

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 2, Nomor 7, 2024, Halaman 30-40
Licenced by CC BY-SA 4.0
E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.12508306)
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12508306>

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Wakaf Uang (Studi Empiris Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau)

Desi Andriani¹, Julina², Herlinda³

¹²³ Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email : desiandrianipasca@gmail.com¹, julina@uin-suska.ac.id², herlindauin@gmail.com³

Abstrak

Beberapa tahun terakhir, wakaf uang menjadi salah satu wakaf yang paling populer di Indonesia. Banyak orang yang berkeinginan untuk berwakaf uang, tetapi masih banyak pula yang belum memahami konsep dan manfaat wakaf uang. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan masyarakat dalam melakukan wakaf uang. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau terhadap wakaf uang dan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor seperti Religiusitas, Media Informasi, dan Persepsi Kemudahan mempengaruhi minat mahasiswa dalam melakukan wakaf uang. Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif, Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Total sampling. Hasil analisis data menunjukkan: 1) Variabel Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang; 2) Variabel Media Informasi tidak berpengaruh terhadap minat berwakaf uang; 3.) Variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang. Dapat disimpulkan perlunya upaya dari lembaga terkait untuk melakukan peningkatan dan perhatian khusus terhadap media informasi, pelayanan harus lebih ditingkatkan agar dapat memberikan kepuasan untuk setiap keraguan yang dirasakan masyarakat dimana hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan minat masyarakat untuk berwakaf uang. Selain itu perlu dilakukan edukasi secara langsung kepada masyarakat oleh lembaga terkait mengenai wakaf uang agar masyarakat dapat mengetahui sistematika, pengelolaan, dan manfaat dari wakaf uang.

Kata kunci: Faktor-faktor, Minat, Waqaf Uang

Article Info

Received date: 10 June 2024

Revised date: 18 June 2024

Accepted date: 23 June 2024

PENDAHULUAN

Di dunia, wakaf uang pertama sekali dikenalkan oleh Imam Al Zuhri (wafat 124 H). Beliau mengatakan bahwa mewakafkan dinar hukumnya boleh, dengan cara menjadikan dinar tersebut sebagai modal usaha kemudian keuntungannya disalurkan pada mauquf 'alaih. Dengan semangat ini, maka wakaf sejatinya adalah produktif dan berfungsi sebagai sumber dana pembangunan ekonomi. Oleh karena itu, dalam UU no. 41 tahun 2004 tentang wakaf, diakui keberadaan wakaf uang di Indonesia.

Wakaf uang di Indonesia mulai dikenal sejak dikeluarkannya fatwa wakaf uang oleh DSN MUI pada 2012. Fatwa itu berisi lima point penting. *Pertama*, Wakaf Uang (Cash Wakaf/Wagf al-Nuqud) adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. *Kedua*, termasuk ke pengertian uang adalah surat-surat berharga. *Ketiga*, wakaf uang hukumnya jawaz (boleh), sedangkan *keempat*, wakaf uang hanya boleh disalurkan dan digunakan untuk hal-hal yang dibolehkan secara syar'i dan *kelima*, nilai pokok Wakaf Uang harus dijamin kelestariannya, tidak boleh dijual, dihibahkan, dan atau diwariskan.¹

Potensi wakaf uang di Indonesia sangat besar. BWI mendata potensi wakaf uang per tahun dapat mencapai 77 triliun, dengan potensi luas aset tanah dan bangunan seluas 4 miliar meter persegi yang tersebar di seluruh Indonesia, jika divaluasi nilai aset wakaf dan wakaf uang dapat

¹ Diakses di <https://www.bwi.go.id/8706/2023/04/16/indeks-wakaf-nasional-2022/> pada tgl 20 Mei 2023 pk1 20.05 WIB

mencapai Rp 2.005 triliun. Dalam SIWAK jumlah tanah wakaf di Indonesia sampai tahun 2019 mencapai 51.260,04 Ha yang tersebar di 382.030 lokasi di seluruh Indonesia, dengan tanah wakaf yang sudah bersertifikat sebesar 61,11 persen.

Tabel 1. Penghimpunan Wakaf Uang tahun 2019-2020 BWI Riau²

Tahun	Dana
2019	Rp. 3,185,000
2020	Rp. 276,917,781
2021 (Januari-september)	Rp. 213.090.808

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa waqaf uang tertinggi terjadi pada tahun 2020 sebesar Rp 276,917,781,- hal ini disebabkan peran Gubernur Riau yang meluncurkan Gerakan Riau Berwaqaf melalui waqaf uang Rp 1.000/hari. Peningkatan nya sangat tinggi jika dibandingkan pada tahun 2019, hal ini membuktikan bahwasanya pemerintah memiliki peranan penting dalam mengenalkan dan membuat kebijakan terkait waqaf uang.

Namun dalam menghimpun Wakaf Uang tersebut tentunya memiliki kendala di lapangan, contohnya, minimnya pemahaman masyarakat tentang pelaksanaan wakaf uang. Kendala ini juga selaras dengan laporan hasil survey Indeks Literasi Wakaf Tahun 2020 yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia menunjukkan Indeks Literasi Wakaf Provinsi Riau terendah se-Indonesia dengan skor 36,24.³

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwakaf uang. Salah satu faktor yang penting adalah religiusitas, yang dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya berwakaf dan meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat, semakin tinggi tingkat religiusitas seorang muslim maka akan partisipasi waqaf uang lebih tinggi daripada yang lain.. Media informasi berpengaruh terhadap tingkat pemahaman masyarakat tentang waqaf uang. Semakin tinggi akses media informasi maka pemahamannya tentang waqaf uang akan meningkat. Dalam penelitian Ratna Asri Saras Sati dikatakan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan wakaf uang mempengaruhi minat wakaf uang. Persepsi yang bagus tentang kemudahan penggunaan wakaf uang meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan wakaf uang

KAJIAN PUSTAKA

Dalam peristilahan syara', wakaf adalah sejenis pemberian yang pelaksanaannya dilakukan dengan jalan menahan (pemilikan) asal, lalu menjadikan manfaatnya berlaku umum. Yang dimaksud menahan (pemilikan) asal ialah menahan barang yang diwakafkan itu agar tidak diwariskan, digunakan dalam bentuk dijual, dihibahkan, digadaikan, disewakan, dipinjamkan dan sejenisnya. Sedangkan cara pemanfaatannya adalah dengan menggunakannya sesuai dengan kehendak pemberi wakaf tanpa imbalan. Dasar yang digunakan para ulama dalam menerangkan konsep wakaf didasarkan pada keumuman ayat-ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang amal kebaikan. Beberapa ayat-ayat Al-qur'an tersebut yaitu: Qs. Ali Imran : 92, dan Qs. al-Baqarah : 261.

Menurut Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tahun 2002 tentang Wakaf Uang, bahwa wakaf uang (*cash waqf*) adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai.⁴

Manfaat sekaligus keunggulan wakaf uang dibandingkan dengan wakaf benda tetap yang lain, yaitu:⁵

1. Wakaf uang jumlahnya bisa bervariasi, seseorang yang memiliki data terbatas sudah bisa mulai memberikan dana wakafnya tanpa harus menunggu menjadi tuan tanah terlebih dahulu.
2. Melalui wakaf uang, asset-aset wakaf yang berupa tanah-tanah kosong bisa mulai dimanfaatkan dengan pembangunan Gedung atau di olah untuk lahan pertanian.

² Rorysa Zeinka, "Pengaruh Religiusitas dan Akses Media Informasi terhadap Minat Wakif dalam Berwaqaf Uang pada Badan Wakaf Indonesia Provinsi Riau, (Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2023), hlm. 6

³ Laporan hasil survey Indeks Literasi Wakaf Tahun 2020 yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia

⁴ Direktorat Pernerdayaan Wakaf, *Tanya Jawab Tentang Wakaf Uang* (Jakarta: Kemenag RI Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam, 2015), hlm. 13.

⁵ Jaribah bin Ahmad al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar Khattab*, penj.Asumsi Solihan Zamakhsyari, cet, 1. (Jakarta: Khalifa, 2006). h. 311-312.

3. Dana wakaf uang juga bisa membantu Sebagian lembaga-lembaga pendidikan Islam yang *cash flow* nya terkadang kembang kempis dan menggaji civitas akademik alakadarnya.
4. Pada gilirannya umat Islam dapat lebih mandiri dalam mengembangkan dunia pendidikan tanpa harus terlalu bergantung pada anggaran pendidikan negara yang semakin lama terbatas

Religiusitas

Religiusitas adalah kerohanian atau spiritualitas, dalam arti kesadaran manusia bahwa nilai arah dan orientasi hidupnya ditentukan oleh hubungannya yang damai dengan yang Ilahi, yang suci. Religiusitas di sini diartikan juga sebagai semacam potensi atau kemampuan yang pokok dari kebudayaan manusia dalam menghayati hidupnya dengan selalu mengukur atau membuat keputusan diri dan hidupnya berdasarkan pada nurani yang dekat dengan sang sumber cahaya yaitu Tuhan.⁶

Religiositas secara definisi sangat beragam, berikut adalah beberapa definisi yang sangat populer digunakan pada banyak literatur diantaranya:⁷

- a) Delener mendefinisikan religiusitas sebagai tingkat keyakinan pada nilai-nilai agama dan pelaksanaannya oleh individu.
- b) Menurut McDaniel dan Burnett religiusitas adalah tingkat kepercayaan kepada Tuhan yang disertai komitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip keyakinan yang ditetapkan oleh Tuhan.
- c) Shafranske dan Maloney menyebutkan bahwa religiusitas adalah tingkat kepatuhan pelaksanaan dan kepercayaan
- d) Johnson, Jang, Larson dan Li mendefinisikan religiositas sebagai sejauh mana seseorang mempunyai komitmen pada agama dan ajarannya, seperti sikap dan perilaku individu sebagai refleksi komitmen ini.
- e) Worthington mendefinisikan religisitas sebagai tingkatan individu menggunakan nilai-nilai keagamaan, keyakinan, dan pelaksanaan keagamaan dalam keseharian.
- f) Menurut Usman Individu memiliki tingkat religiusitas tinggi akan mengevaluasi dunia melalui skema religius dan akan melibatkan agamanya ke dalam banyak Sisi kehidupannya.

Faktor-faktor yang dapat Mempengaruhi Religiusitas:

Religiusitas merupakan melaksanakan syariat agama secara menyeluruh, karena setiap manusia yang memiliki agama wajib melaksanakannya baik dalam berpikir, bersikap maupun bertindak.⁸

Berikut faktor-faktor yang dapat mempengaruhi religiusitas seseorang, yaitu:

- a) Faktor pendidikan, pengajaran dan berbagai macam tekanan sosial. Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan, termasuk pendidikan orang, tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosialnya untuk menyesuaikan diri dengan pendapat dan juga sikap lingkungan sekitar.
- b) Faktor pengalaman, yaitu pengalaman yang dapat membentuk sikap keagamaan. Terutama mengenai pengalaman keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan.
- c) Faktor kebutuhan, yaitu menyangkut mengenai kebutuhan keamanan atau keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan memperoleh harga diri, dan kebutuhan karena adanya ancaman kematian.
- d) Faktor intelektual, yaitu faktor yang berkaitan dengan proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Media Informasi

Menurut Tata Sutarbi bahwa informasi adalah data yang data yang telah diklasifikasi atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Untuk mendapatkan informasi yang baik pastinya diperlukan media yang baik juga, agar informasi yang diterima tidak berubah.⁹ informasi yang berkualitas itu jika informasinya mempunyai berbagai ciri diantaranya:

⁶ Mudji Sutrisno, et.al., *Teks-teks Kunci Estetika: Filsafat Seni*, (Yogyakarta: Galangpress, 2005), hlm. 183.

⁷ Abdul Aziz Nugraha Pratama dan Februari Eka Yudiana, *Perilaku Hijrah Konsumen Muslim*, (Jakarta: Kencana, 2022), hlm. 64

⁸ Selvia Berlian & Dian Pertiwi, "Pengaruh Tingkat pengetahuan dan religiusitas terhadap kesadaran Masyarakat dalam membayar zakat hasil pertanian di desa Terate kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir" *dalam Jurnal I-Philanthropy*, Volume 1., No. 1., (2021), hlm. 41

⁹ Muhidi Asep, "Perancangan System Informasi Produk Hasil Repair pada PT. JVC Kenwood Elektronik Indonesia" *Jurnal Teknologi Pelita Bangsa-SIGMA*, Volume 6., No. 2., hlm. 148-157.

- *Accuracy* (Akurat)
- *Timely* (Tepat Waktu)
- *Relevant* (Relevan)
- *Complate* (Lengkap)

Sedangkan menurut Philip Kotler bahwa informasi yang seseorang dapatkan bersumber dari empat sumber diantaranya yaitu sumber dari pribadi contohnya dari teman, kenalan, tetangga dan keluarga; sumber dari komersial contohnya dari kemasan, iklan, penyalur, dan wiraniaga; sumber dari politik contohnya seperti media massa; serta sumber dari pengalaman contohnya produk yang dipakai sebelumnya.¹⁰

Persepsi Kemudahan

Berikut beberapa definisi Persepsi menurut para ahli:¹¹

- a) Menurut Aurora Persepsi adalah proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan, dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan dimana individu tersebut berada, yang berasal dari proses belajar dan pengalaman.
- b) Menurut Rahmat Persepsi adalah pengalaman tentang objek yang diterima atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.
- c) Menurut Desirato persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.
- d) Persepsi adalah sebuah proses yang aktif untuk mengidentifikasi, menafsirkan maupun menginterpretasi rangsang atau stimulus, baik berupa orang, objek, peristiwa atau kejadian, situasi, dan aktivitas yang diterima oleh indera manusia.¹²

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah seluruh respon indra yang diartikan dan di analisis berdasarkan penafsiran individu. Syarat terbentuknya persepsi menurut Walgito ada tiga syarat terjadinya persepsi: 1) Adanya objek yang dipersepsi; 2) Adanya alat indra dan reseptor; 3) Adanya perhatian.

Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang tertarik pada sesuatu dan mempunyai keinginan untuk mempelajari lebih lanjut dan membuktikannya. Minat, menurut Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, merupakan perpaduan antara keinginan dan tekad yang terus tumbuh.¹³ Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat:¹⁴ 1) Dorongan dari dalam individu/diri sendiri Misalkan dorongan untuk makan, dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan; 2) Motif sosial Menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas sosial; 3) Faktor emosional Minat mempunyai hubungan erat dengan emosi. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian atas tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif, Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan dengan menggunakan rancangan yang terstruktur, sesuai dengan sistematika penelitian.¹⁵

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang berfungsi sebagai sumber daya dalam penelitian. Populasi juga dapat diartikan jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-

¹⁰ Ichsan dan Nurul. "Analisis Faktor Masyarakat Pedagang Untuk Menggunakan Tabungan Syariah Di Bank Syariah Di Bank Penerimaan Rakyat Syariah (BPRS)" *Jurnal Ekonomi Islam, Volume 4., No. 2., (2014), hlm. 30-62*

¹¹ Dzulfahmi, *Persepsi: Bagaimana Sejatinnya Persepsi Membentuk Konstruksi Berfikir Kita*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2021), hlm. 11-12.

¹² Ketut Swarjana, *Konsep Pengetahuan, Sikap, Perilaku, Persepsi, Stres, Kecemasan, Nyeri, Dukungan Sosil, Kepatuhan, Motivasi, Kepuasan, Pandemi Covid-19, Akses Layanan Kesehatan-Lengkap dengan Konsep Teori, Cara Mengukur Variabel, dan Contoh Kuesioner*, (Yogyakarta: ANDI, 2022), hlm. 28.

¹³ Iskandar Wasid dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Cet. Ke-3, (Bandung: Rosda, 2011) hlm. 23.

¹⁴ Muhammad Izet Budiansyah dan Salahuddin El Ayyubi, "Faktor-faktor yang Memengaruhi Wakif dalam Berwakaf Online" *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, Volume 2., No. 1., (2021)

¹⁵ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, et.al., *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021), hlm. 10

individu yang karakteristiknya hendak diteliti.¹⁶ Populasi yang dijadikan peneliti sebagai subyek penelitian adalah pada mahasiswa magister Ekonomi Syariah. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Total sampling, ialah teknik pengumpulan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.¹⁷ Alasan mengambil total sampling karena jumlah populasi yang kurang dari 100. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 orang yang merupakan mahasiswa/i aktif Ekonomi Syariah Pascasarjana dari semester 1 sampai 8.

Tabel 2. Defenisi Operasional

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator
1	Religiusitas (X1)	Religiusitas merupakan suatu keadaan, pemahaman dan ketaatan seseorang dalam meyakini suatu agama yang diwujudkan dalam pengalaman nilai, aturan, kewajiban, sehingga mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. (Selvia dan Dian)	1. Keyakinan atau Ideologis 2. Praktik Ibadah atau Ritualistik 3. pengalaman atau Eksperensial 4. Pengetahuan Agama atau Intelektual 5. Konsekuensi atau Pengalaman (Glock dan Stark) ¹⁸
2	Media Informasi (X2)	Informasi yang seseorang dapatkan bersumber dari empat sumber diantaranya yaitu sumber dari pribadi contohnya dari teman, kenalan, tetangga dan keluarga; sumber dari komersial	1. Accuracy (Akurat) 2. Timely (Tepat Waktu) 3. Relevant (Relevan) 4. Complete (Lengkap)
3	Persepsi Kemudahan	pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan	tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. (Singgih dan Bulan)
4	Minat Bawaqaf Uang	Keinginan pada diri seseorang sehingga mengarahkan individu terhadap aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut, dorongan internal dan eksternal yang berhubungan dengan sikap untuk memutuskan berwakaf uang.	1. Perhatian 2. Ketertarikan 3. Keinginan 4. Tindakan

¹⁶ Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 60

¹⁷ Mukhlidhan Hanun Siregar, et.al., *Metodologi Penelitian Kesehatan*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), hlm. 113.

¹⁸ Fadhilatul Hasanah, "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah", Volume 4., No. 1., hlm. 488-489

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Peneliti menerapkan analisis karakteristik responden, yang mana karakteristik responden dalam penelitian ini melibatkan Mahasiswa Ekonomi Syariah di program pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan pekerjaan dan pendapatan yang berbeda. Analisis karakteristik responden ini bertujuan untuk menggambarkan profil identitas responden berdasarkan informasi pribadi yang terkandung dalam data, termasuk jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan. Memperjelas kualitas responden dalam penelitian ini, maka data dari responden akan disajikan dalam tabel, antara lain:

1. Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Laki-laki	71
Perempuan	29
Total	99

Setelah melakukan penyebaran kuesioner terhadap 99 responden dapat maka penelitian ini melibatkan 70 responden laki-laki dan 29 responden perempuan

2. Karakteristik berdasarkan Pekerjaan Responden

Tabel 4. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden
Mahasiswa/i	69
Karyawan Swasta	13
PNS	1
Wirausaha	7
Lainnya	9
Total	99

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa pekerjaan responden di dominasi oleh Mahasiswa yang tidak memiliki aktivitas lain yaitu sebanyak 69 orang, karyawan swasta sebanyak 13 orang, PNS 1 orang Wirausaha 7 orang, dan pekerjaan lainnya sebanyak 9 orang.

3. Karakteristik berdasarkan Pendapatan Responden

Tabel 5. Pendapatan Responden

Pendapatan	Jumlah Responden
> Rp 3.500.000	18
Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000	8
Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000	19
< Rp 1.500.000	56

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat dilihat bahwasanya pendapatan responden di dominasi pada jumlah di bawah 1.500.000 hal ini dikarenakan lebih dari 50% responden merupakan mahasiswa yang fokus dengan study tanpa melakukan aktivitas lain. Atau dapat dikatakan belum memiliki pekerjaan.

Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas dimaksudkan untuk mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, untuk mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam penelitian.¹⁹ Indikator pengujian untuk mendapatkan hasil dari setiap pernyataan/pernyataan terhadap kuisisioner dapat dianggap sah dengan tingkat signifikansi sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$ yaitu:

¹⁹ Budi darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*, (Guepedia, 2021), hlm. 7

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	rtabel	Kriteria
Religiusitas	X1.1	0,536	0,202	Valid
	X1.2	0,764	0,202	Valid
	X1.3	0,787	0,202	Valid
	X1.4	0,718	0,202	Valid
	X1.5	0,715	0,202	Valid
	X1.6	0,669	0,202	Valid
	X1.7	0,784	0,202	Valid
	X1.8	0,732	0,202	Valid
	X1.9	0,607	0,202	Valid
	X1.10	0,687	0,202	Valid
Media Informasi	X2.1	0,603	0,202	Valid
	X2.2	0,582	0,202	Valid
	X2.3	0,789	0,202	Valid
	X2.4	0,816	0,202	Valid
	X2.5	0,765	0,202	Valid
Persepsi Kemudahan	X3.1	0,763	0,202	Valid
	X3.2	0,795	0,202	Valid
	X3.3	0,876	0,202	Valid
	X3.4	0,800	0,202	Valid
	X3.5	0,790	0,202	Valid
Minat	Y.1	0,741	0,202	Valid
	Y.2	0,795	0,202	Valid
	Y.3	0,589	0,202	Valid

Berdasarkan perbandingan antara nilai rhitung dengan rtabel maka dapat disimpulkan bahwa soal untuk semua variabel adalah valid

Uji Reabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Religiusitas	0,915	Reliabel
Media Informasi	0,878	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,923	Reliabel
Minat	0,840	Reliabel

Berdasarkan data yang didapatkan menggunakan uji SPSS menunjukkan nilai reliabilitas Cronbach's Alpha > 0,70, olehnya itu dapat ditarik sebuah kesimpulan semua item pertanyaan tersebut reliabel atau melebihi standar alpha.

Uji Normalitas

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,03933141
Most Extreme Differences	Absolute	,122
	Positive	,076
	Negative	-,122
Kolmogorov-Smirnov Z		1,212
Asymp. Sig. (2-tailed)		,106

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji Normalitas, jika Nilai Signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal dan sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel output SPSS diatas diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,106 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas dalam regresi sudah terpenuhi

Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,766	1,631		-1,083	,282
	Religiusitas	,209	,043	,424	4,841	,000
	Media Informasi	,004	,091	,007	,050	,961
	Persepsi Kemudahan	,223	,095	,353	2,344	,001

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diperoleh persamaan regresi dari table diatas sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dalam persamaan ini:

- Y adalah variabel terikat (variabel yang diprediksi)
- α adalah konstanta
- β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 dan X_2 , masing-masing
- X_1 dan X_2 adalah variabel bebas (variabel prediktor)
- e adalah error atau sisa yang tidak dapat dijelaskan oleh model regresi

Dapat Dijelaskan bahwasanya:

- 1) Constant (konstanta) memiliki nilai -1.766 dengan sig. 0.282, yang berarti bahwa konstanta tidak signifikan.
- 2) Religiusitas memiliki koefisien regresi (B) 0.209 dengan sig. 0.000, yang berarti bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat. Religiusitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat, artinya semakin tinggi religiusitas, maka semakin tinggi pula minat.
- 3) Media Informasi memiliki koefisien regresi (B) 0.004 dengan sig. 0.961, yang berarti bahwa media informasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat.
- 4) Persepsi Kemudahan memiliki koefisien regresi (B) 0.223 dengan sig. 0.001, Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat, artinya semakin tinggi persepsi kemudahan, maka semakin tinggi pula minat.

Uji F

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	357,117	3	119,039	27,747	,000 ^a
Residual	407,570	95	4,290		
Total	764,687	98			

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	357,117	3	119,039	27,747	,000 ^a
Residual	407,570	95	4,290		
Total	764,687	98			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Religiusitas, Media Informasi

b. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel diatas dapat dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas, Media Informasi, dan Persepsi Kemudahan memiliki nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan terdapatnya pengaruh secara bersama-sama variabel religiusitas, Persepsi Kemudahan, dan Media Informasi terhadap variable Y atau Minat berwaqaf uang

Uji T

Tabel 11. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,766	1,631		-1,083	,282
Religiusitas	,209	,043	,424	4,841	,000
Media Informasi	,004	,091	,007	,050	,961
Persepsi Kemudahan	,223	,095	,353	2,344	,001

a. Dependent Variable: Minat

Uji T bertujuan untuk menegtahui apakah variable bebas atau variable indenpenden (X) secara parsial berpengaruh terhadap variable terikat atau variable dependen.

Dari table output Coefficients dapat dilakukan uji untuk mengetahui apakah variable Religiusitas, Media Informasi, dan Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh. Adapun hipotesis dalam Penelitian ini:

1. H1: ada pengaruh Religiusitas (X1) terhadap Minat Berwaqaf Uang (Y)
2. H2: ada pengaruh Media Informasi (X2) terhadap Minat Berwaqaf Uang (Y)
3. H3: ada pengaruh Persepsi Kemudahan (X3) terhadap Minat Berwaqaf Uang (Y)

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji t Parsial ada dua, *pertama* melihat signifikansi (Sig) dan *kedua* dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Berdasarkan tabel diatas diketahui:

- a. Nilai signifikansi variabel Religiusitas (X1) sebesar 0,000 yang mana kecil dari probabilitas 0,05 dan diketahui variable religiusitas sebesar 4.841 karena t hitung 8.841 > t tabel 1,988, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya terdapat pengaruh Religiusitas (X1) terhadap minat Berwaqaf Uang.
- b. Nilai signifikansi variabel Media Informasi (X2) sebesar 0,961 yang mana besar dari probabilitas 0,05 dan diketahui variable Media Informasi sebesar 0.050 karena t hitung 0.050 < t tabel 1,988, maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak, artinya tidak ada pengaruh Media Informasi (X2) terhadap minat Berwaqaf Uang.
- c. Nilai signifikansi variabel Persepsi Kemudahan (X3) sebesar 0,01 yang mana kecil dari probabilitas 0,05 dan diketahui variable Persepsi Kemudahan sebesar 2.344 karena t hitung 2.344 > t tabel 1,988, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya terdapat pengaruh Persepsi Kemudahan (X3) terhadap minat Berwaqaf Uang.

PEMBAHASAN

Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Berwaqaf Uang

Pengujian hipotesisi berdasarkan uji t (Parsial) menunjukkan Nilai signifikansi variabel Religiusitas (X1) sebesar 0,000 yang mana kecil dari probabilitas 0,05 dan diketahui variable religiusitas sebesar 4.841 karena t hitung $8.841 > t$ tabel 1,988, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya terdapat pengaruh Religiusitas (X1) terhadap minat Berwaqaf Uang. Dalam penelitian ini indicator yang digunakan untuk variable Religiusitas ada 5 yaitu 1) Keyakinan atau Ideologis; 2) Praktik Ibadah atau Ritualisti; 3) pengalaman atau Eksperensial; 4) Pengetahuan Agama atau Intelektual; 5) Konsekuensi atau Pengalaman.

Religiusitas adalah konsep yang mengukur sejauh mana keyakinan, praktek, pengetahuan, dan pengalaman seseorang terhadap agama yang dianutnya mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Individu dengan religiusitas tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat wakaf dalam ajaran agama dimana Religiusitas yang tinggi sering kali berhubungan dengan motivasi untuk mendapatkan pahala di akhirat, yang mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam amal ibadah seperti wakaf. Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwasanya semakin religius seseorang maka akan semakin tinggi minat untuk berwaqaf uang. Penelitian ini sependapat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cahya Tika Aprila (2022) dimana Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwaqaf uang.

Pengaruh Media Informasi terhadap Minat Berwaqaf Uang

Pengujian hipotesisi berdasarkan uji t (Parsial) menunjukkan nilai signifikansi variabel Media Informasi (X2) sebesar 0,961 yang mana besar dari probabilitas 0,05 dan diketahui variable Media Informasi sebesar 0.050 karena t hitung $0.050 < t$ tabel 1,988, maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak, artinya tidak ada pengaruh Media Informasi (X2) terhadap minat Berwaqaf Uang. Dalam penelitian ini indicator yang digunakan untuk variable Media Informasi ada empat : 1) Accuracy (Akurat); 2) Timely (Tepat Waktu); 3) Relevant (Relevan); 4) Complete (Lengkap)

Keseharian masyarakat banyak dihabiskan dari handphone, bahkan semua informasi dapat dilakukan ataupun di akses. Namun dilihat dari hasil kuesioner penelitian Masyarakat khusus nya mahasiswa kurang mendapatkan informasi ataupun edukasi tentang waqaf uang. Dapat dikatakan bahwa informasi mengenai waqaf uang masih belum tersebar luas dan merata yang menyebabkan kemauan atau minat berwakaf masyarakat kurang. Artinya bahwa minat mahasiswa berwakaf uang tidak disebabkan oleh akses media informasi, tapi karena pengetahuan Norma subjektif dan sikap religiusitas yang ia miliki sehingga mereka terdorong untuk berwaqaf uang. Penelitian ini sependapat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmah Nur Indah (2021) dimana Media Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwaqaf uang. Dapat disimpulkan perlunya upaya dari lembaga terkait untuk melakukan peningkatan dan perhatian khusus terhadap media informasi, pelayanan harus lebih ditingkatkan agar dapat memberikan kepuasan untuk setiap keraguan yang dirasakan masyarakat dimana hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan minat masyarakat untuk berwaqaf uang. Selain itu perlu dilakukan edukasi secara langsung kepada masyarakat oleh lembaga terkait mengenai waqaf uang agar masyarakat dapat mengetahui sistematis, pengelolaan, dan manfaat dari waqaf uang.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Berwaqaf Uang

Pengujian hipotesisi berdasarkan uji t (Parsial) menunjukkan nilai signifikansi variabel Persepsi Kemudahan (X3) sebesar 0,01 yang mana kecil dari probabilitas 0,05 dan diketahui variable Persepsi Kemudahan sebesar 2.344 karena t hitung $2.344 > t$ tabel 1,988, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya terdapat pengaruh Persepsi Kemudahan (X3) terhadap minat Berwaqaf Uang. Persepsi seseorang terhadap wakaf uang memainkan peran penting dalam menentukan minat untuk berpartisipasi dalam aktivitas waqaf. Jika seseorang merasa bahwa proses wakaf uang mudah dan tidak rumit, mereka lebih cenderung untuk berminat melakukannya serta akses mudah ke informasi dan lembaga yang menerima wakaf uang juga dapat meningkatkan minat. Penelitian ini sependapat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yuliana Ismawati dan Moch. Khoirul Anwar (2019) persepsi tentang wakaf uang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berwakaf uang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Wakaf Uang (Studi Empiris Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau), maka dapat disimpulkan.

1. Dari hasil regresi linear berganda variabel Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwaqaf uang mahasiswa
2. Dari hasil regresi linear berganda variabel Media Informasi tidak berpengaruh terhadap minat berwaqaf uang
3. Dari hasil regresi linear berganda variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat berwaqaf uang.

REFERENSI

- Asep, Muhidi “Perancangan System Informasi Produk Hasil Repair pada PT. JVC Kenwood Elektronik Indonesia” *Jurnal Teknologi Pelita Bangsa-SIGMA*, Volume 6., No. 2., hlm. 148-157.
- Darmadi, Hamid. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosiali*. Bandung: Alfabeta
- Dzulfahmi. 2021. *Persepsi: Bagaimana Sejatinya Persepsi Membentuk Konstruksi Berfikir Kita*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Fadhilatul Hasanah, "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah", Volume 4., No. 1., hlm. 488-489
- Ichsan dan Nurul. 2014 “Analisis Faktor Masyarakat Pedagang Untuk Menggunakan Tabungan Syariah Di Bank Syariah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)” *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 4., No. 2., hlm. 30-62
- Laporan hasil survey Indeks Literasi Wakaf Tahun 2020 yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia
- Muhammad Izet Budiansyah dan Salahuddin El Ayyubi. 2021. "Faktor-faktor yang Memengaruhi Wakif dalam Berwakaf Online" *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, Volume 2., No. 1.,
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar et.al., 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jawa Timur: Widya Gama Press
- Pratama ,Abdul Aziz Nugraha dan Februari Eka Yudianta. 2022. *Perilaku Hijrah Konsumen Muslim*. Jakarta: Kencana,
- Rorysa Zeinka, 2023. “Pengaruh Religiusitas dan Akses Media Informasi terhadap Minat Wakif dalam Berwaqaf Uang pada Badan Waqaf Indonesia Provinsi Riau. Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau
- Selvia Berlian & Dian Pertiwi, 2021 “Pengaruh Tingkat pengetahuan dan religiusitas terhadap kesadaran Masyarakat dalam membayar zakat hasil pertanian di desa Terate kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir” *dalam Jurnal I-Philanthropy*, Volume 1., No. 1., hlm. 41
- Siregar, Mukhlidhan Hanun et.al., 2021. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zain.
- Sutrisno Mudji, et.al., 2005. *Teks-teks Kunci Estetika: Filsafat Seni*. Yogyakarta: Galangpress
- Swarjana, Ketut . 2022. *Konsep Pengetahuan, Sikap, Perilaku, Persepsi, Stres, Kecemasan, Nyeri, Dukungan Sosit, Kepatuhan, Motivasi, Kepuasan, Pandemi Covid-19, Akses Layanan Kesehatan-Lengkap dengan Konsep Teori, Cara Mengukur Variabel, dan Contoh Kuesioner*. Yogyakarta: ANDI
- Wasid , Iskandar dan Dadang Sunendar. 2011 *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Cet. Ke-3. Bandung: Rosda
- darma, Budi 2021 *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.
- Untuk jurnal, bulletin, dan majalah ilmiah (periodical):