwhile, religiosity has no effect on the preference for cash waqf. Income has a significant effect on the preference for cash waqf. While the preference for direct waqf is higher than the preference for indirect waqf using e-banking services, this result is supported by the perception of donors (wakif) that the enduring nature of waqf property would be better if it was handed over to a manager or institution that is known directly.

Keywords : Wakaf, e-banking. Religiusitas, Pendapatan

Saran sitasi: Abdullah, A. (2022). Preferensi Wakaf Uang pada Masyarakat Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 180-186. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3551>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3551>

1. PENDAHULUAN

Keberadaan wakaf di dalam agama Islam sangat dianjurkan untuk dikerjakan karena masuk pada amal jariyah, yang mana amalan tersebut memiliki pahala yang tidak terputus pada pemiliknya meskipun sudah meninggal, dikarenakan manfaat dari apa yang diwakafkan tersebut selalu ada bagi penerimanya. Namun, masyarakat Indonesia pada umumnya hanya memahami wakaf dalam bentuk benda tak bergerak utamanya pada wujud tanah yang dikelola menjadi bangunan masjid ataupun madrasah. Masyarakat lebih mengenal dan memahami praktik wakaf keagamaan dibandingkan dengan wakaf yang lebih bertujuan untuk pemberdayaan sosial (Handayani & Kurnia, 2015). Seiring berkembangnya zaman serta kebutuhan ekonomi yang menyebabkan permasalahan ekonomi semakin muncul di Indonesia saat ini, sangat diperlukan instrumen ekonomi alternatif yang dapat membantu memperbaiki permasalahan yang ada dan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Dalam hal

ini, bentuk masalah ekonomi yang dimaksud mengarah pada ketimpangan dan kemiskinan. Tidak hanya di Indonesia saja negara yang mengalami masalah ekonomi, negara lain pun juga tidak lepas dari masalah perekonomian (Ananta, 2019). Kontribusi wakaf diharapkan dapat berkontribusi mengatasi masalah ekonomi dan sosial (Shaikh et al. 2017). Wakaf uang dapat mengatasi masalah pembiayaan untuk pengusaha mikro jika dilakukan integrasi dengan para pengusaha mikro (Thaker et al. 2016). Selain itu wakaf dapat menjadi alat kewirausahaan dalam mengejar kesejahteraan umat (Iman & Mohammad, 2017). Wakaf fleksibel dalam pemanfaatan dananya jika dibandingkan dengan zakat. Karena wakaf dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam layanan kesejahteraan umum bukan pada kalangan tertentu saja (Shaikh et al. 2017).

Di antara banyaknya jenis wakaf salah satunya adalah wakaf uang. Wakaf uang memiliki potensi sangat besar untuk memperbaiki permasalahan

ekonomi di Indonesia, namun penghimpunan wakaf uang di Indonesia sendiri masih belum dilakukan secara maksimal (KNKS, 2019). Sedangkan sampai dengan akhir tahun 2020 terkumpul sebesar Rp 391 M (BWI, 2021). Selain itu Nasution dalam penelitian Hasim et al. (2016) mengasumsikan potensi wakaf sebagai berikut :

Tabel 1. 1
Potensi Wakaf Uang di Indonesia

Tingkat Penghasilan/ Bulan (Rupiah)	Jumlah Muslim (Jiwa)	Tarif Wakaf/ Bulan (Rupiah)	Potensi Wakaf Uang/ Bulan (Rupiah)	Potensi Wakaf Tahun (Rupiah)
500.000	4 juta	5.000	20 Milyar	240 Milyar
1 - 2 juta	3 juta	10.000	30 Milyar	360 Milyar
2 – 5 juta	2 juta	50.000	100 Milyar	1,2 Triliun
5 – 10 juta	1 juta	100.000	100 Milyar	1,2 Triliun
Total				3 Triliun

Sumber : Nasution, 2005

Sedangkan selama beberapa tahun ini berdasarkan beberapa sumber dapat diketahui bahwa jumlah penghimpunan wakaf uang belum seperti yang diinginkan. Berikut data jumlah penghimpunan wakaf uang:

Tabel 1. 2
Total Penghimpunan Wakaf Uang

No.	Tahun	Jumlah
1.	2017	400 Miliar
2.	2018	225 Miliar
3.	2019	400 Miliar
4.	2020	391 Miliar

Sumber: (KNKS, 2019)

Perkembangann wakaf uang sebenarnya semakin mudah untuk dilakukan. Banyak nazir resmi yang sudah diresmikan Badan Wakaf Indonesia. Data jumlah nazir di Indonesia sampai dengan bulan Oktober 2019 ada 224 nazir (BWI, 2019). Selain itu banyak lembaga bank sebagai LKS-PWU (Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang) yang ditunjuk oleh Kementerian Agama untuk ikut menjadi bagian penghimpunan wakaf uang. Sampai saat ini terdapat 23 bank sebagai LKS-PWU (BWI, 2021).

Perbankan syariah di Indonesia sejauh ini telah menyesuaikan diri dengan perubahan zaman termasuk pada layanan online. Salah satu cara atau layanan yang disuguhkan adalah layanan bank syariah melalui *e-banking*-nya. *E-banking* memiliki beragam cara untuk melakukan transaksi mulai dari *phone banking*, *SMS banking*, *m-banking*, *internet banking*, maupun ATM. Untuk *m-banking* sendiri sudah menghadirkan fitur untuk wakaf tunai. Fitur *mobile banking* terkoneksi dengan layanan zakat dan wakaf (indotelko.com, 2020). Hal tersebut tentu semakin mempermudah masyarakat untuk melakukan wakaf.

Potensi untuk mengoptimalkan wakaf lebih besar lagi juga didukung oleh banyaknya keberadaan muslim di Indonesia. Berbicara mengenai umat muslim, sebuah religiusitas umat bisa mempengaruhi sikap, pilihan, maupun keputusan terhadap sesuatu. Penelitian Maulida (2016) mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh dalam hal beramal. Hal tersebut menjadi sebuah pertanyaan apakah sebuah religiusitas juga akan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat untuk melakukan waqaf uang yang menjadi salah satu bentuk amal.

Selain itu terdapat penelitian yang mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap partisipasi wakaf tunai (Faisal, 2019). Namun di dalam penelitian lain milik Ilman (2019) hasil yang didapat justru religiusitas berhubungan negatif terhadap wakaf uang, dimana seseorang cenderung tidak menerima keberadaan wakaf uang karena terlalu berhati-hati dalam mempersepsikan wakaf uang.

Sikap terhadap wakaf sebagai ibadah sunnah di dalam Islam oleh masyarakat muslim juga akan dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan seperti misalnya pertimbangan dari sisi pendapatan yang dimilikinya. Penelitian milik Amalia & Puspita (2018) mengungkapkan bahwa semakin tinggi pendapatan akan berpengaruh positif terhadap minat wakaf uang sedangkan Ash-shiddiqy (2018) mengungkapkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwakaf uang.

Tinjauan Pustaka

a. Preferensi

Makna preferensi dalam Kamus Imiah Populer Lengkap yang disusun oleh Farida Hamid preferensi adalah pilihan; keadaan yang lebih disukai (Hamid, n.d.). Preferensi dimaknai sebagai kecenderungan seseorang untuk memilih atau mengutamakan sesuatu (Wahyuningsih,

2014). Erinda dalam penelitiannya (Erinda et al. 2016) mendefinisikan preferensi sebagai proses memilih informasi atau sesuatu hal yang lebih disukai oleh konsumen.

Pendapat Simamora mengenai preferensi konsumen yang dikutip oleh Al Basya (2018) bahwa preferensi konsumen adalah pilihan atau minat seseorang untuk menyatakan suka atau tidak terhadap suatu produk. Selain itu Simamora mengungkapkan dua analisis untuk mengukur preferensi konsumen, antara lain metode *konjoin* dan *compensatory model*. *Konjoin* model adalah analisis yang coba menentukan kepentingan relatif yang dikaitkan pelanggan pada atribut yang penting dan *utility* (fungsi kegunaan) dikaitkan pada tingkatan atribut (Supandi, 2012).

Sedangkan *compensatory model* merupakan bentuk analisis yang melihat bahwa keputusan oleh konsumen adalah konsumen mengevaluasi merek yang dipilih dan menilainya dengan skor berdasarkan atribut produknya dimana kelebihan dari salah satu atribut dapat menutupi kekurangan atribut lain (Suhari, 2008). Jika dikaitkan dengan persepsi maka preferensi adalah sikap atau pilihan terhadap stimulus yang mendapat pengaruh dari faktor internal dan eksternal. Preferensi dalam Islam harus bertujuan untuk kesejahteraan, distribusi yang imbang, dan memiliki kemaslahatan. Fatmah (2018) dalam penelitiannya menjabarkan bahwa preferensi dapat diukur dengan 5 indikator, antara lain Keuntungan relatif, Keterbukaan informasi, Kompabilitas, Kompleksitas, Triabilitas.

b. Wakaf

Kata wakaf berasal dari kata kerja Arab yakni “*waqafe*” (وقف), wakaf memiliki arti memegang, menyimpan atau menahan (Rizal & Amin, 2017). Wakaf merupakan sedekah jariah yang membuat orang yang berwakaf memiliki pahala berkelanjutan dan memiliki manfaat yang abadi bagi publik. Dalam buku Fiqh Muamalah karangan Helmi wakaf adalah menahan harta yang mungkin manfaatnya dapat dipakai orang lain, zatnya kekal kemudian menyerahkannya ke tempat-tempat yang ditentukan secara syara’, dan benda-benda yang dimanfaatkannya itu tidak boleh leluasa digunakan (Abdullah, 2020).

Wakaf uang berarti menjadikan uang sebagai benda atau objek untuk diwakafkan yang kemudian akan dikelola oleh nazir hingga

mendapatkan hasil yang akan diberikan kepada penerima wakaf. *Cash waqf* atau wakaf uang merupakan wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai (Faisal, 2019). Wakaf uang dapat diinvestasikan melalui mudharabah dan keuntungan yang didapatkan akan digunakan untuk tujuan amal (Thaker et al., 2016). Terdapat potensi wakaf uang yang tidak hanya dalam bidang keagamaan tetapi juga pada pembiayaan untuk membiayai berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan umum, seperti kesehatan, pendidikan, kegiatan bisnis dan komersial, dan lain-lain (Mohsin, 2013).

c. Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata *religiosity* yang memiliki arti keshalihan, pengabdian yang besar pada agama (Zahri & Hafasnuddin, 2016). Religiusitas lebih menekankan pada kualitas penghayatan serta sikap hidup masing-masing individu berdasarkan nilai luhur keagamaan yang diyakininya. Religiusitas adalah sebuah tingkat keberagamaan yang melekat pada seseorang. Agama sendiri merupakan ajaran, sistem yang mengatur tata keimanan (kepercayaan) dan peribadatan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dengan manusia serta manusia dan lingkungannya (“Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),” n.d.).

Religiusitas adalah suatu keadaan pada diri individu yang mendorong individu tersebut untuk berperilaku sesuai ketaatannya terhadap agama (Rahmawati, 2016). Sedangkan Fauzan (2014) menguraikan definisi religiusitas adalah tingkat keyakinan spesifik dalam nilai-nilai agama dan cita-cita yang dilakukan oleh seseorang. Religiusitas mengacu pada keyakinan seseorang kepada Tuhannya serta sejauh mana mereka mengejar jalan yang dianggap sudah ditetapkan Tuhan (Rizal & Amin, 2017).

Terdapat potensi dalam religiusitas untuk mempengaruhi wakaf tunai sehingga bisa dikatakan sebagai motivasi intrinsik dalam berwakaf (Osman et al. 2012). Religiusitas dapat diwujudkan melalui berbagai aspek kehidupan termasuk melalui aspek ekonomi. Terdapat 5 dimensi religiusitas yang kemudian dirangkum oleh Adhim (2009) antara lain Keyakinan, Praktik

Agama, Pengalaman, Pengetahuan Agama dan Pengalaman.

d. Pendapatan

Pendapatan adalah penghasilan atau output berupa sejumlah uang dari usaha seseorang setelah bekerja keras (Murhaban & Merawati, 2018). Menurut Muhammad Ash-Shiddiqy pendapatan merupakan tambahan harta dari sumber yang jelas, diketahui serta bersifat tetap. Dalam konteks rumah tangga distribusi pendapatan akan berkaitan dengan terminologi sedekah yang biasanya dipahami dalam 2 aspek yakni sedekah wajib dan sedekah sunnah (Nizar, 2014). Dua aspek tersebut di mata masyarakat dipahami dalam bentuk zakat untuk sedekah wajib sedangkan untuk sedekah sunnah dalam bentuk infak, wakaf, akikah, maupun wasiat.

Pendapatan merupakan jumlah harta kekayaan awal periode yang ditambah dengan keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Pada penelitiannya Salmawati dan Fitri (2018) menemukan bahwa pendapatan mempengaruhi keputusan dalam bersedekah.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini berupa penelitian yang memberikan gambaran maupun uraian dari suatu keadaan sejelas mungkin dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul keterangan kemudian diolah dengan data statistik (Handayani & Kurnia, 2015). Sampel pada penelitian ini adalah 96 nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna *e-banking* di Surakarta. Penelitian ini dilakukan antara bulan Juli sampai Oktober 2021.

Jumlah populasi pada penelitian ini menggunakan rumus Lameshow (Sugianto & Rahman, 2019), yaitu:
$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1-P)}{d^2} = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = 96 \text{ Responden.}$$

Pengolahan data selanjutnya menggunakan berbagai uji data dengan menggunakan IBM SPSS Statistic 22.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Wakaf uang sebagai salah satu bentuk amal ibadah sunnah sudah memiliki dasar hukum di

Indonesia. Sebelumnya sudah ada Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 1977 dan Kompilasi Hukum Islam. Kemudian telah ada UU Nomor 41 tahun 2004 yang awalnya bermula dari adanya fatwa MUI yang ditetapkan pada tanggal 11 Mei 2002. Lebih rinci lagi mengenai benda bergerak berupa uang dijelaskan pada pasal 22 dan 23 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2006 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 41 tahun 2004. Untuk aturan prosedur administrasi wakaf uang diatur pada Peraturan Menteri Agama Nomor 4 tahun 2009 tentang Administrasi Pendaftaran Wakaf Uang.

Kemudahan akses untuk berwakaf uang semakin berkembang di era saat ini. Hal ini didukung banyaknya perbankan syariah yang sudah diizinkan menjadi Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang. Dimana bank syariah memiliki layanan untuk memudahkan wakaf uang dengan adanya layanan dari *e-banking*-nya.

3.2. Pembahasan

Preferensi wakaf

Penggunaan *e-banking* merupakan perbuatan menggunakan *e-banking* itu sendiri untuk memenuhi kebutuhan yang seseorang itu perlukan. Salah satu bentuk *e-banking* pada fitur *mobile banking* terkoneksi dengan layanan zakat dan wakaf (indotelko.com, 2020). Sehingga apabila penggunaan *e-banking* dilakukan oleh nasabah dalam hal ini kaitannya dengan wakaf uang maka nantinya akan terlihat terjadi pengaruh atau tidaknya penggunaan *e-banking* tersebut terhadap preferensi melakukan wakaf uang.

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel penggunaan *e-banking* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi melakukan wakaf uang di Surakarta. Dari hasil uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena $4,005 > 1,986$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-banking* yang dilakukan oleh nasabah dapat mempengaruhi semakin tingginya pula preferensi melakukan wakaf uang. Hal tersebut dapat terjadi karena tersedianya fitur transaksi untuk beramal termasuk wakaf uang di dalam *e-banking*.

Religiusitas merupakan keadaan pada diri individu yang mendorong individu tersebut untuk berperilaku sesuai kadar ketaatannya terhadap agama (Rahmawati, 2016). Sehingga apabila religiusitas seseorang dalam hal ini dikaitkan dengan wakaf uang maka nantinya akan terlihat terjadi atau tidaknya

pengaruh religiusitas tersebut terhadap preferensi melakukan wakaf uang. Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap preferensi melakukan wakaf uang (Y) di Surakarta. Dari hasil uji t diketahui nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ karena $1,610 < 1,986$ dan nilai signifikansi $0,111 > 0,05$. Meskipun pada penelitian sebelumnya Osman (2012) menyebutkan bahwa religiusitas sebagai motivasi intrinsik dalam hal berwakaf uang tetapi penelitian ini justru menunjukkan hasil bahwa religiusitas yang dimiliki seseorang tidak berpengaruh terhadap preferensi melakukan wakaf uang. Karena beberapa masyarakat belum sepenuhnya mehamami tentang wakaf uang sebagai salah satu bentuk wakaf.

Distribusi pendapatan dalam konteks rumah tangga akan berkaitan dengan terminologi sedekah yang biasanya dipahami dalam 2 aspek yakni sedekah wajib dan sedekah sunnah (wakaf) (Nizar, 2014). Hal tersebut menunjukkan apabila pendapatan yang dimiliki seseorang dalam kaitannya dengan wakaf uang nantinya akan dapat terlihat berpengaruh atau tidaknya terhadap preferensi melakukan wakaf uang. Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi melakukan wakaf uang di Surakarta. Dari hasil uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena $2,054 > 1,986$ dan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan seseorang dapat mempengaruhi preferensi melakukan wakaf uang. Apabila pendapatan yang dimiliki seseorang meningkat maka hal tersebut dapat meningkatkan pula preferensi melakukan wakaf uang. Karena ketika pendapatan tinggi maka kebutuhan dasar sudah tercukupi dan hal tersebut dapat memberi peluang dan motivasi untuk bisa digunakan pada hal lain salah satunya sebagai donasi dimana wakaf uang menjadi bagian dari donasi itu sendiri sesuai dengan pernyataan pada kuesioner penelitian. Hal ini sejalan dengan penelitian Amalia dan Puspita (2018) serta Nizar (2014) yang menyatakan bahwa pendapatan seseorang berpengaruh positif terhadap berminat wakaf uang.

Untuk memperdalam pengetahuan tentang preferensi wakaf masyarakat Surakarta, peneliti mengadakan polling sederhana dengan membandingkan preferensi berwakaf secara online melalui e-banking (wakaf uang) atau berwakaf langsung ke lembaga wakaf yang diketahui. Hasilnya 92 % masyarakat di Surakarta memilih untuk

berwakaf secara langsung ke lembaga wakaf yang diketahui. Hal ini sejalan dengan penelitian Moh Zidni Ilman (2019) yang menyatakan bahwa religiusitas yang tinggi membuat seseorang cenderung tidak menerima persepsi tentang wakaf uang (Ilman, 2019). Dimana dalam penelitian tersebut dijelaskan dapat terjadi karena seseorang merasa lebih berhati-hati dan banyak pertimbangan terhadap persepsi wakaf uang yang merupakan bentuk baru dari wakaf dan mempertimbangkan wakaf uang tersebut benar-benar bentuk dari wakaf yang seperti biasanya atau bukan. Selain itu para donatur (*wakif*) bahwa sifat harta wakaf yang abadi akan lebih baik jika diserahkan ke pengelola atau lembaga yang diketahui langsung (*personal guarantee*).

4. KESIMPULAN

Preferensi wakaf uang pada masyarakat dipengaruhi oleh teknologi *e-banking* dan pendapatan, sehingga keberadaan menu-menu donasi pada *e-banking* bank syariah sangat diperlukan. Sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap preferensi melakukan wakaf uang. Bagi sebagian besar masyarakat Surakarta, wakaf masih dipahami sebagai sedekah yang abadi, keabadian harta wakaf tersebut dianggap sakral sehingga harus jelas pemanfaatannya dan kepada siapa diberikan. Wakaf uang meski dianggap lebih fleksibel, namun belum dapat diterima dalam pemahaman oleh para wakif.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penelitian ini, kepada para wakif yang telah berkomitmen untuk menyerahkan hartanya di jalan Allah.

6. REFERENSI

- Adhim, F. (2009). Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 5, 127–154.
- Al Basya, M. F. Y., Mawardi, M. K., & Nuralam, I. P. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kursus Bahasa Inggris (Studi Pada Pelanggan Lembaga Kursus Bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(2), 197–205.
- Amalia, A. N., & Puspita, P. (2018). Minat Masyarakat Jakarta dalam Berwakaf Uang pada Lembaga Wakaf. *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.35448/jiec.v2i2.4382>

- Ananta, Y. (2019). Ini Sumber Masalah Ekonomi Dunia Versi Menkeu. Retrieved January 6, 2021, from [cnbcindonesia.com website: https://www.cnbcindonesia.com/market/20190130100126-17-53002/ini-sumber-masalah-ekonomi-dunia-versi-menkeu](https://www.cnbcindonesia.com/market/20190130100126-17-53002/ini-sumber-masalah-ekonomi-dunia-versi-menkeu)
- Ash-shiddiqy, M. (2018). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Berwakaf uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY. *PANANGKARAN Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 2(2).
- BWI. (2021). Menelisik Manfaat Potensi Wakaf Uang untuk Bantu Kaum Dhuafa. Retrieved February 5, 2021, from 05 Februari 2021 website: www.bwi.go.id/5926/2021/02/05/menelisik-manfaat-potensi-wakaf-uang-untuk-bantu-kaum-dhuafa/
- Erinda, A., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Analisis Faktor-faktor Preferensi Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan McDonald ' s di Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1), 87–95.
- Faisal, M. (2019). Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, an Partisipasi Terhadap Wakaf Tunai. *Li Falah*, 4(1), 235–250.
- Fatmah. (2018). Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Wakaf Tunai Sebagai Instrumen Pembiayaan Pembangunan. *OECONOMICUS Journal Of Economics*, 4.
- Fauzan. (2014). Hubungan Religiusitas Dan Kewirausahaan: Sebuah Kajian Empiris Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Modernisasi*, 147–157.
- Hamid, F. (n.d.). *Kamus Ilmiah Populer Lengkap*. Surabaya: APPOLO.
- Handayani, R. P., & Kurnia, T. (2015). Analisis persepsi masyarakat kota bogor terhadap wakaf tunai bogor people perception analysis to the cash waqf. *Jurnal Syarikah*, 1(2), 61–70.
- Hasim, K., Lubis, D., & Ali, K. M. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penghimpunan Wakaf Uang di Indonesia (Pendekatan Analytical Network Process) Analysis of Factors Affecting The Level of Cash Waqf Raising in Indonesia (Analytical Network Process Approach) 1 Pendahuluan. *Jurnal Al-Muzara'ah*, 4(2), 127–141.
- Htay, S. N. N., Mohamed, M., & Osman, A. F. (2012). Determinants of Cash Waqf Giving in Malaysia: Survey of selected works. *Workshop Antarbangsa Pembangunan Berteraskan Islam V*, 10.
- Ilman, M. Z. (2019). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Religiusitas, Akses Media Informasi, Dan Pengetahuan Wakaf Uang Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Wakaf Uang (Studi Pada Jamaah Masjid Al-Ghifari , Masjid Muhajirin , dan Masjid Ramadan Griya Shanta Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1).
- Iman, A. H. M., & Mohammad, M. T. S. H. (2017). Waqf as a framework for entrepreneurship. *Humanomics*, 33(4), 419–440. <https://doi.org/10.1108/H-01-2017-0015>
- indotelko.com. (2020). Pemerintah permudah wakaf uang melalui kanal digital. Retrieved April 28, 2020, from [indotelko.com website: https://www.google.com/amp/read/1557703157/wakaf-uang](https://www.google.com/amp/read/1557703157/wakaf-uang)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (n.d.). Retrieved from <https://kbbi.web.id>
- Karim, H. (2002). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- KNKS. (2019). Menangkap Peluang Tren Wakaf Produktif. *INSIGHT Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS)*. Retrieved from <https://knks.go.id>
- Maulida, S. (2016). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Beramal (Charitable Behavior) Masyarakat Kota Yogyakarta. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*. [https://doi.org/10.21927/jesi.2013.3\(1\).1-16](https://doi.org/10.21927/jesi.2013.3(1).1-16)
- Mohsin, M. I. A. (2013). Financing through cash-waqf: a revitalization to finance different needs. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 6(4), 304–321. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-08-2013-0094>
- Murhaban, & Merawati. (2018). Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Kepatuhan Membayar Zakat Di Kabupaten Bireuen. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(23), 25–40.
- Nizar, A. (2014). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wakif Tentang Wakaf Uang. *ESENSI Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 21–36.
- Rahmawati, H. K. (2016). Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Di Argopuro. *Jurnal Community Development*, 1(2), 37–38.
- Rizal, H., & Amin, H. (2017). Perceived ihsan, Islamic egalitarianism and Islamic religiosity towards charitable giving of cash waqf. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 669–685. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2015-0037>
- Salmawati, & Fitri, M. (2018). Pengaruh tingkat pendapatan, religiusitas, akuntabilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat di baitul mal kota banda aceh. *Jimeka*.

- Shaikh, S. A., Ismail, A. G., & Mohd Shafiai, M. H. (2017). Application of waqf for social and development finance. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 9(1), 5–14. <https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2017-002>
- Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*, XIII(2), 140–146.
- Supandi, E. D. (2012). Pendekatan Conjoint Analysis untuk Mengukur Tingkat Preferensi Mahasiswa terhadap Layanan Sistem Informasi Akademik di UIN Yogyakarta. *Jurnal FOURIER*, 1(1), 1–12.
- Thaker, M. A. B. M. T., Mohammed, M. O., Duasa, J., & Abdullah, M. A. (2016). Developing cash waqf model as an alternative source of financing for micro enterprises in Malaysia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 7(4), 254–267. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2014-0029>
- Wahyuningsih, S. (2014). Preferensi Konsumen Terhadap Jasa Pos Di Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, 4(1).
- Zahri, Y., & Hafasnuddin. (2016). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk/Jasa Bank Syariah Dengan Sikap (Studi Pada Nasabah Bank Konvensional Di Kota Banda Aceh). 1(1), 75–91.