



Minat Masyarakat Kota Mataram Berwakaf Uang Yang Dimoderasi Oleh Religiusitas

Ali Akbar Hidayat¹, Moh. Huzaini^{1*}, Ihsan Ro'is¹

¹ Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Mataram, Indonesia

*Corresponding author email: moh.huzaini@unram.ac.id

Article Info

Article history:

Received February 1, 2024

Approved March 5, 2024

Keywords:

*Interest Cash
Waqf, Religiosity,
Subjective Norm,
Knowledge, Trust*

ABSTRACT

Waqf is one part of Islamic philanthropic instruments that can be used to support the economy. This research aims to analyze the factors that influence the interest of the people of Mataram city in cash waqf. This research is quantitative research with an associative approach. The data collection method uses a non-probability sampling with a purposive sampling approach. The research population is unknown, so sampling used the Lemeshow formula with a sample size of 130 respondents. The data used in this research is primary data taken using a questionnaire. This research uses data analysis tools with the Structure Equation Model (SEM) with the help of SmartPLS 3.0 software. The results of his research show that trust and subjective norms have a positive and significant effect on the interest of the people of Mataram city in giving cash waqf, while knowledge has no effect on the interest of the people of Mataram city in giving cash waqf. Meanwhile, trust, subjective norms and knowledge which are moderated by religiosity have no effect on the interest in cash waqf from the people of Mataram city

ABSTRAK

Wakaf merupakan salah satu bagian dari instrument filantropi islam yang dapat dimanfaatkan sebagai penunjang perekonomian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat kota Mataram berwakaf uang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode pengumpulan data dengan non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Populasi penelitian tidak diketahui, sehingga pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil menggunakan kuisioner. Penelitian ini menggunakan alat analisis data dengan Structure Equation Model (SEM) dengan bantuan software SmartPLS 3.0. hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepercayaan dan norma subjektif

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang masyarakat kota Mataram, sementara pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat kota Mataram berwakaf uang. Sedangkan kepercayaan, norma subjektif, dan pengetahuan yang dimoderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat berwakaf uang masyarakat kota Mataram.

Copyright © 2024, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Hidayat, A. A., Huzaini, M., & Ro'is, I. (2024). Minat Masyarakat Kota Mataram Berwakaf Uang Yang Dimoderasi Oleh Religiusitas. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(1), 750–760. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i1.2512>

PENDAHULUAN

Wakaf merupakan salah satu bagian dari instrument filantropi islam yang dapat dimanfaatkan sebagai penunjang perekonomian (Budiansyah & Ayyubi, 2021). Menurut Hasanah (2018), wakaf berfungsi sebagai kegiatan sosial yaitu untuk pemerataan kesejahteraan dan pengentasan kemiskinan. Fungsi sosial wakaf ini akan tercapai jika wakaf dikelola secara profesional. Rozalinda (2016), menyatakan bahwa wakaf yang dikelola secara profesional adalah dengan memberdayakan potensi wakaf secara produktif untuk kepentingan kesejahteraan umat, baik di bidang sosial, pendidikan, kesehatan, ekonomi, maupun bidang lainnya.

Munculnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2002 tentang wakaf uang, memberikan angin segar dalam merealisasikan wakaf produktif, sebab wakaf uang lebih fleksibel digunakan dan dikelola dibandingkan dengan tanah atau bangunan. Namun, pro dan kontra terkait dengan wakaf uang tersebut. Dalam hal kontra, Dalam hal kontra terhadap wakaf tunai dapat dilihat dari perbedaan pendapat dari kalangan ahli fikih mengenai hukum wakaf tunai, dasar ulama menolak memperbolehkan wakaf tunai adalah karena uang adalah unsur harta yang dianggap tidak kekal, atau bisa habis dipakai (Ulyah, 2022). Sementara dari sisi setuju akan wakaf uang berpendapat bahwa wakaf tunai tidak harus dengan nominal besar yang ada ditabungkan, tetapi dapat berupa nominal kecil yang beredar di masyarakat seperti seribu atau dua ribu rupiah, sehingga memudahkan masyarakat untuk dapat berwakaf tanpa harus menunggu memiliki harta berlebih (Ulyah, 2022).

Terlepas dari pro dan kontra terkait dengan wakaf uang tersebut, wakaf sangat penting dalam pelaksanaan program pendidikan, pelatihan dan usaha komersial (Latif et al., 2022). Sehingga untuk mendorong pengumpulan wakaf uang, penting untuk diselidiki faktor-faktor yang mendorong masyarakat yang meningkatkan minat mereka dalam berwakaf uang. Rahmania & Maulana (2023), menyatakan bahwa minat berwakaf dipengaruhi oleh religiusitas, organisasi, sikap, persepsi kontrol diri, teknologi dan pendidikan. Sementara Maziah & Widyastuti (2021) menyatakan bahwa minat berwakaf uang oleh masyarakat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, kepercayaan, dan pendapatan. Sedangkan Imam & Huda (2022) menyatakan bahwa religiusitas dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat Masyarakat berwakaf uang.

Religiusitas adalah sesuatu yang mendorong sebagaimana seseorang dalam bertindak yang sesuai dengan ketaatan dengan agamanya (Mahendra et al., 2022). Seseorang yang memiliki nilai religiusitas yang tinggi akan melakukan sesuai dengan petunjuk dan aturan-aturan yang tertera dalam agamanya. Kepercayaan kepada Allah dan mengharapkan

ridhonya menjadikan manusia berlomba-lomba melakukan kebaikan, sehingga hal ini mendorong manusia untuk melakukan wakaf uang.

Menurut Jogyanti (2007), norma subjektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang akan memengaruhi niat untuk melakukan suatu perilaku. Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat berwakaf uang (Maziah & Widyastuti, 2021; Rahmania & Maulana, 2023). Sedangkan Chrisna et al. (2021) menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh negatif terhadap minat berwakaf uang.

Pengetahuan merupakan kemampuan seseorang yang mempengaruhi terhadap tindakan yang dilakukan (Notoatmodjo, 2010). Pengetahuan dapat mempengaruhi seseorang untuk berwakaf, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahendra et al. (2022), dan Kasri & Chaerunnisa (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat berwakaf uang. Sebaliknya, (Latif et al. (2022) dan Witjaksono et al., (2019) menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf uang.

Kepercayaan adalah keadaan di mana pelanggan memiliki harapan optimis terhadap suatu produk sebagai akibat dari pengaruh terhadap pihak lain dalam keadaan berisiko. Persepsi konsumen bahwa pernyataan seseorang dapat dipercaya untuk memenuhi harapan dan tugas setelah proses transaksi kemudian dapat disimpulkan sebagai kepercayaan (Yunikartika & Harti, 2022). Hal ini dapat dijadikan minat berwakaf uang karena minat seseorang kepada lembaga wakaf harus ada kepercayaan kepada lembaga tersebut. Menurut penelitian (Apriliani et al., 2021) bahwa faktor kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat berwakaf uang melalui e-commerce. Menurut penelitian oleh (Sahal, 2020) dalam penelitiannya yang menyimpulkan bahwa keputusan seseorang dalam melakukan wakaf saham tidak dipengaruhi oleh faktor trust/kepercayaan seseorang terhadap nashir selaku lembaga pengelola wakaf saham (Irawati et al., 2022).

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian kuantitatif asosiatif adalah penelitian yang bersifat untuk menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013). Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausalitas, yaitu hubungan yang terjadi karena sebab akibat, yang terdiri atas variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat muslim di kota Mataram yang tidak diketahui jumlahnya, sehingga sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2018). Kriteria sampel dalam penelitian adalah (1) Berdomisili di kota Mataram; (2) seorang muslim (beragama islam); dan (3) Paham dan setuju dengan wakaf uang. Karena populasinya tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow (Sugiyono, 2016) dengan jumlah sampel 130 responden. Variabel dalam penelitian ini adalah pengetahuan, kepercayaan, dan norma subjektif sebagai variabel bebas, religiusitas sebagai variabel moderasi, dan minat berwakaf uang sebagai variabel terikat. Pengumpulan data menggunakan kuisioner atau angket dengan skala likert. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan

Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Dalam pengujian ini, ada tiga tahap yang dilakukan yaitu Outer Model Test and Inner Model test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identitas Responden

Identitas responden menjelaskan terkait dengan sebaran responden sebanyak 130 orang berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Uraian identitas responden disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1: Identitas Responden

Keterangan	Responden	
	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	80	61,54
Perempuan	50	38,46
Total	130	100
Pendidikan		
SMA/SMK/MA	48	36,92
Sarjana	78	60,00
Magister	4	3,08
Total	130	100
Pekerjaan		
Siswa/Mahasiswa	89	68,46
Pegawai Negeri Sipil	21	16,15
Polri	6	4,62
Tenaga Kerja Tetap	4	3,08
Tenaga Kerja Kontrak	2	1,54
Lainnya	8	6,15
Total	130	100
Pendapatan		
Diatas Rp. 7.500.000	3	2,31
Rp. 5.000.000-Rp. 7.500.000	11	8,46
Rp. 2.500.000. – Rp. 5.000.000	17	13,08
Rp. 1.000.000. – Rp. 2.500.000	18	13,85
Kurang dari Rp. 1.000.000.	81	62,31
Total	130	100

Sumber: *Data primer* (diolah)

Berdasarkan tabel 1 diatas, usia respondent didominasi oleh laki-laki sebanyak 80 responden atau 61,54 persen, dan laki-laki sebanyak 50 orang atau 38,46 persen. Sementara tingkat pendidikan responden didominasi oleh Sarjana sebanyak 78 orang atau 60,00 persen, sisanya berasal dari SMA/SMK/MA dan Magister. Untuk pekerjaan, terbanyak masih berstatus siswa/mahasiswa dengan jumlah 89 orang atau 68,46 persen, sisanya adalah PNS, Polri, tenaga kerja tetap, dan lainnya. Pendapatan responden dengan nilai lebih dari IDR. 7.500.000,- sebanyak tiga orang, pendapatan antara IDR. 5.000.000. – IDR. 7.500.000,- sebanyak sebelas orang, pendapatan antara IDR. 2.500.000. – IDR. 5.000.000,- sebanyak

tujuh belas orang, pendapatan antara IDR. 1.000.000. – IDR. 2.500.000 sebanyak delapan belas orang, dan pendapatan dibawah IDR. 1.000.000,- sebanyak delapan puluh satu orang.

2. Statistik Deskriptif

Berdasarkan identifikasi variabel yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, berikut ini disajikan deskripsi data dari masing-masing variabel penelitian yaitu pengetahuan, kepercayaan, norma subjektif, religiusitas, dan minat berwakaf uang diuraikan dalam Tabel 2.

Table 2. Statistik Deskriptif

Construct	Average	Category
Pengetahuan	4,25	Sangat Setuju
Kepercayaan	4,11	Setuju
Norma Subjektif	4,17	Setuju
Religiusitas	4,29	Sangat Setuju
Minat Berwakaf Uang	4,08	Setuju

Note:

$$(1) \quad \text{Interval} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Skor Total}}$$

$$\text{Interval} = (5-1)/5 = 0,8$$

(2) **Kriteria untuk nilai rata-rata responden:**

1,00 < α < 1,79 : Strongly Disagree; 1,80 < α < 2,59 : Disagree; 2,60 < α < 3,39 : Simply Agree; 3,40 < α < 4,19 : Agree; 4,20 < α < 5,00 : Strongly Agree

Sumber: *Data Primer (Diolah)*

Berdasarkan tabel 2 diatas, rata-rata responden menyatakan sangat setuju terkait dengan pentingnya pengetahuan dan religiusitas untuk mendorong minat berwakaf uang. Sedangkan rata-rata responden menyatakan setuju atas pentingnya kepercayaan, dan norma subjektif.

3. Uji Outer Model

3.1. Uji Validitas Convergent dan Reabilitas Komposit

Uji Outer Model dilakukan melalui tiga kriteria yaitu *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*. Menggunakan evaluasi model pengukuran maka validitas dan reliabilitas pengukuran dikaitkan dengan konstruk penelitian yang spesifik. PLS-SEM 3.0 digunakan untuk mempertimbangkan nonlinier ketika menentukan koefisien hubungan antar variabel terkait. Sejauh mana nilai-nilai indikator berhubungan positif dengan variabel laten yang mendasarinya dikenal sebagai validitas konvergen (Hair et al., 2017) nilai ini menunjukkan validitas konvergen yang cukup, yang menunjukkan bahwa validitas konvergen tunggal variabel laten dapat mencakup lebih dari separuh rata-rata variasi indikator. Sholihin & Ratmono (2021) menjelaskan bahwa dalam beberapa keadaan, prasyarat untuk memuat faktor sebesar 0,70 seringkali tidak tercapai, terutama untuk desain baru. Oleh karena itu, faktor pemuatan antara 0,40 hingga 0,70 masih harus dipertahankan. Selanjutnya, indikator dengan loading faktor < 0,40 dihilangkan. Penghapusan indikator dengan nilai pada kisaran 0,40 hingga 0,70 dilakukan apabila indikator tersebut dapat menaikkan komposit dan reliabilitas AVE (*Average Variance Extracted*). Nilai batas AVE adalah 0,50, dan reliabilitas komposit adalah 0,70.

Pada evaluasi model pengukuran terdapat indikator yang tidak valid (loading factor < 0,4, dan dibawah 0,7 yang bisa menaikkan nilai AVE) pada indikator Religiusitas (R) pada R2 yaitu Saya percaya akan adanya keberadaan Allah SWT, RasulNya dan Malaikat-Nya, sehingga indikator tersebut dibuang. Karena nilai outer loading masing-masing indikator sesuai dengan nilai validitas konvergen yaitu loading faktor > 0,4 dan nilai AVE > 0,5 maka dapat dikatakan

seluruh indikator dinyatakan valid. Reliabilitas komposit (CR) lebih dari 0,7 dapat diterima dengan menggunakan validitas konvergen seperti diatas dan validitas diskriminan, sehingga konstruksinya dikategorikan valid, secara keseluruhan indikator pengetahuan, kepercayaan, norma subjektif, religiusitas, dan minat berwakaf sudah memiliki dinyatakan valid. Berikut ini adalah hasil pengolahan data disajikan dalam Tabel 3:

Tabel 3. Uji Outer Loading

Latent variable	Loading Faktor	P-Value
Pengetahuan (Composite Reability = 0,946; AVE = 0,687)		
P1	0,817	<0,000
P2	0,853	<0,000
P3	0,876	<0,000
P4	0,807	<0,000
P5	0,819	<0,000
P6	0,835	<0,000
P7	0,802	<0,000
P8	0,817	<0,000
Kepercayaan (Composite Reability = 0,974; AVE = 0,861)		
K1	0,904	<0,000
K2	0,956	<0,000
K3	0,956	<0,000
K4	0,897	<0,000
K5	0,933	<0,000
K6	0,918	<0,000
Norma Subjektif (Composite Reability = 0,959; AVE = 0,745)		
NS1	0,824	<0,000
NS2	0,821	<0,000
NS3	0,868	<0,000
NS4	0,896	<0,000
NS5	0,823	<0,000
NS6	0,902	<0,000
NS7	0,883	<0,000
NS8	0,884	<0,000
Religiusitas (Composite Reability = 0,957; AVE = 0,690)		
R1	0,744	<0,000
R3	0,799	<0,000
R4	0,837	<0,000
R5	0,847	<0,000
R6	0,841	<0,000
R7	0,862	<0,000
R8	0,830	<0,000
R9	0,884	<0,000
R10	0,856	<0,000
R11	0,795	<0,000

Minat Berwakaf Uang (Composite Reability = 0,958; AVE = 0,790)		
M1	0,887	<0,000
M2	0,830	<0,000
M3	0,913	<0,000
M4	0,910	<0,000
M5	0,892	<0,000
M6	0,898	<0,000

Sumber: *Output SmartPLS (Diolah)*

3.2. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan adalah menentukan sejauh mana pengukuran suatu konsep dan membedakannya dengan pengukuran lain secara teoritis dan berbeda (Prasetyo & Jannah, 2005). Dapat dilihat dengan melihat loading konstruk laten, yang akan memprediksi indikatornya lebih baik daripada konstruk lainnya. Jika korelasi konstruk dengan pokok pengukuran (setiap indikator) lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya maka validitas diskriminan terpenuhi. Berdasarkan Tabel 4 di bawah, seluruh konstruk atau variabel memenuhi validitas diskriminan.

Table 4: Uji Validitas Diskriminan

	Kepercayaan	Minat Berwakaf Uang	Norma Subjektif	Pengetahuan	Religiusitas
Kepercayaan	0,928				
Minat Berwakaf Uang	0,885	0,889			
Norma Subjektif	0,853	0,871	0,863		
Pengetahuan	0,844	0,814	0,853	0,829	
Religiusitas	0,826	0,819	0,835	0,800	0,830

Sumber: *Output SmartPLS (Diolah)*

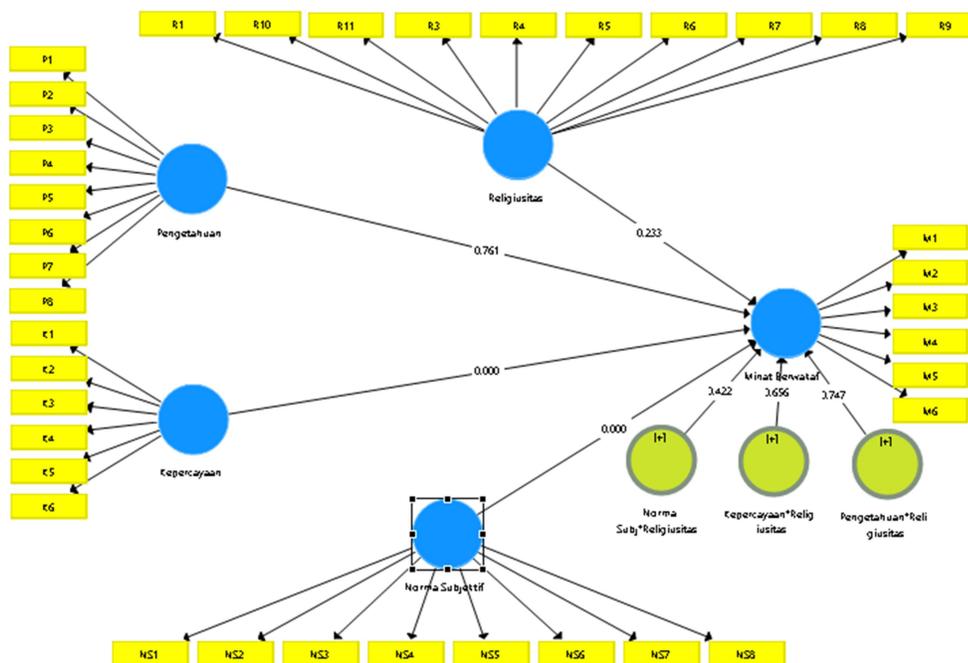
4. Uji Inner Model

Pada Uji Inner Model yang meliputi uji koefisien determinasi (R^2), dan uji hipotesis. Dalam uji hipotesis, digunakan parameter menggunakan nilai *p-values* sebagai sebuah langkah dalam pengambilan keputusan terkait dengan hipotesis diterima atau ditolak dengan tingkat signifikansi 0,05. Uji koefisien determinasi dan uji hipotesis disajikan dalam tabel 5 dibawah ini

Tabel 5. Inner Model Test

Panel	Coefficien t Value	P-Values	Keputusan
Pengetahuan-> Minat Berwakaf Uang	-0,037	0,761	Tidak Signifikan
Kepercayaan-> Minat Berwakaf Uang	0,451	0,000	Signifikan
Norma Subjektif-> Minat Berwakaf Uang	0,452	0,000	Signifikan
Pengetahuan*Religiusitas-> Minat Berwakaf Uang	0,038	0,759	Tidak Signifikan
Kepercayaan*Religiusitas -> Minat Berwakaf Uang	0,049	0,588	Tidak Signifikan
Norma Subjektif*Religiusitas -> Minat Berwakaf Uang	-0,101	0,380	Tidak Signifikan
Adjusted R-square		0,847	

Source: *Output SmartPLS (Processed)*



Gambar 1. Analisis Data SEM-PLS

Berdasarkan tabel diatas, uji koefisien determinasi menggunakan nilai *adjusted R-Square* dengan nilai 0,847. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independent (pengetahuan, kepercayaan, dan norma subjektif) menjelaskan pengaruhnya terhadap minat berwakaf uang sebesar 84,70 persen, sementara sisanya 15,30 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Berdasarkan tabel 5 juga, pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat berwakaf masyarakat kota Mataram menunjukkan nilai *p-values* sebesar 0,761, nilai ini lebih besar dari 0,05 ($0,926 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang masyarakat kota Mataram. Sementara itu, Pengaruh variabel kepercayaan terhadap minat berwakaf uang menunjukkan nilai *p-values* sebesar 0,000, dan pengaruh variabel norma subjektif terhadap minat berwakaf uang menunjukkan nilai *p-values* sebesar 0,000, nilai *p-values* kedua variabel tersebut (kepercayaan dan norma subjektif) lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang masyarakat kota Mataram. Sementara pengaruh variabel pengetahuan, kepercayaan, dan norma subjektif yang di moderasi oleh variabel religiusitas terhadap minat berwakaf uang masyarakat kota Mataram menunjukkan angkat lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, kepercayaan, dan norma subjektif yang dimoderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf masyarakat kota Mataram.

Berdasarkan uji statistika (*inner model*) diatas, bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang masyarakat kota Mataram, hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengetahuan masyarakat kota Mataram tentang wakaf uang sangat tinggi, namun belum mampu membentuk minat mereka untuk berwakaf uang, sebab pengetahuan saja belum mampu menumbuhkan minat mereka untuk berwakaf uang, mestinya ada faktor pendorong lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Latif et al. (2022) dan Witjaksono et al. (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang.

Sementara kepercayaan dan norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bewakaf uang masyarakat kota Mataram. Masyarakat kota sangat selektif terhadap lembaga yang mengumpulkan uang masyarakat sangat menaruh kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga tersebut seperti Baznas dan lembaga filantropi lainnya. Adanya lembaga yang terpercaya yang mampu menjaga uang wakaf masyarakat akan mendorong masyarakat kota Mataram untuk mengeluarkan sebagian pendapatannya untuk berwakaf uang. Hal ini sejalan dengan penelitian Fandini & Ratnasari (2020) dan Kassim et al. (2023) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang. Norma subjektif juga memberikan peran penting dalam membentuk minat masyarakat dalam berwakaf. Keyakinan dan dorongan dari lingkungan masyarakat tentang tingginya manfaat dari berwakaf dapat menumbuhkan minat masyarakat dalam melakukan wakaf uang. Hal ini sejalan dengan penelitian Maziah & Widyastuti, (2021) dan Rahmania & Maulana (2023) yang menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang.

Religiusitas adalah sesuatu yang mendorong sebagaimana seseorang dalam bertindak yang sesuai dengan ketaatan dengan agamanya (Mahendra et al., 2022). Keberadaan religiusitas sebagai variabel moderasi justru memperlemah pengaruh kepercayaan dan norma subjektif menjadi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang masyarakat kota Mataram. tingginya religiusitas seseorang tidak menjamin mereka memiliki niat untuk berwakaf uang karena mereka sangat berhati-hati dalam menyalurkan uangnya kepada lembaga pengumpul wakaf supaya uang yang mereka keluarkan tidak disalahgunakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang masyarakat kota Mataram. Sementara kepercayaan dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang masyarakat kota Mataram. Sedangkan pengetahuan, kepercayaan, dan norma subjektif yang dimoderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang masyarakat kota Mataram. Implikasi kebijakan yang bisa diterapkan adalah bahwa para pemangku kepentingan hendaknya memperhatikan perilaku masyarakat kota Mataram dalam berwakaf uang. Pemerintah harus menjaga kepercayaan dari masyarakat yang sudah mengeluarkan sebagian rizkinya untuk diwakafkan untuk dikelola dengan baik dan sesuai dengan syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliansi, D., Senjiati, I. H., & Srisusilawati, P. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kota Bandung Berwakaf Uang Melalui E-Commerce. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*.
- Budiansyah, M. I., & Ayyubi, S. El. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Wakif Dalam Berwakaf Online. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2). <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3741>
- Chrisna, H., Noviani, & Hernawaty. (2021). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwakaf Tunai Pada Jamaah Majelis Taklim Istiqomah Kelurahan Tanjung Sari Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis & Publik*, 11(2).
- Fandini, H. D., & Ratnasari, R. T. (2020). Pengaruh Trust Terhadap Niat Ulang Berwakaf Uang Pada Badan Wakaf Al Qur'an Surabaya Melalui Belief. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(11). <https://doi.org/10.20473/vol6iss201911pp2185-2197>
- Hair et al. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks. *Sage*.
- Hasanah, N. (2018). Kontekstualitas Ayat-Ayat Hukum Wakaf Di Indonesia. *Asy-Syari'ah*, 20(2). <https://doi.org/10.15575/as.v20i2.3446>
- Imam, N., & Huda, N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Berwakaf Uang di Dompot Dhuafa. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 15(2). <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.vol15iss2.174>
- Irawati, I., Hudaya, C., & Hasri, D. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Dana Abadi Berbentuk Wakaf Tunai di Perguruan Tinggi Swasta. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8). <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.777>
- 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). <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>
- Kassim, M., Che Embi, N. A., Haron, R., & Ibrahim, K. (2023). The determinants of cash waqf re-endow intention in Malaysia. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 7(1). <https://doi.org/10.26740/aluqud.v7n1.p126-137>
- Latif, A., Ahmad, R. A., Lesmana, M., & Nabila, F. (2022). Factors Affecting Generational Millennials' Desire to Spend Money On Waqf. *Muslim Heritage*, 7(2). <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v7i2.4439>
- Mahendra, D., M Nawawi, Z., & Imsar. (2022). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Perilaku Berwakaf Uang. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1). [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9255](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9255)
- Maziah, U., & Widyastuti, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Dalam Berwakaf Tunai. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 5(2).
- Rahmania, N., & Maulana, H. (2023). Waqf Literacy Level and Its Determinants on Public Intention to Contribute Cash Waqf: a Study of Waqf Institutions in Indonesian. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1). <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i1.1963>
- Rozalinda. (2016). Management Waqf Produktif Di Sumatera Barat. In *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam* (Vol. 9).

- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. In *Andi Offset*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Sugiyono. 2013. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. <https://doi.org/10.1.1.1.1>. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Ulyah, Himmatul. (2022). Pro dan Kontra Wakaf Tunai. Buletin FSEI IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung.
- Witjaksono, B., Mariyanti, T., Nasution, M. E., Huda, N., & Rini, N. (2019). Factors Which Influence the Intention of Community in Cash Waqaf in Sharia Banking with Theory Planned Behaviour (TPB) Modification Approach. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 7(2).
- Yunikartika, L., & Harti, H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Akun Instagram @carubanmangan. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1). <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.897>