

PENGARUH LITERASI WAKAF, ADVERTENSI DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT KOTA
MAKASSAR UNTUK BERWAKAF UANG DENGAN
TRANSPARANSI SEBAGAI VARIABEL MODERATING

The Influence of Waqf Literacy, Advertisements, and Religiosity on the
Interest of Makassar City Residents to Contribute Money in Waqf
with Transparency as a Moderating Variable

Firawati¹, Muhammad Nasir Katman², Rahman Ambo masse³

UIN Alauddin Makassar

90100119139@uin-Alauddin.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Nov 28, 2023	Dec 6, 2023	Dec 10, 2023	Dec 13, 2023

Abstract

The aim of this research is to examine the extent to which waqf literacy, advertising and religiosity have an impact on the interest of the people of Makassar City to give cash waqf. This research uses a quantitative descriptive research design. This research relies on primary and secondary data sources. In this research, questionnaires, interviews and documentation were used to collect data. The SmartPLS 4.0 data processing application is used in research data analysis. Based on the regression results, the variables Literacy (X1), Advertising (X2), and Religiosity (X3) have a positive and large influence on the variable Interest in donating cash (Y). Furthermore, the variable Transparency (Z) cannot moderate (weaken) the influence of waqf literacy and cannot moderate (weaken) the influence of religiosity but can moderate (strengthen) the influence of advertising on people's interest in cash waqf.

Keywords: *Waqf Literacy, Advertising, Religiosity, Interest and Transparency*

Abstrak : Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji sejauh mana literasi wakaf, advertensi, dan religiusitas berdampak terhadap minat masyarakat kota makassar untuk berwakaf uang. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini mengandalkan sumber data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data. Aplikasi pengolah data SmartPLS 4.0 digunakan dalam analisis data penelitian.

Berdasarkan hasil regresi, variabel Literasi (X1), Advertensi (X2), dan Religiusitas (X3) mempunyai pengaruh positif dan besar terhadap variabel Minat untuk berwakaf uang (Y). Selanjutnya variabel Transparansi (Z) tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh Literasi wakaf dan tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh Religiusitas namun dapat memoderasi (memperkuat) pengaruh Advertensi terhadap minat masyarakat berwakaf uang.

Kata Kunci: Literasi Wakaf, Advertensi, Religiusitas, Minat Dan Transparansi

PENDAHULUAN

Negara dengan jumlah masyarakat beragama islam terbanyak didunia merupakan negara Indonesia yang mempunyai salah satu masalah yang rumit untuk dihadapi adalah kemiskinan dan kesengjangan sosial. Adapun Data dari BPS terkait dengan populasi masyarakat miskin yang ada di indonesia pada 2022 mencapai 26,36 Juta jiwa. Kemiskinan membuat seseorang tidak mempunyai kemampuan dalam mencukupi kebutuhan untuk hidup sehari-hari, seperti makanan, tempat tinggal, pakaian, kesehatan ataupun pendidikan.

Wakaf Uang dapat menjadi salah satu alternatif pemecahan masalah kemiskinan, mengingat kondisi perekonomian Indonesia yang semakin memburuk dan angka kemiskinan yang semakin meningkat. Indonesia merupakan suatu negara dengan penduduk yang paling banyak beragama islam, jumlah dana wakaf uang mampu dikumpulkan dari komunitas tertentu sangat besar, dan ini berpotensi membantu masyarakat miskin dan mengentaskan kemiskinan. Wakaf uang merupakan wakaf berbentuk uang tunai dan di investasikan kedalam sektor ekonomi untuk mendapatkan keuntungan sesuai ketentuan presentase dan digunakan sebagai pelayanan sosial. Melalui pengelolaan maupun pengembangan Harta Wakaf uang hanya bisa diinvestasikan dalam produk lembaga keuangan syariah maupun instrumen keuangan syariah dengan mendapatkan jaminan keutuhannya dari lembaga asuransi syariah.

Literasi menurut pemaparan dari Rulyawaan selaku direktur didompot dhuafa yang menyatakan bahwa literasi (kesadaran) masyarakat terkait wakaf uang yang minim ketika di bandingkan dengan filantropi islam yang menyangkut halnya tentang zakat. Sedangkan Pendapat dari ketua Asosiasi asuransi syariah indonesia yang menyatakan tentang kemampuan terkait wakaf uang yang masih minim dengan sebesar 8%. Sebagaimana telah di tunjukkan darinya, seorang yang memiliki kepentingan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat bahwasanya uang juga bisa diwakafkan selain tanah, aset atau bangunan.

Advertensi (promosi) merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi atau bisa memberikan kesuksesan didalam pemasaran, dan sebagai elemen terkait dengan membujuk, memberikan informasi dan memberikan peringatan kepada konsumen mengenai sebuah program ataupun produk. Tanpa promosi maka seseorang akan mengetahui tentang apa itu wakaf uang karena promosi sebagai alternatif yang manjur agar dapat menarik masyarakat untuk melakukan wakaf uang.

Religiusitas yang merupakan pemikiran, perspektif sebuah kepatuhan dengan dinaungi suatu sentimen keagamaan. Religiusitas sebagai pengetahuan/pemahaman agama, kualitas agama, pengalaman adat, ataupun sikap sosial agama seseorang yang secara individual. Perspetip sosial keagamaan mampu di terapkan dengan melakukan amal agar religiusitas bisa di terima agar bisa memperdayakan perbuatan ketika seseorang beramal.

Tansparansi dalam variabel ini adalah salah satu indikator yang signifikan karena menunjukkan profesionalitas penyelenggara, semakin tinggi tingkat transparansi maka akan semakin baik, dan alasan trasnparansi itu sendiri menurut SH Sarundajang adalah trasnparansi dapat membuat kepercayaan otoritas publik dengan masyarakat terkait data, membenarkan kemudahan dalam data yang diperoleh dengan tepat serta dapat memadai, karenanya itu sendiri mungkin salah satu persyaratan utama masyarakat setempat agar tertarik pada pengelolaan wakaf. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Minat merupakan condongnya hati yang besar terhadap sesuatu atau dapat pula disebut dengan gairah atau keinginan. Minat adalah rasa suka yang timbul atau rasa ketertarikan pada hal atau kegiatan tertentu tanpa adanya paksaan.

Badan Wakaf Indonesia mencatat Realisasi Wakaf Uang (Cash) pada tahun jangka waktu 2021 secara total mencapai kurang lebih Rp.819.36 miliar. Secara rinci rekapitulasi Wakaf melaui Uang sekitar Rp.5811.53 miliar, sedangkan rekapitulasi Wakaf Uang sekitar Rp.238.83 miliar. Potensi wakaf lewat uang yang sangat besar membuat nazhir wakaf institusi, seperti Dompot Dhuafa, Yati Mandiri, Masjid Langit Kurir Moderen Yayasan, Lawaziz DDI dan Lazisnu PCNUP Parep gencer melakukan sosialisasi penerimaan wakaf melalui uang.

Masalah klasik wakaf yang sering Muncul adalah bahwa pengelolaan wakaf uang telah melembaga dan formal sebagai ditetapkan oleh Undang-Undang.Data Tahun 2020 di Makassar cabang bank Muamalat, jumlah nasabah yang mendaftarkan wakaf tunai/uang program ini hanya satu nasabah. Sementara itu, pengelolaan wakaf uang di PT Yayasan

Wakaf UMI tidak berkembang, hasil kerjasama di Pengelolaan wakaf uang dengan Nazhir LKS-PWU yaitu bank Mega Syariah, belum Optimal sehingga realisasi pembangunan rumah sakit mata sudah tidak terwujud. Potensi wakaf uang masih sedikit dan masih begitu kurang penghimpunan wakaf uang yang di sebabkan dari faktor-faktor lain, seperti dari tingkat literasi masyarakat tentang wakaf, yang dimana masyarakat indonesia kebanyakan menganggap wakaf itu bisa dilakukan hanya dengan menggunakan objek yang berupa benda yang tidak dapat bergerak misalnya: bangunan ataupun tanah, makanya jarang umat islam melaksanakannya dan masih banyak masyarakat yang pemahamannya terkait sedekat ataupun infak saja berupa uang secara tunai tidk dengan wakaf uang. Menurut latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian **“Pengaruh Literasi Wakaf, Advertensi Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Kota Makassar Untuk Berwakaf Uang Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderating”** 1).Apakah Literaasi berpengaruh terhadap Minat masyarakat kota makassar untuk berwakaf uang? 2). Apakah Advertensi berpengaruh terhadap Minat masyarakat kota makassar untuk berwakaf uang? 3). Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap Minat masyarakat kota makassar untuk berwakaf uang? 4). Apakah Literasi berpengaruh terhadap Minat dengan Transparansi sebagai variabel moderating? 5). Apakah Advertensi berpengaruh terhadap Minat dengan Transparansi sebagai variabel moderating? 6). Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap Minat dengan Transparaansi sebagai variabel moderating?

METODE

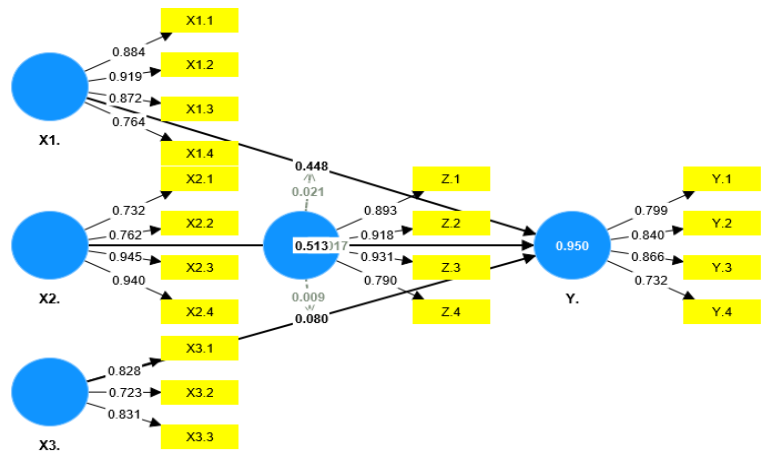
Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik pendekatan asosiatif. Populasi yang dipilih didalam penelitian ini adalah Masyarakat muslim yang ada di kota makassar pada tahun 2022 dengan berjumlah 24.048 jiwa.

Dengan jumlah sampel sebanyak 300 responden, penelitian ini menggunakan strategi purposive sampling. Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner. Penelitian terdahulu dan studi literatur. Teknik analisis data menggunakan Analisis auter model, analisis inner model dan uji hipotesis.

HASIL

1. Pengujian Kualitas Data Melalui Penilian Outer Model (Measurement Model)

a. Convergent validity



Gambar 1 Model Konstruk

Menurut gambar 1 yang menggambarkan nilai masing-masing faktor muatan untuk setiap indikator, menunjukkan bahwa indikator di setiap pengukur konstruk dengan muatan lebih tinggi dari 0,70 adalah validitas atau memiliki validitas yang sangat baik.

b. Uji Validitas Disckriman t

Tabel 1 Cross Loading

	X1	X2	X3	Z	Y
X1.1	0,884	0,577	0,525	0,074	0,769
X1.2	0,919	0,598	0,556	0,095	0,759
X1.3	0,872	0,730	0,499	0,107	0,804
X1.4	0,764	0,738	0,558	0,041	0,732
X2.1	0,724	0,732	0,488	0,130	0,72 0
X2.2	0,466	0,762	0,683	0,082	0,703
X2.3	0,734	0,945	0,576	0,062	0,854
X2.4	0,754	0,940	0,558	0,048	0,830
X3.1	0,495	0,341	0,828	0,137	0,429
X3.2	0,474	0,722	0,723	0,101	0,695
X3.3	0,501	0,347	0,831	0,143	0,435
Z1	0,060	0,099	0,157	0,893	0,096
Z2	0,049	0,058	0,149	0,918	0,071
Z3	0,118	0,091	0,132	0,931	0,102
Z4	0,090	0,075	0,114	0,790	0,072
Y1	0,796	0,588	0,542	0,799	0,799

Y2	0,830	0,718	0,492	0,840	0,840
Y3	0,742	0,845	0,576	0,866	0,866
Y4	0,489	0,720	0,691	0,723	0,723

Sumber: Hasil analisa SmartPLS, diolah peneliti 2023

Hasil instrumen penelitian ini memenuhi Discriminsnt Validity karena seperti terlihat pada tabel 1 Nilai cross loading variabel yang bersangkutan lebih tinggi dibandingkan nilai cross loading variabel laten lainnya dengan nilai lebih tinggi dari 0,70.

Langkah selanjutnya, juga dikenal sebagai kriteria Fornell Lacker, digunakan untuk menguji temuan penelitian. Menurut metode ini agar suatu model penelitian memiliki bvaliditas diskriminasi yang kuat, maka akar AVE (average variance diesttrak) dalam konstruk harus lebih besar dibandingkan korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya. Hasil tes Fornell Lacker penelitian ini ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2 Fornell-Lacker Criterion

	X1	X2	X3	Y	Z
X1	0,862				
X2	0,834	0,851			
X3	0,623	0,674	0,795		
Y	0,724	0,739	0,703	0,811	
Z	0,092	0,094	0,157	0,099	0,885

Sumber: Hasil analisis SmartPLS, diolah peneliti 2023

Berdasarkan tabel 2 semua variabel bersifat asli karena nilai akar AVE melebihi nilai korelasi dengan variabel lain.

c. Composite Reability

Setelah uji validitas, PLS melakukan uji reabilitas untuk menunjukkan keakuratan, konsistensi dan ketepatan alat ukur saat melakukan pengukuran. Dalam pengujian reabilitas PLS dapat digunakan dalam uji reabilitas Cronbach's alpha dan Composite Reability. Cronbach Alpha digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu sistem yang berfungsi dan seharusnya berada di antara 0,70 dan 0,80.

Tabel 3 Uji Composite Reability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite reability (rho_a)	Composite reability (rho_c)
X1	0,882	0,881	0,920
X2	0,867	0,876	0,912
X3	0,731	0,722	0,837
Y	0,825	0,835	0,844
Z	0,907	0,931	0,935

Sumber: Hasil analisis SmartPLS, diolah peneliti 2023

Berdasarkan tabel 3 ketika nilai melebihi 0,70 maka struktur tersebut kemungkinan maka struktur tersebut kemungkinan besar dapat diandalkan atau diterima. Selain itu setiap variabel mempunyai Cronbach' alpha lebih dari 0,70 yang berarti telah memenuhi seluruh kriteria dan mempunyai akurasi indikator yang tinggi dalam mengungkap karakteristik latin.

2. *Evaluasi Model Struktural (Inner Model)*

Tabel 4 Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Minat (Y)	0,950

Sumber: Hasil analisis SmartPLS, diolah peneliti 2023

Berdasarkan tabel 4 nilai R-Square pilihan sebesar 0,950 atau 95%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa variabel independen seperti literasi, advertensi dan religiusitas mempunyai pengaruh yang baik secara keseluruhan. sedangkan sisanya sebesar 5% atau 0,50 dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti jarak lokasi, pendapatan lainnya sebagainya.

3. Pengujian Hipotesis

Tabel 5 Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T statistics (IO/STDEVI)	P values	Hasil
$X1 > Y.$	0,448	0,448	0,039	11,604	0,000	Diterima
$X2 > Y.$	0,513	0,513	0,036	14,298	0,000	Diterima
$X3 > Y.$	0,080	0,079	0,025	3,218	0,001	Diterima
$Z > Y.$	-0,001	-0,000	0,019	0,066	0,474	Ditolak
$Z \times X1 > Y$	0,021	0,002	0,039	0,526	0,299	Ditolak
$Z \times X3 > Y.$	0,009	0,011	0,034	0,271	0,393	Ditolak
$Z \times X2 > Y.$	0,321	0,321	0,049	12,351	0,001	Diterima

Sumber: Hasil analisis SmartPLS, diolah peneliti 2023

Untuk pengujian pada tahap ini dapat dilihat dari nilai *t-statistik* dan nilai probabilitasnya. Untuk pengujian hipotesis digunakan nilai statistik untuk alpha 5% nilai *t-statistik* yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut;

- Berdasarkan pengujian SmartPLS 4.0, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,000 dan *t-statistik* atau *T-value* sebesar 11,604, karena *p-value* < 0,05, maka H_a diterima. Jadi Literasi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang dikota makassar.
- Berdasarkan pengujian SmartPLS 4.0, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar < 0,05, maka H_a diterima. Jadi Advertensi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di kota makassar.
- Berdasarkan pengujian SmartPLS 4.0, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,001, dan *t-statistik* atau *T-value* sebesar 3,218. Karena *p-value* < 0,05, maka H_a diterima. Jadi Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di kota makassar.
- Berdasarkan pengujian SmartPLS 4.0 dapat dilihat bahwa nilai *p-value* sebesar 0,299 dan nilai *t-statistik* atau *T-value* sebesar 0,259. Karena *p-value* < 0,05 maka H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Transparansi dapat memperlemah

(tidak memoderasi) Pengaruh Literasi terhadap minat masyarakat dalam berwakaf uang di kota makassar.

e. Berdasarkan pengujian SmartPLS 4.0 dapat dilihat bahwa nilai *p-value* sebesar 0,001 dan nilai *t-statistik* atau *T-value* sebesar 12,351. Karena *p-value* $> 0,05$ maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Transparansi dapat memperkuat Pengaruh Advertensi terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di kota makassar.

f. Berdasarkan pengujian SmartPLS 4.0 dapat dilihat bahwa nilai *p-value* sebesar 0,363 dan nilai *t-statistik* atau *T-value* sebesar 0,351. Karena *p-value* $< 0,05$ maka H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Transparansi dapat memperlemah (tidak memoderasi) Pengaruh Advertensi terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di kota makassar.

PEMBAHASAN

Hubungan Transparansi Dalam Memoderasi Literasi terhadap Minat Masyarakat Kota Makassar Untuk Berwakaf Uang

Berdasarkan temuan pada bab sebelumnya, Transparansi tidak mampu memoderasi pengaruh literasi terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang. Hal ini dibuktikan dari analisis yang telah dilakukan atas sebelumnya menunjukkan *T-Statistik* memiliki angka sebesar 0,526 yang $< 1,96$ dan dapat dibuktikan juga bahwa nilai *P-value* sebesar 0,299 atau disebut lebih besar dari 0,05.

Teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi transparansi sebuah lembaga wakaf maka semakin meningkat juga literasi masyarakat dan ingin melakukan wakaf uang, ini tidak selalu sesuai dengan kenyataan yang dimana Literasi dapat berpengaruh terhadap minat namun pada prakteknya belum bisa di ikuti walaupun sebuah lembaga penerimaan wakaf uang terbuka mengenai tentang keuangannya (Transparansi) maka tidak menjamin seseorang untuk tertarik melakukan wakaf uang.

Hubungan Transparansi Dalam Memoderasi Advertensi terhadap Minat Masyarakat Kota Makassar Untuk Berwakaf Uang

Berdasarkan temuan pada bab sebelumnya, Transparansi tidak mampu memoderasi pengaruh Advertensi terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang. Hal ini dibuktikan dari analisis yang telah dilakukan atas sebelumnya menunjukkan bahwa nilai nilai *t-statistik*

sebesar $12,351 > 1,96$ dan dapat dibuktikan juga bahwa *p-value* sebesar 0,001 atau disebut lebih kecil dari 0,05.

Dengan Transparansi maka kredibilitas pengelola wakaf dapat terjaga serta dapat memacu minat masyarakat unruk berwakaf uang yang berbentuk promosi dan Advertensi ini dapat dikatakan salah satu yang menjadi faktor yang dapat memperkuat kesuksesan suatu pemasaran, dan merupakan elemen yang berfokus dalam hal pemberian informasi, membujuk serta mengingatkan kepada konsumen terkait dengan suatu produk atau program

Hubungan Transparansi Dalam Memoderasi Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Kota Makassar Untuk Berwakaf Uang

Berdasarkan temuan pada bab sebelumnya, Transparansi tidak mampu memoderasi pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat untuk Berwakaf uang. Hal ini dibuktikan dari analisis yang telah dilakukan atas sebelumnya menunjukkan *T-Statistik* memiliki angka sebesar 0,351 yang $< 1,96$ dan dapat dibuktikan juga bahwa nilai *P-value* sebesar 0,363 atau disebut lebih besar dari 0,05.

Transparansi membuat minat masyarakat meningkat namun dalam elemen religiusitas masyarakat tidak dapat diperkuat oleh adanya transparansi itu artinya sikap religiusitas masyarakat timbul dari dalam diri dan keyakinan terhadap agama dan tuhan nya, tanpa dikaitkan dengan adanya transparansi disebuah lembaga penerimaan wakaf uang.

KESIMPULAN

1. Literasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di kota makassar. Dengan demikian terdapat sebuah hubungan searah antar variabel literasi terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang.
2. Advertensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di kota makassar. Dengan demikian terdapat sebuah hubungan searah antar variabel Advertensi terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang.
3. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di kota makassar. Dengan demikian terdapat sebuah hubungan searah antar variabel Religiusitas terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang.
4. Transparansi tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh literasi terhadap minat masyarakat kota makassar untuk berwakaf uang dengan transparansi sebagai variable moderasi.

5. Transparansi dapat memoderasi (memperkuat) pengaruh advertensi terhadap minat masyarakat kota makassar untuk berwakaf uang dengan transparansi sebagai variable moderasi.
6. Transparansi tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat kota makassar untuk berwakaf uang dengan transparansi sebagai variable moderasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliawati, D. (2020). *Pengaruh Literasi, Tingkat Pendidikan, Dan Akses media Informasi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Dalam Berwakaf Uang di Kota Jakarta Timur*.
- Ash-Shiddiqy, M. (2018). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi Tingkat Pendidikan Akses Informasi Terhadap Minat masyarakat untuk Berwakaf Uang Di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY. *Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 2(2), 249.
- Cahyadi. (2019). Faktor-Faktor yang Memotivasi Para Wakif Untuk Berwakaf Uang di Tabng Wakaf Indonesia (TWI). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 2(11), 80–95.
- Fauziah, N. N. (2022). Cash Waqf Model for Social Enterprise To Achieve Sustainable Develompment Goals in Indonesia. *Al-Muzara'ah*, 95–105.
- Fitriyah, M. (2020). Pengaruh Prinsip Good Governance, Promosi dan Religiusitas Terhadap Minat Wakif Berwakaf Tunai Pada Nazhir Wakaf Uang (NWU) Di Lamongan. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi*, 10(02), 7.
- Haq, F. (2015). Wakaf tunai sebagai Alternatif Mekanisme Redistribusi Keuangan Islam. *Ekonomi La Riba*, IV(1), 5.
- Husniyah, P. Z. (2019). *Literasi Wakaf Pada Masyarakat Untuk Memunculkan Minat Berwakaf (Studin Pada Badan Wakaf Indonesia Jawa Timur)*, (Skripsi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019). 65.
- Ismawati. (2019). Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Wakaf Uang Terhadap Minat Berwakaf Uang di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 4.
- Masse, R. A. (2022). The Model Investment Management of Cash Waqf. *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 20(2), 206.
- Nisa, D. H., & 2021. (n.d.). *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Perspesi, Pendapatan, dan Media Infromasi terhadap Minat Wakaf Uang Masyarakat Kota Bandung*. 137.
- Purbowanti. (2017). Wakaf Tunai Untuk Pengembangan Lembaga Pendidiki Islam Di Indonesia. *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 4(2), 5.
- Roiyan, M. A. (2021). *Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Muslim Kota Makassar Dalam Berwakaf Uang*. 2–3.
- Safiera, F. R. (2022). Bauran Promosi terhadap Minat Masyarakat dalam Membayar Zakat pada LAZISMU Kabupaten Ngawi. *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster.*, 1(1), 7.
- Salamah, U. (2014). *Praktek perwakafan uang di lembaga keuangan syari'ah (studi kasus di KJKS BMT Al-Fattah)*. 16.

- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*.
- Yuliafitri, I. (2016). Pengaruh kepuasan muzakki, transparansi dan akuntabilitas pada lembaga amil zakat terhadap loyalitas muzakki. *Jurnal Ekonomi Islam* 7, 7(2), 205–218.
- Yushitastaf, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, VI(1), 10.