



**PERAN KESADARAN SEBAGAI MEDIASI PENGARUH RELIGIUSITAS, LITERASI WAKAF DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BERWAKAF TUNAI
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
DI KOTA MALANG)**

***THE ROLE OF AWARENESS AS A MEDIATION OF THE INFLUENCE OF
RELIGIOSITY, WAKAF LITERACY AND PROMOTION ON INTEREST
IN CASH WAKAF (STUDY ON ISLAMIC UNIVERSITY STUDENTS
IN MALANG CITY)***

Bella Ayu Rahmawati¹, Fani Firmansyah²

¹⁻²(Perbankan Syariah, Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia)

email ¹bellaayurahma182@gmail.com, ²fanifirmansyah@pbs.uin-malang.ac.id

Abstrak

Berdasarkan fakta masih rendahnya realisasi penghimpunan wakaf tunai sedangkan potensi yang ada sangatlah besar, maka hal tersebut mencerminkan masih rendahnya minat berwakaf tunai. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut terkait faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai. Fokus permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai religiusitas (X1), literasi wakaf (X2) dan promosi (X3) pada mahasiswa kampus Islam Kota Malang terhadap minat berwakaf tunai (Y) sebagai variabel terikatnya melalui kesadaran (Z) sebagai variabel mediasi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuisioner yang disebar kepada 100 responden dengan menggunakan metode simple random sampling. Analisis dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Hasil analisis menunjukkan bahwa religiusitas dan literasi wakaf berpengaruh signifikan terhadap kesadaran, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran mahasiswa berwakaf tunai, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf tunai, literasi wakaf dan promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat berwakaf tunai, dan kesadaran berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf tunai. Adapun secara tidak langsung, kesadaran mampu memediasi religiusitas dan literasi wakaf terhadap minat berwakaf tunai, sedang tidak mampu memediasi pengaruh promosi terhadap minat berwakaf tunai.

Kata Kunci: Religiusitas; Literasi Wakaf; Promosi; Kesadaran; Minat Berwakaf Tunai

Abstract

Despite the immense potential for cash waqf, its realization remains low, indicating a lack of interest in cash waqf. This study aims to investigate the factors influencing cash waqf interest among Islamic university students in Malang City. The research focuses on the relationship between religiosity (X1), waqf literacy (X2), promotion (X3), and cash waqf interest (Y) as the dependent variable, mediated by awareness (Z). Employing a quantitative research approach, data was collected from 100 respondents using simple random sampling and a questionnaire. Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS) was employed for data analysis. The results indicate that religiosity and waqf literacy significantly influence awareness, while promotion does not significantly impact students' cash waqf awareness. Religiosity significantly influences cash waqf interest, while waqf literacy and promotion do not. Awareness significantly influences cash waqf interest. Indirectly, awareness mediates the influence of religiosity and waqf literacy on cash waqf interest but not the influence of promotion.

Keywords: Religiosity; Waqf Literacy; Promotion; Awareness; Cash Waqf Interest



PENDAHULUAN

Fenomena ketimpangan ekonomi merupakan hal yang lumrah dihadapi oleh negara berkembang, termasuk Indonesia. Indonesia tak luput pula dari permasalahan kemiskinan yang belum juga terselesaikan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) periode Maret 2023, jumlah penduduk miskin di Indonesia tercatat sejumlah 25,90 juta orang atau sebesar 9,36 persen. Kemiskinan merupakan masalah krusial dan kompleks sehingga memerlukan upaya dan strategi penyelesaian yang baik. Strategi yang berpeluang besar untuk mengentaskan masalah kemiskinan ialah dengan mengaplikasikan wakaf tunai (Kalimah, 2020). Rinawati (2021) juga menjelaskan bahwa peran wakaf uang perlu ditingkatkan untuk dapat menekan jumlah kemiskinan. Wakaf tunai merupakan salah satu instrumen fiskal Islam yang memiliki potensi besar untuk perkembangan perekonomian umat Islam. Potensi besar tersebut muncul sebab uang yang dihimpun berfungsi menjadi dana abadi yang dipelihara pokoknya secara utuh dan akan terus berakumulasi seiring dengan aktifitas penghimpunan yang dilakukan oleh Nadzir.

Wakaf tunai yang dikelola secara produktif berguna untuk membantu percepatan pembangunan infrastruktur baik dalam bidang keagamaan, pendidikan, perekonomian dan lainnya. Hal tersebut dikarenakan wakaf tunai yang sifatnya fleksibel, sehingga lebih mudah untuk diimplementasikan ke hal-hal yang sifatnya produktif. Selain itu wakaf tunai sangat potensial untuk dikembangkan karena jangkauan mobilisasinya akan dapat lebih merata kepada seluruh masyarakat jika dibandingkan dengan model wakaf tradisional-konvensional dalam bentuk harta fisik. Apalagi mengingat mayoritas penduduk Indonesia ialah beragama Islam, maka perkembangan wakaf di Indonesia memiliki peluang yang sangat besar. Berdasarkan Sistem Informasi Wakaf Kemenag tahun 2022, potensi wakaf tunai ditaksir mencapai angka 180 triliun rupiah per tahunnya. Sedangkan per Maret 2022, Badan Wakaf Indonesia mencatat perolehan wakaf tunai menyentuh angka 1,4 triliun rupiah. Hal ini menandakan pemanfaatan peluang wakaf yang ada masih belum optimal, sebab terdapat perbedaan yang cukup jauh antara potensi wakaf tunai dan realisasi wakaf tunai. Sehingga, hal tersebut masih menjadi salah satu tantangan dalam pengembangan wakaf tunai di Indonesia.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan kinerja wakaf ialah melalui peningkatan kesadaran wakaf. (www.bwi.go.id). Menurut Hakiem (2022), pemrioritasan kesadaran adalah hal yang perlu diperhatikan, sebab hal tersebut dapat menjadi strategi untuk meningkatkan penghimpunan wakaf uang atau melalui uang yang nantinya dapat dipergunakan untuk kepentingan pembangunan yang bermanfaat kepada umat. Hal ini didukung pula oleh penelitian Kurniawati, dkk. (2021) yang menyatakan bahwa kesadaran memiliki pengaruh positif terhadap minat berwakaf uang. Oleh karenanya, kesadaran berperan besar dalam menumbuhkan minat berwakaf seseorang. Menurut Syafiq (2018) upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dapat dilakukan melalui 2 cara, yakni dari sisi internal maupun eksternal. Dari segi internal dapat dilakukan dengan peningkatan religiusitas dan penguatan literasi wakaf. Kemudian dari sisi eksternal, peran pemerintah dan regulator dalam hal sosialisasi dan promosi perlu ditingkatkan secara masif. Rendahnya edukasi mengenai wakaf uang berdampak pada ketidaktertarikan masyarakat terhadap wakaf uang sehingga realisasinya belum bisa mencapai potensi yang diperkirakan (Kurniawati, dkk., 2021).

Minat berwakaf uang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya ialah faktor religiusitas seseorang. Religiusitas berkaitan dengan pemahaman seseorang terhadap nilai dan



syariat dalam agama. Berdasarkan penelitian oleh Zulkarnain (2020) subjek penelitian berpendapat bahwa orang yang berwakaf ialah orang yang patuh terhadap perintah agama. Dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa religiusitas seseorang dapat mempengaruhi minatnya untuk berwakaf tunai. Hal ini dikuatkan dengan penelitian Kasri dan Chaerunnisa (2020), Adistii, dkk. (2021), Afandi, dkk. (2022), Hakiem, dkk. (2022), serta Mujakir dan Hidayatullah (2022) yang menjelaskan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf tunai. Namun penelitian oleh Kurniawati, dkk. (2021) menyatakan hal yang sebaliknya, yakni religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai. Hal ini didukung oleh penelitian Suhasti, dkk. (2022) yang juga menyatakan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwakaf tunai.

Selain religiusitas, faktor lain yang mempengaruhi minat berwakaf ialah tingkat literasi wakaf seseorang. Berdasarkan Theory of Planned Behavior (TBP), literasi wakaf dapat dipahami sebagai bagian dari persepsi kontrol perilaku yang mana mengacu pada persepsi seseorang terkait kemampuannya dalam melakukan suatu perilaku. Literasi wakaf yang dimiliki seseorang akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berwakaf. Sehingga, semakin tinggi literasi wakaf seseorang maka akibatnya akan dapat meningkatkan minatnya dalam berwakaf uang. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Adistii, dkk. (2021) yang menyatakan bahwa literasi wakaf berpengaruh positif terhadap minat berwakaf uang. Sejalan dengan penelitian Rasela (2022), Mujakir dan Hidayatullah (2022) yang juga menyatakan bahwa literasi wakaf memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang. Namun Rakhmawati dan Arintin (2023) memperoleh temuan bahwa literasi wakaf tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang.

Pada umumnya, wakaf yang dikenal oleh masyarakat luas ialah wakaf berupa tanah. Hal ini yang menjadi faktor rendahnya penerimaan wakaf tunai, sebab keterbatasan pemahaman wakaf tunai dibandingkan dengan wakaf tanah dan lainnya. Oleh karena itu, pemahaman masyarakat terkait wakaf uang harus ditingkatkan dengan gencar disosialisasikan (Hariyanto, 2019). Andriani dan Fuziah (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sosialisasi berpengaruh positif terhadap minat berwakaf uang. Berdasarkan penelitian Hakiem, dkk. (2022), diketahui bahwa promosi dan sosialisasi berpengaruh positif terhadap minat berwakaf. Begitupun dengan penelitian Fitriyah dan Alim (2021) yang juga menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap minat berwakaf tunai. Dengan demikian berarti promosi dapat meningkatkan kesadaran seseorang terkait wakaf tunai sehingga mendorong minatnya untuk menunaikan wakaf tunai. Namun menurut Iqbal, et. al. (2019) promosi terkait wakaf uang tidak berpengaruh terhadap kesadaran yang pada akhirnya tidak akan mendorong seseorang untuk berwakaf tunai.

Menurut Aldeen, et.al. (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa generasi milenial Indonesia memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap wakaf tunai, namun mereka memiliki tingkat kemauan yang rendah untuk berkontribusi terhadap wakaf tunai. Hal ini memerlukan penelitian lebih lanjut terkait kesadaran yang berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai. Menurut Rusydiana et al. (2021), untuk mengatasi permasalahan wakaf diperlukan komitmen bersama dari berbagai pihak, baik dari pembuat kebijakan, akademisi, serta praktisi untuk mendukung dan mendorong upaya pengembangan industri keuangan (sosial) syariah, dalam hal ini khususnya wakaf uang di Indonesia. Implikasi dalam gerakan wakaf memerlukan penguatan



dalam segi literasi, terkhusus bagi generasi muda, yakni pelajar dan mahasiswa sebagai generasi elit terdidik yang perlu dioptimalkan. Lembaga pendidikan tinggi seperti Universitas merupakan salah satu sasaran tepat untuk mengembangkan potensi wakaf tunai di Indonesia.

Kampus merupakan tempat untuk mengembangkan berbagai konsep pemikiran yang teoritis dan aplikatif sehingga upaya peningkatan sadar wakaf sangat berpotensi untuk tumbuh dan berkembang di lingkungan kampus. Hal ini dapat menjadi salah satu upaya pengembangan wakaf tunai di Indonesia begitu juga dengan pengembangan wakaf produktif (Hasanah dan Maha, 2022). Salah satu kota dengan sebagai gudangnya universitas unggulan ialah Kota Malang. Berdasarkan pemeringkatan UniRank tahun 2023, terdapat 15 kampus Malang yang berhasil masuk dalam jajaran universitas terbaik di Indonesia, dan 4 diantaranya merupakan kampus Islam. Kampus-kampus tersebut ialah Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Islam Malang (UNISMA) dan Universitas Islam Raden Rahmat. Dalam Universitas Islam, selain mengadopsi perkembangan keilmuan modern tentu juga akan memperhatikan keilmuan agama. Hal tersebut menjadi latar belakang peneliti untuk melakukan penelitian pada empat universitas Islam terbaik di Kota Malang.

Selain itu juga berdasarkan fakta rendahnya realisasi potensi wakaf tunai yang mana mencerminkan rendahnya minat berwakaf tunai. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut terkait faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai. Fokus permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai religiusitas, literasi wakaf dan promosi pada mahasiswa kampus Islam Kota Malang terhadap minat berwakaf uang melalui kesadaran sebagai variabel mediasi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Penelitian survei di sini yaitu dengan melakukan penelitian langsung ke lapangan. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa aktif 4 Universitas Islam yang masuk pada pemeringkatan UniRank tahun 2023 yang terdaftar dalam Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI) yakni sejumlah 79.541 mahasiswa. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, sampel yang dibutuhkan untuk seluruh populasi adalah 99,87 sampel, dan dibulatkan menjadi 100 sampel. Sampel diambil menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *cluster random sampling*.

Teknik analisa data merupakan metode untuk memproses data agar menjadi sebuah informasi (Priadana dan Sunarsi, 2021: 203). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Analisis PLS-SEM terbagi dalam dua sub model yakni model pengukuran (*measurement model*) atau model luar (*outer model*) dan model struktural (*structural model*) atau analisis hipotesis antar variabel (*inner model*). Dalam metode PLS, teknik analisa yang digunakan meliputi tiga tahap yakni analisa *outer model*, analisa *inner model* dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Convergent Validity

Uji validitas konvergen merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dalam penelitian ini adalah valid terhadap variabel laten, yang dapat dilihat melalui nilai loading



factor. Sebuah indikator dikatakan valid jika nilai loading factornya $> 0,60$. Berdasarkan hasil uji outer model dapat dilihat nilai uji validitas konvergen pada tabulasi data berikut:

Tabel 1. Tabulasi Data Loading Factor

Indikator	Relgiusitas (X1)	Literasi Wakaf (X2)	Promosi (X3)	Kesadaran (Z)	Minat Berwakaf Tunai (Y)
X1.1	0.756				
X1.2	0.792				
X1.3	0.774				
X1.4	0.718				
X1.5	0.794				
X2.1		0.729			
X2.2		0.736			
X2.3		0.736			
X2.4		0.755			
X2.5		0.786			
X2.6		0.732			
X3.1			0.799		
X3.2			0.782		
X3.3			0.862		
X3.4			0.814		
Z1				0.781	
Z2				0.838	
Z3				0.715	
Z4				0.758	
Y1					0.765
Y2					0.762
Y3					0.728
Y4					0.859
Y5					0.784
Y6					0.844

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui secara keseluruhan tiap-tiap indikator yang digunakan menunjukkan nilai loading factor $> 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas (X1), literasi wakaf (X2), promosi (X3), kesadaran (Z) dan minat berwakaf tunai (Y) adalah valid.

Discriminant Validity

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pada suatu konstruk memiliki nilai diskriminan yang memadai. Dalam melihat nilai discriminant validity ini yaitu dengan melihat nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*. Jika nilai rasio HTMT lebih kecil dari 1 (< 1), berarti menunjukkan nilai validitas diskriminan telah terpenuhi. Adapun nilai HTMT dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

**Tabel 2. Tabel *Discriminant Validity Heterotrait-Monotrait Ratio Criterion***

	Religiusitas (X1)	Literasi Wakaf (X2)	Promosi (X3)	Kesadaran (Z)	Minat Berwakaf Tunai (Y)
Religiusitas (X1)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Literasi Wakaf (X2)	0.299	0.000	0.000	0.000	0.000
Promosi (X3)	0.285	0.939	0.000	0.000	0.000
Kesadaran (Z)	0.573	0.795	0.658	0.000	0.000
Minat Berwakaf Tunai (Y)	0.525	0.391	0.281	0.611	0.000

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa nilai HTMT masing-masing variabel di bawah 1 (<1), sehingga keseluruhan variabel dinyatakan *discriminant validity* nya baik.

Composite Reliability dan AVE

Uji realibilitas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu jika nilai *cronbach's alpha* maupun *composite reliability* lebih besar dari 0,7 maka variabel dikatakan reliabel. Kemudian untuk pengambilan keputusan dalam melihat nilai AVE adalah nilai $AVE > 0,5$. Berikut merupakan nilai *cronbach's alpha*, *composite reliability* dan AVE dalam penelitian ini:

Tabel 3. Tabel Nilai *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability* dan AVE

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Religiusitas (X1)	0.827	0.877	0.877
Literasi Wakaf (X2)	0.847	0.883	0.883
Promosi (X3)	0.831	0.888	0.888
Kesadaran (Z)	0.777	0.856	0.856
Minat Berwakaf Tunai (Y)	0.880	0.910	0.910

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui jika semua variabel laten pada penelitian ini memiliki nilai AVE (*Average Variance Extracted*) di atas 0,5 ($>0,5$). Kemudian untuk nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari masing-masing variabel ialah di atas 0,7 ($> 0,7$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Coefficient of Determinant

Salah satu cara melakukan evaluasi model struktural adalah dengan melihat besaran tingkat presentasi variance yang dijelaskan yaitu dengan melihat nilai R^2 untuk konstruk laten endogen. Untuk melihat nilai R^2 pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

**Tabel 4. Nilai R Square**

No	Variabel	R Square	R Square Adjusted
1	Kesadaran	0,573	0,559
2	Minat Berwakaf Tunai	0,341	0,313

Sumber: data diolah, 2024

Pada Tabel 4 diketahui nilai R^2 variabel kesadaran ialah sebesar 0,573, yang artinya variabel kesadaran dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya dalam penelitian ini sebesar 57,3%, sedangkan 42,7% sisanya dipengaruhi variabel lain. Adapun nilai R^2 variabel minat berwakaf tunai adalah sebesar 0,341, artinya variabel minat berwakaf tunai dapat dijelaskan oleh variabel dalam penelitian ini sebesar 34,1%, sementara 65,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji Q-Square (Q^2)

Uji Q-square dilakukan untuk mengukur mampu tidaknya suatu model dapat diprediksi. Jika nilai Q-Square lebih dari 0 (>0), maka dapat diartikan model dapat diprediksi, sementara jika nilai menunjukkan kurang dari 0 berarti model tidak dapat diprediksi. Adapun nilai Q-Square dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Q-Square Predictive Relevance (Q^2)

	SSO	SSE	Q^2 (1-SSE/SSO)
Religiusitas (X1)	500.000	500.000	
Literasi Wakaf (X2)	600.000	600.000	
Promosi (X3)	400.000	400.000	
Kesadaran (Z)	400.000	271.095	0.322
Minat Berwakaf Tunai (Y)	600.000	482.363	0.196

Sumber: data diolah, 2024

Pengaruh variabel penelitian yakni kesadaran sebesar 0,322 dan minat berwakaf tunai sebesar 0,196, dimana diperoleh nilai lebih dari 0 (>0) yang berarti dalam kategori baik. Artinya, nilai-nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dengan memiliki relevansi prediktif.

Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk memutuskan diterima atau tidaknya sebuah hipotesis yang diajukan, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan fungsi Bootstrapping. Hipotesis diterima jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau t-value melebihi nilai kritisnya. Nilai t statistics untuk tingkat signifikansi 5% dengan sampel 100 ialah sebesar 1,984. Berikut merupakan tabel hasil *Path Coefficient*:



Tabel 6. Nilai Path Coefficients

Variabel/ Konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic	P Values	Hasil
H1 Religiusitas (X1) → Kesadaran (Z)	0.334	0.327	0.067	5.001	0.000	Diterima
H2 Literasi Wakaf (X2) → Kesadaran (Z)	0.652	0.657	0.103	6.351	0.000	Diterima
H3 Promosi (X3) → Kesadaran (Z)	-0.070	-0.068	0.122	0.576	0.565	Ditolak
H4 Religiusitas (X1) → Minat Berwakaf Tunai (Y)	0.299	0.317	0.085	3.515	0.000	Diterima
H5 Literasi Wakaf (X2) → Minat Berwakaf Tunai (Y)	0.222	0.203	0.153	1.453	0.147	Ditolak
H6 Promosi (X3) → Minat Berwakaf Tunai (Y)	-0.161	-0.155	0.118	1.361	0.174	Ditolak
H7 Kesadaran (Z) → Minat Berwakaf Tunai (Y)	0.301	0.315	0.117	2.574	0.010	Diterima

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan hasil output pada Tabel 6 dapat diketahui nilai original sampel, *p value* atau *t statistics* yang digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan hipotesis diterima atau hipotesis ditolak. Hipotesis dapat diterima jika nilai *t statistics* > *t* tabel atau *p value* < 0,05. Begitupula dengan hasil uji pengaruh tak langsung yang dapat dilihat pada tabel nilai *specific indirect effect* berikut ini:

Tabel 8. Nilai Specific Indirect Effects

Variabel/ Konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic	P Value	Hasil
H8 Religiusitas (X1) → Kesadaran (Z) → Minat Berwakaf Tunai (Y)	0.101	0.102	0.042	2.422	0.016	Diterima
H9 Literasi Wakaf (X2) → Kesadaran (Z) → Minat Berwakaf Tunai (Y)	0.196	0.207	0.085	2.302	0.022	Diterima
H10 Promosi (X3) → Kesadaran (Z) → Minat Berwakaf Tunai (Y)	-0.021	-0.022	0.043	0.493	0.622	Ditolak

Sumber: data diolah, 2024



HASIL DAN PEMBAHASAN

H1 : Religiusitas berpengaruh terhadap kesadaran

Hasil uji pengaruh religiusitas terhadap kesadaran menunjukkan t-value sebesar 5,001, yang artinya lebih besar dari t-tabel (1,984) dan p-value 0,000 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05). Berdasarkan dasar pengambilan keputusan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran. Dengan begitu dapat disimpulkan H1 diterima. Melalui nilai original sampel diketahui bahwa pengaruh yang dihasilkan ialah pengaruh positif. Tinggi rendahnya suatu variabel akan mempengaruhi variabel lainnya, artinya semakin tinggi religiusitas mahasiswa kampus islam di Kota Malang, maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran mahasiswa terkait wakaf tunai. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Kurniawati, dkk., (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara religiusitas terhadap kesadaran berwakaf tunai. Tingginya tingkat religiusitas seseorang akan berdampak pada pemahaman seseorang terkait norma-norma syariah, yang dalam hal ini khususnya ialah wakaf. Seseorang dengan religiusitas tinggi akan memiliki komitmen terhadap agamanya. Religiusitas memainkan peran penting dalam memotivasi seseorang untuk meningkatkan kesadarannya terhadap berwakaf. Keyakinan dalam nilai-nilai agama yang mana mengajarkan pada prinsip-prinsip kebaikan dapat meningkatkan kesadaran seseorang dan memotivasinya untuk berwakaf tunai sebagai bentuk ibadah dan pengabdian kepada Allah dan juga dengan sesama manusia.

H2 : Literasi wakaf berpengaruh terhadap kesadaran

Hasil uji pengaruh literasi wakaf terhadap kesadaran menunjukkan t-value sebesar 6,351, yang artinya lebih besar dari t-tabel (1,984) dan p-value 0,000 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05). Berdasarkan nilai tersebut, maka dapat dikatakan bahwa literasi wakaf berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran. Dengan begitu dapat disimpulkan H2 diterima. Melalui nilai original sampel diketahui bahwa pengaruh yang dihasilkan ialah pengaruh positif. Artinya, semakin tinggi literasi wakaf mahasiswa kampus islam di Kota Malang maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran mahasiswa terkait wakaf tunai. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Nafi'ah, dkk., (2023) terhadap minat membayar zakat, yakni literasi dapat mempengaruhi kesadaran seseorang secara signifikan. Literasi sebagai media peningkatan pengetahuan dan pemahaman yang dapat menjadikan seseorang bernilai positif. Melalui pemahaman yang baik maka seseorang akan dapat mempersepsikan dirinya dan dapat menimbulkan kesadaran pada dirinya, yang pada akhirnya akan berdampak pada sikap dan perilaku seseorang dalam membuat keputusan. Literasi wakaf yang baik memiliki peranan krusial dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi mahasiswa dalam berwakaf. Dengan literasi wakaf tunai yang baik, pengetahuan mahasiswa akan semakin luas terhadap wakaf. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran akan kemudahan berwakaf, dimana mahasiswa akan terdorong untuk berkontribusi dalam upaya kemanusiaan melalui wakaf tunai.

H3 : Promosi berpengaruh terhadap kesadaran

Hasil uji pengaruh promosi terhadap kesadaran menunjukkan t-value sebesar 0,576, yang artinya lebih kecil dari t-tabel (1,984) dan p-value 0,565 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi (0,05). Berdasarkan dasar pengambilan keputusan tersebut, maka dapat dikatakan



bahwa promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kesadaran. Dengan begitu dapat disimpulkan H3 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa promosi wakaf tunai tidak meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap wakaf tunai. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Iqbal, et.al. (2019) yang juga menyatakan bahwa promosi wakaf uang tidak mempengaruhi kesadaran yang mana akhirnya tidak dapat mendorong seseorang untuk berwakaf tunai. Hal ini dapat terjadi ketika promosi wakaf tunai yang dirasakan oleh calon wakif sangat rendah. Dibuktikan oleh indikator promosi dengan penilaian terendah dalam penelitian ini ialah ketertarikan berwakaf tunai sebab mendapat tawaran langsung oleh pengelola wakaf (nadzir). Meskipun dengan akses informasi yang sangat mudah di era seperti sekarang ini, namun strategi promosi oleh nadzir dan lembaga wakaf tetap menjadi hal yang penting untuk mendorong munculnya kesadaran para mahasiswa terhadap wakaf tunai. Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran berwakaf tunai cenderung mengindikasikan kegagalannya dalam mencapai tujuan. Oleh karenanya, promosi yang lebih komprehensif menjadi urgensi untuk mengoptimalkan potensi wakaf tunai yang ada.

H4 : Religiusitas berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai

Hasil uji pengaruh religiusitas terhadap minat berwakaf tunai menunjukkan t-value sebesar 3,515, yang artinya lebih besar dari t-tabel (1,984) dan p-value 0,000 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05). Berdasarkan dasar pengambilan keputusan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwakaf tunai. Dengan begitu dapat disimpulkan H4 diterima. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh yang dihasilkan ialah pengaruh positif, yang mana dapat dilihat dari nilai original sampel. Tinggi rendahnya suatu variabel akan mempengaruhi variabel lainnya, artinya semakin tinggi religiusitas mahasiswa kampus islam di Kota Malang, maka semakin tinggi pula minatnya dalam berwakaf tunai. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Kasri dan Chaerunnisa (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara religiusitas terhadap minat berwakaf tunai. Dikuatkan pula dengan temuan dari Adistii, dkk. (2021), Hakiem, dkk (2022) serta Afandi, dkk. (2022) yang juga menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwakaf tunai. Hasil temuan ini menolak temuan Suhasti dkk. (2022) dan Musahidah & Sobari (2021) yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf tunai.

H5 : Literasi wakaf berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai

Hasil uji pengaruh literasi wakaf terhadap minat berwakaf tunai menunjukkan t-value sebesar 1,453, yang artinya lebih besar dari t-tabel (1,984) dan p-value 1,147 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi (0,05). Berdasarkan dasar pengambilan keputusan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa literasi wakaf berpengaruh tidak signifikan terhadap kesadaran. Dengan begitu dapat disimpulkan H5 ditolak. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh yang dihasilkan ialah pengaruh positif, yang mana dapat dilihat dari nilai original sampel, namun pengaruhnya tidak signifikan dapat meningkatkan minat berwakaf tunai mahasiswa kampus islam di Kota Malang. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Adistii dkk. (2021) yang menyatakan bahwa literasi wakaf berpengaruh positif terhadap minat berwakaf uang. Begitupula dengan penelitian Rasela (2022) juga menyatakan bahwa pengaruh literasi wakaf terhadap minat



mahasiswa berwakaf menunjukkan hasil yang signifikan positif. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian Rakhmawati dan Arintin (2023) yang memperoleh temuan bahwa literasi wakaf tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang. Berdasarkan penilaian kuisioner literasi wakaf yang telah dilakukan dalam penelitian ini, indikator paling rendah ialah indikator terkait pemahaman umum tentang wakaf tunai dan hukumnya. Selain itu, indikator telah mendapatkan informasi terkait wakaf tunai pada semester yang telah ditempuh juga mendapatkan nilai yang rendah. Hal ini menandakan bahwa literasi terkait wakaf tunai di lingkungan kampus masih perlu ditingkatkan.

H6 : Promosi berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai

Hasil uji pengaruh promosi terhadap minat berwakaf tunai menunjukkan t-value sebesar 1,361, yang artinya lebih kecil dari t-tabel (1,984) dan p-value 0,174 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi (0,05). Berdasarkan dasar pengambilan keputusan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat berwakaf tunai. Dengan begitu dapat disimpulkan H6 ditolak. Hal ini berarti menunjukkan bahwa promosi wakaf tunai tidak meningkatkan minat berwakaf tunai mahasiswa. Hasil penelitian ini bertolak dengan hasil penelitian Fitriyah & Alim (2021) yang mana menyatakan bahwa promosi mempengaruhi kesadaran yang mana akhirnya tidak dapat mendorong seseorang untuk berwakaf tunai. Hal ini dapat terjadi ketika promosi wakaf tunai yang dirasakan oleh calon wakif sangat rendah. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian Iqbal, et.al. (2019) yang menjelaskan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf tunai. Hal ini dikuatkan oleh penelitian Hakiem dkk. (2022) yang juga menyatakan bahwa promosi dan sosialisasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat berwakaf tunai. Tidak berpengaruhnya promosi terhadap minat berwakaf tunai bukan berarti promosi tidak penting atau menganggap tidak perlu adanya kegiatan promosi. Justru sebaliknya, kegiatan promosi tetap penting dilakukan dengan cara sosialisasi yang intensif melalui lingkungan sosial dan juga dalam berbagai program pendidikan baik pendidikan formal maupun nonformal.

H7 : Kesadaran berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai

Hasil uji pengaruh kesadaran terhadap minat berwakaf tunai menunjukkan t-value sebesar 2,564, yang artinya lebih besar dari t-tabel (1,984) dan p-value 0,010 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05). Berdasarkan dasar pengambilan keputusan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kesadaran berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwakaf tunai. Dengan begitu dapat disimpulkan H7 diterima. Melalui nilai original sampel diketahui bahwa pengaruh yang dihasilkan ialah pengaruh positif. Artinya, semakin tinggi kesadaran mahasiswa kampus islam di Kota Malang terkait wakaf tunai, maka semakin tinggi pula minatnya dalam berwakaf tunai. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hakiem (2022) yang menjelaskan bahwa kesadaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf tunai. Menurutnya pemrioritasan kesadaran adalah hal yang perlu diperhatikan, sebab hal tersebut dapat menjadi strategi untuk meningkatkan penghimpunan wakaf tunai. Upaya dalam meningkatkan kesadaran seseorang dapat dilakukan dengan 2 cara, yakni melalui sisi internal maupun eksternal. Dari segi internal dapat dilakukan dengan peningkatan religiusitas dan literasi terkait wakaf tunai. Sedangkan dari sisi eksternal dapat diwujudkan melalui sosialisasi yang masif dari pemerintah,



regulator dan seluruh pemangku kepentingan. Kesadaran memiliki implikasi penting terhadap minat berwakaf tunai seseorang. Kesadaran yang tinggi terhadap wakaf tunai akan menumbuhkan minat yang besar untuk berwakaf tunai, begitupula sebaliknya.

H8 : Religiusitas berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai melalui kesadaran sebagai variabel intervening

Hasil uji pengaruh religiusitas secara tidak langsung terhadap minat berwakaf tunai (melalui kesadaran) menunjukkan t-value sebesar 2,422, yang artinya lebih besar dari t-tabel (1,984) dan p-value 0,016 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi (0,05). Berdasarkan dasar pengambilan keputusan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa religiusitas secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf tunai melalui kesadaran. Dengan begitu dapat disimpulkan H8 diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan melihat *p value* diketahui bahwa kesadaran mampu memediasi pengaruh antara religiusitas terhadap minat berwakaf tunai pada mahasiswa kampus islam di Kota Malang. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Kurniawati, dkk., (2021) yang menyatakan bahwa variabel kesadaran berpengaruh signifikan dalam memediasi antara religiusitas terhadap minat berwakaf tunai. Religiusitas yang kuat sering kali menjadi pendorong utama dalam meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial dan kewajiban amal yang diamanatkan oleh nilai-nilai agama. Kesadaran yang timbul dari mediasi religiusitas membawa pemahaman mendalam tentang pentingnya berwakaf tunai sebagai sarana untuk mengimplementasikan nilai-nilai agama dalam tindakan nyata yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Dengan demikian, kesadaran menjadi faktor penting yang memengaruhi minat seseorang untuk aktif berpartisipasi dalam wakaf tunai sebagai bagian dari ekspresi keyakinan dan pengabdian kepada Tuhan dan sesama manusia.

H9 : Literasi wakaf berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai melalui kesadaran sebagai variabel intervening

Hasil uji pengaruh literasi wakaf secara tidak langsung terhadap minat berwakaf tunai (melalui kesadaran) menunjukkan t-value sebesar 2,302 lebih besar dari t-tabel (1,984) dan p-value 0,022 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa literasi wakaf secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf tunai melalui kesadaran. Dengan begitu dapat disimpulkan H9 diterima. Dari *p value* dapat diketahui bahwa kesadaran mampu memediasi pengaruh antara literasi wakaf terhadap minat berwakaf tunai pada mahasiswa kampus islam di Kota Malang. Sejalan dengan penelitian Nafi'ah, dkk. (2023) terkait minat membayar zakat yang juga menyatakan adanya pengaruh mediasi antara literasi terhadap minat melalui tingkat kesadaran. Literasi wakaf berperan penting dalam membentuk kesadaran yang mempengaruhi minat seseorang untuk berwakaf tunai. Melalui pemahaman yang mendalam terkait konsep wakaf tunai, potensi dan manfaatnya, serta mekanisme pelaksanaannya, seseorang akan lebih sadar terkait besarnya peran wakaf tunai dalam meningkatkan kesejahteraan sosial. Dengan meningkatnya kesadaran akan dampak positif wakaf tunai, seseorang akan semakin terdorong untuk berpartisipasi aktif dalam upaya pembangunan sosial. Oleh karenanya, literasi wakaf berperan sebagai mediator penting yang menghubungkan pemahaman tentang wakaf tunai dengan kesadaran, yang pada akhirnya meningkatkan minatnya untuk berwakaf tunai.



H10 : Promosi berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai melalui kesadaran sebagai variabel intervening

Hasil uji pengaruh promosi secara tidak langsung terhadap minat berwakaf tunai (melalui kesadaran) menunjukkan t-value sebesar 0,493 yang artinya lebih kecil dari t-tabel (1,984) dan p-value 0,622 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi (0,05). Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap minat berwakaf tunai melalui kesadaran. Dengan begitu dapat disimpulkan H10 ditolak. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Iqbal, et.al. (2019) yang menyatakan bahwa promosi wakaf tunai tidak mempengaruhi kesadaran dan minat seseorang yang pada akhirnya tak dapat mendorongnya untuk melakukan wakaf tunai. Pada kasus tertentu, promosi mungkin saja tidak berhasil secara signifikan untuk mempengaruhi minat seseorang agar mau berwakaf tunai. Meskipun promosi mungkin berhasil menarik perhatian sementara, namun tanpa disertai pendekatan yang mendalam dan berkelanjutan, dampaknya pun seringkali bersifat sementara. Berdasarkan penilaian kuisisioner minat, indikator dengan nilai paling rendah ialah memilih wakaf tunai sebagai jenis pengeluaran dana sosial. Mengingat banyaknya alternatif penyaluran dana social dan hukum wakaf yang tidak wajib, maka diperlukan promosi yang benar-benar mampu menarik para calon wakif dan menumbuhkan kesadarannya terhadap potensi wakaf tunai sehingga muncul minat untuk berwakaf tunai. Hal ini menunjukkan bahwa upaya mendorong seseorang untuk mau berwakaf tunai memerlukan proses yang panjang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas dan literasi wakaf berpengaruh signifikan terhadap kesadaran mahasiswa berwakaf tunai, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran, religiusitas dan kesadaran berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf tunai, literasi wakaf dan promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat berwakaf tunai, kesadaran mampu memediasi religiusitas dan literasi wakaf terhadap minat berwakaf tunai, sedang kesadaran tidak mampu memediasi promosi terhadap minat berwakaf tunai. Religiusitas mahasiswa berperan penting dalam menumbuhkan kesadaran sehingga dapat mendorong minatnya untuk berwakaf tunai. Literasi wakaf yang baik akan menghasilkan pemahaman yang mendalam sehingga meningkatkan kesadaran terkait wakaf tunai. Literasi secara langsung belum mampu meningkatkan minat berwakaf tunai secara signifikan, hal ini disebabkan tingkat literasi yang dimiliki mahasiswa masih tergolong rendah.

Penguatan literasi di dunia kampus dapat dilakukan dengan memasukkan pengetahuan terkait wakaf tunai ke dalam berbagai mata kuliah ataupun kursus secara terstruktur. Program BWI (*BWI goes to campus*) sebagai sarana mensosialisaikan wakaf tunai kepada mahasiswa juga perlu dilakukan secara lebih intensif dan komprehensif. Selain itu promosi yang belum mampu secara signifikan mempengaruhi kesadaran dan minat mahasiswa berwakaf tunai disebabkan karena promosi wakaf tunai yang dirasakan mahasiswa masih sangat rendah. Meski mudahnya akses informasi di era saat ini, namun strategi promosi oleh lembaga wakaf tetap menjadi urgensi untuk mendorong munculnya kesadaran mahasiswa terhadap wakaf tunai. Mengingat hukum wakaf bukanlah wajib, maka untuk merealisasikan potensi yang ada tidak dapat dilakukan dengan cara yang bersifat memaksa, melainkan harus melalui pendekatan persuasif.



REFERENSI

- Adistii, D., Susilowati, D., & Ulfah, P. (2021). Peran Akuntabilitas sebagai Moderasi Hubungan Religiusitas dan Literasi Wakaf terhadap Minat Berwakaf Uang. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 122–137. <https://doi.org/10.18196/rabin.v5i2.12238>
- Afandi, A., Harahap, D., & Lubis, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wakif Dalam Berwakaf Pada Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS) Dengan Altruisme Sebagai Variabel Moderasi. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 15(1), 50–66. <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.vol15iss1.161>
- Ajzen, I. (1991). Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Aldeen, K. N., Ratih, I. S., & Sari Pertiwi, R. (2022). Cash waqf from the millennials' perspective: a case of Indonesia. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 14(1), 20–37. <https://doi.org/10.1108/IJIF-10-2020-0223>
- Andriani, R., & Fauziah. (2021). Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Dusun Termanuk Desa Sumberjo untuk Berwakaf Tunai di Baitul Maal As'adiyah Wonomulyo. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(April), 55–66.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2023. *Badan Pusat Statistik*, 57, 1–8. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2018/07/16/1483/persentase-penduduk-miskin-maret-2018-turun-menjadi-9-82-persen.html>
- Fitriyah, M., & Alim, M. N. (n.d.). Pengaruh Good Governance, Promosi, dan Religiusitas terhadap Minat Wakif Berwakaf Tunai pada Nazhir Wakaf Uang (NWU) di Lamongan. *Wacana Equiliberium : Jurnal Pemikiran & Penelitian Ekonomi*, 10(02), 104–117.
- Hakim, H., Beik, I. S., & Fahmi, I. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Berwakaf Uang/Melalui Uang dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Kota Bogor. *Al-Muzara 'Ah*, 10(2), 155–168. <https://doi.org/10.29244/jam.10.2.155-168>
- Hariyanto, F. A. (2019). Pengaruh Penerapan Prinsip Good Governance dan Intensitas Sosialisasi Terhadap Penerimaan Wakaf Tunai. *Kajian Akuntansi*, 20(2), 191–199.
- Hasanah, N., & Maha. (2022). Wakaf Uang : Pengaruh Kognisi, Religiusitas, dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Berwakaf. *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 8(2), 179–206.
- Iqbal, M., Nadya, P. S., Saripudin, & Hadiyati, P. (2019). Increasing Community Awareness and Intention in Encouraging The Growth of Cash Waqf. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 29–56. <https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.1.3152>
- Kalimah, S. (2020). Wakaf Tunai sebagai Solusi Masalah Kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(4), 90–111. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- Kartika, I. K. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.558>
- Kasri, R. A., & Chaerunnisa, S. R. (2022). The role of knowledge, trust, and religiosity in explaining the online cash waqf amongst Muslim millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1334–1350. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>



- Kurniawati, D., Zainuddin, C., & Lidyah, R. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Fundraising terhadap Minat Berwakaf Uang dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening pada Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 145–152. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8607>
- Mujakir, & Hidayatullah, M. S. (2022). Pengaruh Literasi Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Berwakaf Uang (Studi Kasus: Masyarakat Kabupaten Bima). *Al-Awqaf Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 15(2), 61–77.
- Nafi'ah, M., Supriyadi, A., & Rafikasari, E. F. (2023). Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Pada Baznas Tulungagung Dengan Tingkat Kesadaran Dan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.53625/juremi.v3i1.5782>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan Pe). Pascal Books.
- Rakhmawati, & Arintin, H. K. (2023). Signifikansi Religiositas dalam Minat Berwakaf Uang. *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 4(2), 12–22.
- Rasela, F. (2022). Pengaruh Literasi Wakaf terhadap Minat Mahasiswa Berwakaf pada Forum Wakaf Mahasiswa Indonesia. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 69–76. <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPS/article/view/969>
- Rinawati, I. (2021). Manfaat Wakaf Uang Dalam Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 100–115. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v2i1.214>
- Rusydziana, A. S., Hidayat, Y., Widiastuti, T., & Rahayu, S. S. (2021). Cash waqf for developing islamic economy: Cash study in Indonesia. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 5(1), 43- 59. DOI:10.26740/al-uqud.v5n1.
- Suhasti, W., & Handayani, Lazine Febry Winarno, Y. P. (2022). Pengaruh Persepsi, Religiusitas, dan Pendapatan Masyarakat Muslim Kabupaten Sleman Terhadap Minat Berwakaf Uang Berwakaf Uang. *Al-Intaj*, 3(3).
- Syafiq, A. (2018). Peningkatan Kesadaran Masyarakat Dalam Menunaikan Zakat, Infaq, Sedekah Dan Wakaf (Ziswaf). *Zakat Dan Wakaf*, 5(2), 362–385.
- Zulkarnain, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi terhadap minat Berwakaf uang pada Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor. *Osf.io*, 1–14. <https://osf.io/preprints/43r5n/>