

Analisis Perilaku dan Preferensi Keputusan Berwakaf Generasi Milenial Universitas Padjadjaran Melalui Perbankan Syariah

Muhamad Alim^{1*}, Maulana Malik Syehudin², Mochammad Izdiyan Muttaqin³

^{1,3} Sekolah Kajian Strategik dan Global, Universitas Indonesia

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

*Email korespondensi: muhamadiemfalah@gmail.com

Abstract

Inequality and poverty reduction programs in Indonesia require enormous funds which cannot be fully provided by the government, initiating new funding sources for such programs is unavoidable. The Islamic socio-economic system has provided one of the key sources of funds for communities with waqaf. Islamic banks that have an intermediary function as Islamic financial institutions can take an important role as a professional Nadzir partner. The absence of previous research on the behavior and preferences of the millennial generation in waqaf in Islamic banking makes this research feasible to increase the role of Islamic banking and Indonesia's geographical potential in reducing poverty and inequality. The research applies a transdisciplinary science between psychology (behavior and preferences), Islamic economics (waqf) and economics (management). The method used is descriptive quantitative with a Likert scale and random sampling to students or recent graduates at the Department of Islamic Economics, Padjadjaran University as many as 104 respondents and analyzed textually. The results show that the religiosity of the millennial generation is quite high, so that waqaf in Islamic banking is 95%, the reputation of Islamic banking in the eyes of the millennial generation so that they choose waqaf in Islamic banking is 79%, the waqaf procedure in Islamic banking facilitates the millennial and z generations by 71%. , the knowledge level of the millennial generation regarding waqf in Islamic banking is 79%.

Keywords: preference, waqaf, and Islamic banks

Saran sitasi: Alim, M., Syehudin, M. M., & Muttaqin, M. I. (2023). Analisis Perilaku dan Preferensi Keputusan Berwakaf Generasi Milenial Universitas Padjadjaran Melalui Perbankan Syariah. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(02), 2964-2974. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8842>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8842>

1. PENDAHULUAN

Secara garis besar kemiskinan di Indonesia merupakan akibat dari ketidakmampuan sistem sosial ekonomi Indonesia itu sendiri, dalam kemampuan memberikan kesempatan yang memungkinkan setiap masyarakat dengan kemampuan ekonomi rendah untuk bekerja dan bersaing dengan orang yang memiliki kemampuan ekonomi menengah keatas. Oleh karena itu program penanggulangan kemiskinan di Indonesia membutuhkan dana yang sangat besar yang tidak dapat sepenuhnya disediakan oleh pemerintah, inisiasi sumber dana baru untuk program semacam itu tidak dapat dihindari (Dian & Erie, 2004).

Dalam konsep sosial ekonomi Islam telah memberikan salah satu instrumen yang dapat dilakukan untuk tujuan pengentasan kesenjangan dan kemiskinan. Dari segi pengembangan ekonomi dan

keuangan syariah di Indonesia, Bank Indonesia melihat bahwa wakaf dapat menjadi instrumen pelengkap pembiayaan pembangunan, sebagai upaya pengentasan kemiskinan (Martowardojo, 2016).

Perbankan syariah sebagai lembaga intermediasi yang memiliki nilai-nilai keislaman mempunyai peran untuk menjadi penggerak wakaf yang mempunyai kemampuan profesional dalam mengelola dana wakaf sebagai nadzir maupun mitra nadzir itu sendiri sebagaimana dalam yang terbukti berpengalaman, berkemampuan tinggi dan efektif dalam membantu upaya pengembangan usaha kecil dan menengah, karena program pembiayaan mikro tersebut dianggap sebagai portfolio paling vital dalam pengentasan kemiskinan (Dian & Erie, 2004). Oleh karena itu bank syariah sebagai perusahaan jasa jika ditinjau dari sudut pandang manajemen operasi yang meliputi

marketing, financial, operations yang didalamnya terdapat sepuluh keputusan penting yang akan membuahkan prosedur dari sebuah produk jasa dan reputasi yang didapatkan oleh perusahaan jasa (Heizer, Render, & Weiss, 2008).

Mengingat rata-rata penduduk Indonesia berumur 27 tahun dengan generasi muda yang terus bertambah dan rasio ketergantungan 51,31 yang berarti setiap seratus orang usia produktif rentang usia 15-64 tahun terdapat sekitar 51 orang yang tidak produktif dengan rentang usia 0-14 dan 65+ tahun. Generasi milenial dan z (produktif) saat ini sedang memainkan peranan penting dalam masyarakat (Badan Pusat Statistik, 2020). Perbankan syariah harus dengan cermat menentukan kontribusi untuk Indonesia dan pasar yang tepat dengan daya saing tinggi apabila merger perbankan syariah milik BUMN pada 2021 dan diikuti oleh beberapa bank syariah swasta seperti BCA syariah terjadi (Kontan.co.id, 2020).

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah perlunya analisa perilaku dan preferensi generasi milenial dan z dalam berwakaf di bank syariah. Adapun aspek/faktor yang dikaji sebagai pertimbangan dari preferensi generasi milenial yaitu :

- (1) Seberapa tinggi religiositas generasi milenial dan z sehingga memilih berwakaf di perbankan syariah?
- (2) Bagaimana reputasi perbankan syariah dimata generasi milenial dan z?
- (3) Bagaimana prosedur berwakaf di perbankan syariah untuk memudahkan generasi milenial dan z?
- (4) Seberapa tinggi pengetahuan generasi milenial dan z dalam berwakaf di perbankan syariah?

Penelitian mengenai peranan wakaf dalam menghadapi pandemi *covid 19* sebagai solusi penanganannya yang terlalu bergantung kepada pemerintahan ditiap negara, oleh Muhamad Firdaus dari *International Fatwa and Halal Center* bersama Hussein Azeemi dan Azman dari *Universiti Sains Islam Malaysia*, dan Siti Farahiyah *Ph.D candidate, School of Law, University of Glasgow, Scotland, United Kingdom* yang berjudul *The Role Of Waqfin Combating covid-19 Pandemic* dengan metodologi kualitatif untuk menganalisis data melalui metode komparatif dan deskriptif. Hasil penelitiannya penyelenggaraan wakaf yang efektif tidak hanya terbatas pada Majelis Agama Islam Negeri (MAIN) sebagai nazir umum, bahkan perannya harus diperluas ke peran serta masyarakat sebagai nazir khusus atau mutawalli. Pentingnya tata kelola dan tanggung jawab

bersama dapat menciptakan pengelolaan sistem kesehatan yang berkelanjutan khususnya pada aspek bantuan keuangan, penggalangan dana, dan dapat menumbuhkan budaya kooperatif dan kerelawanan di masyarakat (Firdaus, Azeemi, Azman, & Farahiyah, 2020).

Pengaruh Religiositas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah dalam jurnal *Al-Amwal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syari'ah 2018* oleh Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda yang bertujuan untuk mengetahui religiositas dan persepsi para nasabah perbankan syariah. Dengan metode penelitian kuantitatif hasil penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari religiositas dan persepsi nasabah terhadap keputusan memilih bank syariah (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018).

The Effect of Islamic Religiosity and Halal Knowledge Toward Halal Cosmetics Purchase Intention Mediated by Attitude on Halal Products Indonesia 2020 jurnal *Al-Muzara'ah* merupakan penelitian dari Lisa Adriani dan Ma'ruf, Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan langsung antara variabel religiositas dan pengetahuan halal terhadap variabel sikap dan variabel niat beli. Dengan metode kuantitatif Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan langsung yang positif signifikan antara variabel religiositas dan pengetahuan halal terhadap variabel niat beli dan variabel sikap (Adriani & Ma'ruf, 2020).

Model Manajemen *Fundraising* Wakaf di Surabaya (Studi di Yayasan Dana Sosial Al-falah, Perbandingan Wakaf Selangor, BWI dan Wakaf Global) penelitian oleh Lailiyah Qotrunnada dan Muchammad Saifuddin tahun 2020 pada jurnal *Management of Zakah and Waqf Journal (MAWAZA)* yang dilatarbelakangi oleh masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap zakat dan besaran potensi wakaf dengan tujuan penelitian untuk menganalisis perkembangan strategi *fundraising* yang dilakukan oleh lembaga-lembaga waqf, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi wakaf yang dilaksanakan lembaga-lembaga waqf yang diteliti telah berkembang dari model YDSF dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi (Qotrunnada & Saifuddin, Model Manajemen *Fundraising* Wakaf di Surabaya (Studi di Yayasan Dana Sosial Al-Falah, Perbandingan Selangor, BWI dan Wkaf Global), 2020).

Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank 'X' di Bandung adalah judul penelitian Evan Jaelani tahun 2020 dalam jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi. Bertujuan untuk menganalisis pengaruh CRM terdiri dari sumber daya manusia, proses/prosedur, dan teknologi terhadap loyalitas. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, hasilnya menunjukkan sumber daya manusia, proses/prosedur, dan teknologi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan secara parsial hanya teknologi yang memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan sumberdaya manusia dan proses/prosedur memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Serta besarnya nilai koefisien determinasi adalah 92,6%, sisanya 7,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti yang mungkin mempengaruhi loyalitas nasabah (Jaelani, 2020).

Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah adalah judul penelitian tentang reputasi oleh Rokhmat Subagiyo dan Ahmad Budiman tahun 2019 dalam jurnal At-tijarah Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam. Tujuan penelitiannya untuk menguji signifikan citra/reputasi perusahaan terhadap kepuasan nasabah, menguji pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan menguji saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. teknik analisis data memakai analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Subagiyo & Budiman, 2019).

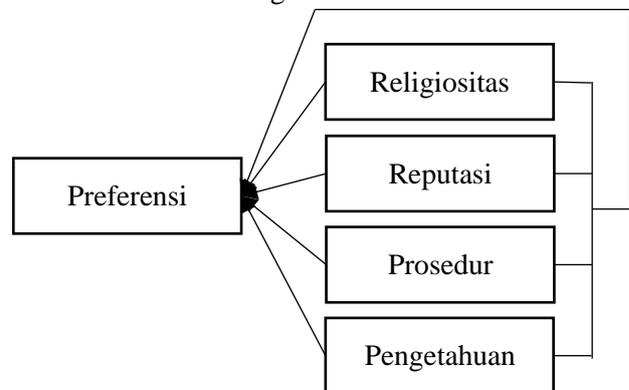
2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif deskriptif dengan skala likert dan *random sampling* kepada mahasiswa atau yang baru lulus di jurusan Ekonomi Islam tahun 2022 Universitas Padjadjaran sebanyak 104 responden serta dianalisis secara tekstual. Survey dilakukan selama periode September-November 2022. Sebagai langkah untuk mendapatkan hasil penelitian dengan cara yang ilmiah pada bagian ini penulis memuat tinjauan teoretis sebagai generalisasi yang menjelaskan fenomena secara

sistematis, lalu digambarkan kedalam kerangka berpikir yang menggambarkan bagaimana teori setiap variabel saling berhubungan sehingga dapat ditarik kesimpulan sementara atau hipotesis (Sugiyono, 2012).

Selain itu untuk mendapatkan keberpihakan dari masyarakat tidak sederhana seseorang tidak sekedar pergi untuk membeli barang atau jasa begitu saja tanpa ada motif, pilihan dan keputusan yang kebersamaan sebelumnya. Dalam hal ini ada perbedaan untuk setiap individu (*psychologically*) dan kelompok (*sociologically*) (Jefkins, 1993). Pengetahuan dan religiositas seseorangpun perlu diperhitungkan oleh bank syariah (Adriani & Ma'ruf, 2020).

Kerangka pemikiran diatas bisa digambarkan secara sistematis sebagaimana berikut:



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Gambaran Umum Populasi dan Sampel

Mahasiswa ataupun yang baru lulus di Universitas Padjadjaran angkatan 2018 dan 2019 memiliki latarbelakang keluarga yang berbeda-beda dan daerah asal yang bermacam-macam, dengan keberagaman tersebut mereka dihimpun dalam satu lingkungan yang sama setelah melewati tahapan seleksi masuk Universitas Padjadjaran selama kurang lebih empat tahun menjadi peserta didik. Dalam penelitian ini karakteristik responden akan dijabarkan secara deskriptif dengan menggunakan grafik dari jumlah responden dengan mengelompokannya berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pengalaman berwakaf, kepemilikan rekening syariah.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Setelah menyebarkan kuesioner diperoleh gambaran jenis kelamin responden sebagai berikut;



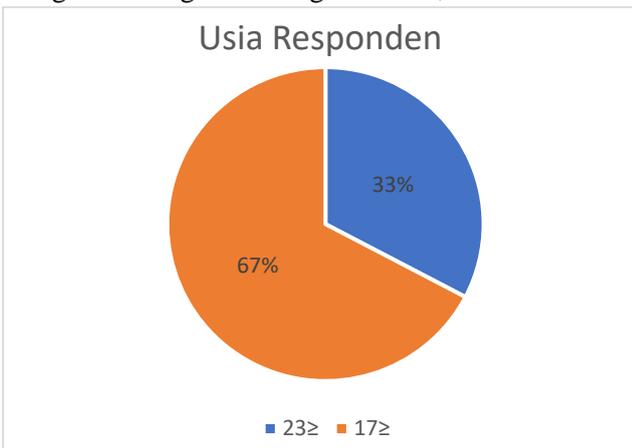
Gambar 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Dari gambar 3.1 dari 104 total responden sebanyak 68 orang atau 65 persen adalah laki-laki dan sisanya sebanyak 36 orang adalah perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Setelah menyebarkan kuesioner diperoleh sebaran usia responden yang dikelompokkan menjadi dua kategori rentang usia sebagai berikut;



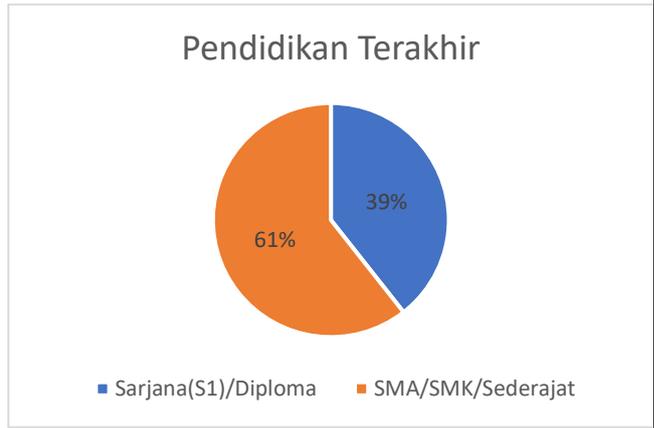
Gambar 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Dari gambar 3.2 dapat diambil kesimpulan bahwa responden dengan kelompok umur yang paling banyak yaitu rentang ≥ 17 sebanyak 70 orang atau 67 persen, dan yang terakhir kelompok umur ≥ 23 tahun sebanyak 34 orang atau 33 persen saja. Selain itu responden yang berumur rentang ≥ 17 adalah generasi z dan responden dengan rentang umur ≥ 23 tahun adalah generasi milenial.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Setelah menyebarkan kuesioner diperoleh tingkatan pendidikan responden sebagai berikut:



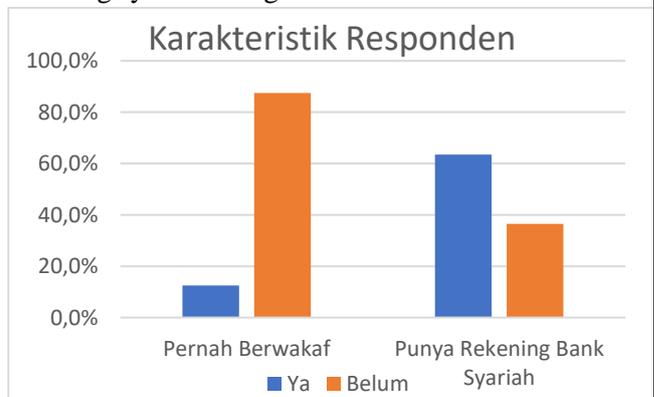
Gambar 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 3.3 menjelaskan bahwa responden memiliki tingkat pendidikan sekolah menengah kejuruan atau atas (SMA/SMK/Sederajat) sebanyak 63 orang atau 61 persen, selanjutnya tingkat sarjana sebanyak 41 orang atau 39 persen.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berwakaf, dan Kepemilikan Rekening Syariah

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh karakteristik responden berdasarkan status pernikahan, pengalaman berwakaf, kepemilikan rekening syariah sebagai berikut:



Gambar 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Usaha

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Dari total 104 responden dalam penelitian ini dari gambar 3.4 dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki pengalaman berwakaf sebanyak 13 orang atau 12.5 persen dan yang belum memiliki pengalaman sebanyak 91 orang atau 87.5%, responden yang sudah memiliki rekening di perbankan syariah sebanyak 66 orang atau 63.5% persen dan yang belum memiliki rekening di bank syariah sebanyak 38 orang atau 36.5% persen.

Uji Validitas

Hasil dari uji validitas yang telah dilakukan di SPSS sebagai berikut;

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas

Item	R hitung	R kritis	Keterangan
.P1 (X1)	0.815	0.3	Valid
P2 (X1)	0.701	0.3	Valid
P3 (X1)	0.677	0.3	Valid
P4 (X1)	0.656	0.3	Valid
P4(X1)	0.664	0.3	Valid
Jumlah X1	1		
P1 (X2)	0.754	0.3	Valid
P2 (X2)	0.857	0.3	Valid
P3 (X2)	0.575	0.3	Valid
P4 (X2)	0.834	0.3	Valid
P5(X2)	0.810	0.3	Valid
Jumlah X2	1		
P1 (X3)	0.353	0.3	Valid
P2 (X3)	0.444	0.3	Valid
P3 (X3)	0.643	0.3	Valid
P4(X3)	0.710	0.3	Valid
P5(X3)	0.591	0.3	Valid
Jumlah X3	1		
P1 (X4)	0.846	0.3	Valid
P2 (X4)	0.885	0.3	Valid
P3(X4)	0.850	0.3	Valid
P4(X4)	0.884	0.3	Valid
P5(X5)	0.703	0.3	Valid
Jumlah X4	1		
P1 (Y)	0.763	0.3	Valid
P2 (Y)	0.783	0.3	Valid
P3 (Y)	0.786	0.3	Valid
P4 (Y)	0.784	0.3	Valid
P5 (Y)	0.734	0.3	Valid
Jumlah Y	1		

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Tabel 3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiositas

No. Item	SS 5)		S 4)		RR 3)		TS (2)		STS (1)		Total Skor	Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1.1	60	65,2%	30	26,1%	12	7,8%	4	0,9%	0	0%	460	4,42
X1.2	85	85,2%	17	13,6%	2	1,2%	0	0%	0	0%	499	4,80
X1.3	94	92,2%	10	7,8%	0	0%	0	0%	0	0%	510	4,90
X1.4	94	92,2%	10	7,8%	0	0%	0	0%	0	0%	510	4,90
X1.5	90	89,1%	13	10,3%	1	0,6%	0	0%	0	0%	510	4,86

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 3.3 pada item pertama (X1.1) 90 orang (60+30) atau 86% responden menjawab

Pada tabel 3.1 uji validitas menggunakan IBM SPSS Statistics Version 24 menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang terdapat di variabel terikat maupun variabel tidak terikat memiliki angka koefisien di atas r kritis 0.3 sehingga dapat dinyatakan semua butir atau item pertanyaan dikategorikan valid.

Uji Reliabilitas

Berikut hasil uji reliabilitas sebagai berikut;

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Nilai Alpha Cronbach's	Standar Reliabilitas	Keterangan
Religiositas (X1)	0.698	0.6	Reliabel
Pengetahuan (X2)	0.822	0.6	Reliabel
Reputasi (X3)	0.618	0.6	Reliabel
Prosedur (X4)	0.888	0.6	Reliabel
Preferensi (Y)	0.822	0.6	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Hasil uji reliabilitas menggunakan IBM SPSS Statistics Version 24 dapat dilihat bahwa semua item yang digunakan sebagai dependen Preferensi (Y) dan variabel independen (X) yaitu variabel religiositas (X1), pengetahuan(X2), variabel reputasi (X3) , dan prosedur (X4) dinyatakan reliabel.

3.2. Pembahasan

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiositas

Analisis deskripsi yang dilakukan terhadap variabel religiositas dengan cara melihat dari jawaban-jawaban yang dipilih oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti.

Berikut merupakan hasil olahan penilaian responden dalam bentuk tabel.

setuju dan sangat setuju. Jadi kesimpulannya mayoritas responden sangat setuju dengan

pernyataan setiap aktifitasnya diniatkan untuk Allah. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 460. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap niat setiap aktifitas untuk Allah itu = $(460 : 520) \times 100\% = 88\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 460 terletak pada daerah setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.3 pada item kedua (X1.2) 102 orang (85+17) atau 98% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 499. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap Islam merupakan panduan hidup itu = $(499 : 520) \times 100\% = 96\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 499 terletak pada daerah sangat setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.3 pada item ketiga (X1.3) 104 orang (94+10) atau 100% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Jadi kesimpulannya mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan melakukan perbuatan baik kepada orang lain adalah hal yang disukai Allah. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 510. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap melakukan perbuatan baik kepada orang lain disukai Allah itu = $(510 : 520) \times 100\% = 98\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 510 terletak pada daerah sangat setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.3 pada item keempat (X1.4) 104 orang (94+10) atau 100% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 510. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap peduli sesama adalah ahlak yang diajarkan Rasul itu = $(510 : 520) \times 100\% = 98\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 510 terletak pada daerah sangat setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.3 pada item kelima (X1.5) 103 orang (94+10) atau 99% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 510. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap wakaf adalah amal jariyah yang tidak akan terputus itu = $(510 : 520) \times 100\% = 98\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 510 terletak pada daerah sangat setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Kriterium ideal untuk religiositas = $5 \times 5 \times 104 = 2600$, sedangkan skor religiositas yang diperoleh adalah 2484. Dengan demikian religiositas responden = $2484/2600 = 0,95 = 95\%$ dari yang diharapkan.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengetahuan

Analisis deskripsi yang dilakukan terhadap variabel Pengetahuan dengan cara melihaat dari jawaban-jawaban yang dipilih oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti. Berikut merupakan hasil olahan penilain responden dalam bentuk tabel.

Tabel 3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengetahuan

No. Item	SS 5)		S 4)		RR 3)		TS (2)		STS (1)		Total Skor	Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X2.1	49	55,1%	40	36%	11	7,4%	3	1,3%	1	0,2%	445	4,28
X2.2	25	32,6%	37	38,5%	28	21,9%	13	6,8%	1	0,3%	384	3,69
X2.3	62	65,1%	40	33,6%	2	1,3%	0	0%	0	0%	476	4,58
X2.4	43	52,1%	29	28,1%	20	14,5%	10	4,8%	2	0,5%	413	3,97
X2.5	22	33%	19	22,8%	29	26,1%	26	15,6%	8	2,4%	333	3,20

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 3.4 pada item pertama (X2.1) 89 orang (49+40) atau 85% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 445. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap mengetahui antara perbedaan wakaf, zakat, infak, shodaqoh itu = $(445 : 520) \times$

$100\% = 85\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 445 terletak pada daerah setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.4 pada item kedua (X2.2) 102 orang (62+40) atau 60% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 384. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap mengetahui **syarat dan ketentuan wakaf** itu = $(384 : 520) \times 100\% = 74\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 384 terletak pada daerah setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.4 pada item ketiga (X2.3) 62 orang (25+37) atau 60% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 476. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap mengetahui bahwa **wakaf dapat membantu kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat** itu = $(476 : 520) \times 100\% = 91\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 476 terletak pada daerah sangat setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.4 pada item keempat (X2.4) 72 orang (43+29) atau 69% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 413. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap mengetahui bahwa **uang wakaf yang telah dihimpun perbankan syariah merupakan wakaf yang nilai pokoknya harus dijaga dan wajib diinvestasikan pada sektor riil atau sektor keuangan yang sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan** itu

= $(413 : 520) \times 100\% = 79\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 413 terletak pada daerah setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.4 pada item kelima (X2.5) 55 orang (29+26) atau 53% responden menjawab ragu-ragu dan tidak setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 333. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap mengetahui **perbedaan wakaf uang (WU) dan wakaf melalui uang (WMU)** itu = $(333 : 520) \times 100\% = 64\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 333 terletak pada daerah ragu-ragu dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Kriterium ideal untuk pengetahuan = $5 \times 5 \times 104 = 2600$, sedangkan skor pengetahuan yang diperoleh adalah 2051. Dengan demikian pengetahuan responden = $2051/2600 = 0,79 = 79\%$ dari yang diharapkan.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Reputasi

Analisis deskripsi yang dilakukan terhadap variabel reputasi dengan cara melihat dari jawaban-jawaban yang dipilih oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti. Berikut merupakan hasil olahan penilain responden dalam bentuk tabel.

Tabel 3.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Reputasi

No. Item	SS 5)		S 4)		RR 3)		T0 2)		STS (1)		Total Skor	Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X3.2	39	45,1%	45	42,6%	15	10,4%	4	1,9%	0	0%	432	4,18
X3.3	15	21,4%	32	33,6%	34	29,1%	22	12,6%	1	0,3%	350	3,37
X3.4	28	35,7%	41	41,8%	20	15,3%	13	6,6%	2	0,5%	392	3,77
X3.5	37	42,3%	52	47,6%	14	9,6%	1	0,5%	0	0%	437	4,2

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 3.5 pada item pertama (X3.2) 84 orang (39+45) atau 80% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 432. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap **kemudahan menolong sesama melalui media lain dari pada perbankan syariah** itu = $(432 : 520) \times 100\% = 83\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 432

terletak pada daerah setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.5 pada item kedua (X3.3) 66 orang (32+34) atau 63% responden menjawab setuju dan ragu-ragu. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap **Kantor cabang perbankan syariah mudah ditemukan** itu = $(350 : 520) \times 100\% = 67\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 350 terletak pada daerah

ragu-ragu dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.5 pada item keempat (X3.4) 69 orang (28+41) atau 66% responden menjawab sangat setuju dan setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 392. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap **Kemudahan menemukan mesin ATM** itu = $(392 : 520) \times 100\% = 75\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 392 terletak pada daerah setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.5 pada item keempat (X3.5) 89 orang (37+52) atau 85% responden menjawab sangat setuju dan setuju. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap **perbankan syariah dapat dipercaya integritas dan akuntabel itu** = $(437 : 520) \times 100\% = 84\%$ dari yang diharapkan

(100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 437 terletak pada daerah setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Kriterium ideal untuk reputasi = $5 \times 5 \times 104 = 2600$, sedangkan skor reputasi yang diperoleh adalah 2056. Dengan demikian reputasi perbankan syariah dimata responden = $2056/2600 = 0,79 = 79\%$ dari yang diharapkan.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Prosedur

Analisis deskripsi yang dilakukan terhadap variabel prosedur dengan cara melihat dari jawaban-jawaban yang dipilih oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti. Berikut merupakan hasil olahan penilain responden dalam bentuk tabel.

Tabel 3.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Prosedur

No. Item	SS (5)		S (4)		RR (3)		TS (2)		STS (1)		Total Skor	Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X4.1	25	32,9%	27	28,4%	45	35,5%	5	2,6%	2	0,5%	380	3,65
X4.2	18	24,5%	31	33,7%	46	37,5%	7	3,8%	2	0,5%	368	3,54
X4.3	20	26,1%	37	38,6%	41	32,1%	6	3,1%	0	0%	350	3,37
X4.4	20	26,4%	39	38,6%	36	27,7%	8	4,2%	2	0,5%	379	3.33
X4.5	12	17,3%	34	39,3%	14	31,2%	20	11,6%	2	0,6%	346	4,2

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 3.6 pada item pertama (X4.1) 52 orang (25+27) atau 50% responden menjawab sangat setuju dan setuju, 50% lagi ragu-ragu sebanyak 45 orang, 7 orang tidak setuju 2 sangat tidak setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 380. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap **Mudahnya berwakaf melalui aplikasi mobile perbankan syariah** itu = $(380 : 520) \times 100\% = 73\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 380 terletak pada daerah setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.6 pada item kedua (X4.2) 77 orang (31+46) atau 74% responden menjawab setuju dan ragu-ragu. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 368. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap **kejelasan tahapan pengajuan berwakaf di perbankan syariah** itu = $(368 : 520) \times 100\% = 70\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor

368 terletak pada daerah setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.6 pada item ketiga (X4.3) 57 orang (20+37) atau 55% responden menjawab sangat setuju dan setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 350. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap **realisasi wakaf sesuai ikrar** itu = $(350 : 520) \times 100\% = 67\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 350 terletak pada daerah ragu-ragu dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.6 pada item keempat (X4.4) 59 orang (20+39) atau 57% responden menjawab sangat setuju dan setuju. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 379. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap **project wakaf beragam** itu = $(379 : 520) \times 100\% = 73\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 379 terletak pada daerah setuju dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Berdasarkan tabel 3.6 pada item kelima (X4.5) responden menjawab dengan cukup merata. Jumlah skor yang diperoleh sebesar 346. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap *project* wakaf beragam itu = $(346 : 520) \times 100\% = 66\%$ dari yang diharapkan (100%). Maka berdasarkan skor tersebut data yang diperoleh dari 104 responden skor 346 terletak pada daerah ragu-ragu dengan merujuk kepada gambar kontinum pada bab tiga.

Kriterium ideal untuk prosedur = $5 \times 5 \times 104 = 2600$, sedangkan skor prosedur yang diperoleh adalah 1856. Dengan demikian reputasi perbankan syariah dalam berwakaf menurut responden = $1856/2600 = 0,71 = 71\%$ dari yang diharapkan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku dan preferensi generasi milenial dan z dalam memilih berwakaf di perbankan syariah. Maka dari hasil dan pembahasan sebelumnya dapat diperoleh beberapa kesimpulan yaitu;

- a. Tingkat religiusitas generasi milenial dan z sehingga berwakaf di perbankan syariah adalah sebesar 95% dari yang diharapkan. Artinya, preferensi dan perilaku generasi muda berbanding lurus dengan tingginya tingkat religiusitas yang dimiliki.
- b. Reputasi perbankan syariah dimata generasi milenial dan z sehingga memilih berwakaf di perbankan syariah sebesar 79% dari yang diharapkan. Artinya, perbankan syariah masih perlu untuk meningkatkan kredibilitas dan akuntabilitasnya.
- c. Prosedur berwakaf di perbankan syariah memudahkan generasi milenial dan z sebesar 71% dari yang diharapkan. Maka perbankan syariah dituntut untuk terus berinovasi dalam memudahkan prosedur berwakaf.
- d. Tingkat pengetahuan generasi milenial dan z tentang berwakaf di perbankan syariah sebesar 79% dari yang diharapkan.

Pada penelitian ini, penulis menyadari banyak kekurangan dan keterbatasan khususnya cakupan penelitian yang terbatas pada lingkungan Universitas Padjadjaran. Jika ditinjau kembali, penelitian mengenai potensi wakaf pada generasi milenial sangat potensial. Sehingga penulis menyarankan untuk memperluas cakupan penelitian, seperti pada tingkat kota/kabupaten, provinsi dan nasional.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku peneliti mengucapkan terima kasih kepada program studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran yang sudah memberikan izin untuk melakukan pengisian angket atau survei terhadap mahasiswa dan alumninya. Kemudian terima kasih juga kepada Dr. Mochammad Izdiyan Muttaqin, Lc., M.Pd selaku dosen tetap pada Program Studi Magister Kajian Wilayah Timur Tengah dan Islam Universitas Indonesia yang sudah mendampingi proses kepenulisan dalam penelitian ini.

6. REFERENSI

- Abdelghani, E., & Olaniyi, O. (2012). Malaysian Consumers Preferences for Islamic Banking Attributes. *International Journal of Social Economics*, 859-874.
- Abdul, A., & A. Haerani, R. (2009). *Peranan Bank Indonesia di Dalam Mendukung Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Adriani, L., & Ma'ruf, M. (2020). The Effect of Islamic Religiosity and Halal Knowledge toward Halal Cosmetics Purchase Intention Mediated by Attitude on Halal Products in Indonesia. *Al-Muzara'ah*, 57-72.
- Algaoud, L. M., & Lewis, M. K. (2007). Islamic Critique of Conventional Financing. Dalam M. K. Hassan, & M. K. Lewis, *Handbook of Islamic Banking* (hal. 38-48). Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Al-Qarni, A. b. (2002). *Laa Tahzan (Jangan Bersedih) Cetakan III*. Kairo: Maktabah At-Tabi'in.
- Asian Development Bank. (2019, Desember 12). *Kemiskinan di Indonesia*. Diambil kembali dari Asian Development Bank: adb.org/id/indonesia/proverty
- Awan, H. M., & Bukhari, K. S. (2011). Customer's Criteria for selecting an Islamic Bank: Evidence From Pakistan. *Journal Islamic Marketing*, Vol. 2, 14-27.
- Badan Pembangunan Perencanaan Nasional. (2018). *Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. Jakarta: Badan Pembangunan Perencanaan Nasional.
- Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan. (2019, Desember 19). *KBBI Daring, pre.fe.ren.si*. Diambil kembali dari KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/preferensi>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementrian Pendidikan dan Budaya. (2020, Oktober 27). *KBBI Daring reputasi*. Diambil kembali dari KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/reputasi>

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020, Oktober 27). *KBBI Daring pengetahuan*. Diambil kembali dari KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pengetahuan>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020, Oktober 27). *KBBI Daring prosedur*. Diambil kembali dari KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/prosedur>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020, Oktober 27). *KBBI Daring religioitas*. Diambil kembali dari KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/religiositas>
- Badan Pusat Statistik. (2012). *Analisis Statistik Sosial Bonus Demografi dan Pertumbuhan Ekonomi*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2020, 11 17). *Indikator Strategis Nasional*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/QuickMap?id=0000000000>
- Badan Wakaf Indonesia. (2007, September 17). *Undang-undang No. 41 Tahun 2004*. Diambil kembali dari Badan Wakaf Indonesia: <https://www.bwi.go.id/3629/2007/09/17/undang-undang-no-41-tahun-2004-tentang-wakaf/>
- Budi, S., & Morita, P. (2018). A Rasch Analisis of The Community's Preference for Different Attributes of Islamic Banks in Indonesia. *International Journal of Social Economics*, 1-17.
- Dahl, J., Sengupta, J., & NG, E. (2020). *Future of Asia Banking*. Jakarta: McKinsey & Company.
- David, E. S. (2012). *RI Lokomotif Ekonomi Global*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- DEKS Bank Indonesia - DES-FEB UNAIR. (2016). *Wakaf : Pengaturan dan Tata Kelola yang Efektif*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- DEKS Bank Indonesia & Prodi Ekonomi Islam FEB Unpad. (2016). *Usaha Mikro Islami*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia.
- Dian, M., & Erie, F. (2004). The Role of BRI in the Indonesian Cash Waqf House System. *Submitted to BRI International Seminar on Developing Microbanking: Creating Opportunities for the Poor through Innovation in Denpasar, Bali, Indonesia on the 1-2 December 2004*, 1-18.
- Dinar Standard. (2019). *Global Islamic Economy Report*. Dubai: Salaam Gateway.
- Firdaus, M., Azeemi, H., Azman, & Farahiyah, S. (2020). The Role of Waqfin Combatting covid-19 Pandemic. *Journal of Fatwa Management and Research*, 49-64.
- Grady, K., & Yoram, B. (2010). *The Cartoon Introduction to Economics*. New York: D&M Publishers, Inc.
- Heizer, J. H., Render, B., & Weiss, H. J. (2008). *Principles of Operations*. Pennsylvania: Pearson Prentice Hall.
- Huda, A. N. (2012). The Development of Islamic Financing Scheme for Small and medium Enterprises in a Developing Country: The Indonesian Case. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 179-186.
- Ibrahim, R. (2020, April 17). *Asumsi*. Diambil kembali dari Kami Nggak Perlu Inspirasi dan Kalian Perlu Belajar mendengarkan: <https://asumsi.co/post/kami-nggak-perlu-inspirasi-dan-kalian-perlu-belajar-mendengarkan>
- Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (1999). Progress and Challenges of Islamic Banking. *Thunderbird International Business Review Vol.41*, 381-405.
- Jaelani, E. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Bank X di Bandung. *Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi*, 25-36.
- Jamal, M., Arroisi, J., Agustin, N. P., & Zahro, K. (2019). Implementasi Pendistribusian Wakaf Tunai MUI Yogyakarta. *Ulul Albab Studi dan Penelitian Hukum Islam*, 49-66.
- Jefkins, F. (1993). *Modern Marketing*. London: Pitman Publishing.
- Juwaini, A. (2020). Pendekatan Ekonomi Islam Dalam Menjawab Tantangan Ekonomi Baru Pasca Covid-19. *Kasyaf Jurnal Populer Pemikiran Ekonomi Islam Vol.2*, 86-94.
- Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. (2017). *Data UMKM*. Diambil kembali dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah: depkop.go.id/data-umkm
- Khaliq, A., Rustam, G. A., & Michael, M. D. (2011). Brand Preference in Islamic Banking. *Journal of Islamic Marketing*, 74-82.
- Kontan.co.id. (2020, November 17). *Banyak Aksi Korporasi, Prospek Bank Syariah Dinilai Cerah*. Diambil kembali dari Kontan.co.id: <https://keuangan.kontan.co.id/news/banyak-aksi-korporasi-prospek-bank-syariah-dinilai-cerah>
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2009). *Marketing management jilid 2*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hal.
- Larsson, A., & Viitaoja, Y. (2017). Building Customer Loyalty in Digital Banking: A Study of Bank Staff's Perspectives on The Challenges of Digital CRM and Loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 858-877.

- M. Kabir, H., & Lewis, M. K. (2007). *Hand Book of Islamic Banking*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- Machmud, Z., & Huda, A. (2011). Small and Medium Enterprises Access to Finance: An Indonesia Case in Selected East Asian Economies . *ERIA Research Project Report 2010-14*, 261-290.
- Maisur, Arfan, M., & Shabiri, M. (2015). PENGARUH PRINSIP BAGI HASIL, TINGKAT PENDAPATAN, RELIGIUSITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG NASABAH PADA BANK SYARIAH DI BANDA ACEH. *Jurnal Administrasi Akuntansi*, 26-37.
- Martowardojo, A. D. (2016). Kata Pengantar. Dalam D. B. Indonesia, & D.-F. Unair, *Wakaf* (hal. 3-6). Jakarta: DEKS Bank Indonesia.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020, Februari 27). *Statistik Perbankan Syariah*. Diambil kembali dari Otoritas Jasa Keuangan: <https://www.ojk.go.id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Default.aspx>
- Pramisti, N. Q., & Adam, A. (2017, April 28). *Selamat Tinggal Generasi Milenial, Selamat Datang Generasi Z*. Diambil kembali dari Tirto.id: <https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX#top>
- Qotrunnada, L., & Saifuddin, M. (2020). Model Manajemen Fundraising Wakaf di Surabaya (Studi di Yayasan Dana Sosial Al-Falah, Perbandingan Selangor, BWI dan Wkaf Global). *Management of Zakah and Waqf Journal*, 38-49.
- Qotrunnada, L., & Saifuddin, M. (2020). Model Manajemen Fundraising Wakaf di Surabaya (Studi di Yayasan Dana Sosial Al-Falah, Perbandingan Wakaf Selangor, BWI dan Wkaf Global). *Management of Zakah and Waqf Journal*, 1-13.
- Republika. (2019, Desember 12). *Syariah-ekonomi*. Diambil kembali dari Republika.co.id: <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id.amp/pzpvky383>
- Shalihah, N. F. (2021, Januari 23). *Indonesia Didominasi Generasi Milenial dan Generasi Z Apa Plus Minusnya?* Diambil kembali dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/23/163200065/indonesia-didominasi-generasi-milenial-dan-generasi-z-apa-plus-minusnya?page=all>
- Shofawati, A. (2019). The Role of Digital Finance to Strengthen Financial Inclusion and Growth of SME in Indonesia. Dalam I. C. Committee (Penyunt.), *The 2nd International Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy (ICIEBP) Theme: "Sustainability and Socio Economic Growth"* (hal. 389-407). Surabaya: Knowledge E. doi:10.18502/kss.v3i13.4218
- Spencer, L., & Spencer, S. (1993). *Competence at Work*. New York: Jhon Willey.
- Subagiyo, R., & Budiman, A. (2019). Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah. *Attijarah Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 280-295.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tuasikal, M. A. (2020, Oktober 27). *Rumaysho pengertian iman*. Diambil kembali dari Rumaysho: <https://rumaysho.com/5873-pengertian-iman-menurut-ahlus-sunnah.html>
- Yasraf. (2017). *Dunia Yang Berlari*. Yogyakarta: Aurora (CV Cantrik Pustaka).
- Yuliawan, E. (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 50-61.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 1-21.