

## Determinan Minat Masyarakat dalam Berwakaf Uang: Reputasi Lembaga Wakaf dan *Islamic Egalitarian*

Ari Farizal Rasyid<sup>1</sup> Muhammad Dzulfaqori Jatnika<sup>2</sup> Yusep Rafiqi<sup>3</sup>  
Asep Saepulloh<sup>4</sup>  
muhdzulfaqorij@unsil.ac.id, Universitas Siliwangi

### Abstract

Indonesia has a large waqf potential but has not been optimized. This is reflected in the waqf potential of 180 trillion, but the realization is only 1.8 trillion. This study aims to examine how the interest of cash waqf donation behavior in the people of West Java Province. This research develops previous theories by using a combination of reputation, integrity, trust, Islamic egalitarian, perceived ihsan, and Islamic religiosity variables. Hypothesis testing in this study uses the Structural Equation Model Partial Least Square approach. Respondents in this study were 250 people who live in West Java Province, they are Muslim, and have a basic understanding of the concept of cash waqf. The results of this study are Islamic Egalitarian, Islamic Religiosity, Reputation, and Integrity have an influence on intention in waqf money either directly or indirectly, only the variable perception of ihsan has no influence on intention in waqf money. This research only covers the people of West Java Province, in the future samples can be added that cover all of Indonesia or between countries. Waqf institutions also need to improve integrity, reputation, and public trust so that interest from the community.

*Keywords:* Minat, Wakaf Uang, Islamic Egalitarian, Reputasi, Kepercayaan.

### PENDAHULUAN

Kemiskinan merupakan permasalahan yang terus dihadapi oleh umat manusia sampai saat ini. Sepanjang zaman, upaya tersebut terus dilakukan dalam rangka menemukan formula yang ideal dalam mengatasinya. Masalah kemiskinan tidak hanya dikaji oleh negara berkembang saja, negara maju pun masih tetap berusaha mengatasi masalah ini (Hayati & Soemitra, 2022). Bukan hanya sebatas ketidakmampuan seseorang dalam hal ekonomi, kemiskinan juga dipahami sebagai kegagalan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dasar (sandang, pangan, papan) yang mengakibatkan perbedaan perlakuan secara individu atau kelompok dalam menjalani kehidupan sosial. Angka kemiskinan yang tinggi akan mempengaruhi pembangunan ekonomi dalam sebuah negara, hal ini disebabkan biaya yang harus dikeluarkan negara lebih besar dan secara tidak langsung mempengaruhi pembangunan ekonomi (Imanto et al., 2020).

Indonesia merupakan negara berkembang dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* dalam laporannya mengungkapkan bahwa jumlah Muslim Indonesia sekitar 237,56 juta jiwa atau sebanyak 86,7% populasi di Indonesia (Monavia Ayu Rizaty, 2022). Dengan populasi muslim sebanyak ini menjadi solusi yang potensial dalam upaya pengentasan kemiskinan di Indonesia.

Islam adalah agama yang menekankan keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat. Islam mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhan (*habluminallah*) dan hubungan manusia dengan manusia lainnya (*habluminannas*), semua itu wajib dilaksanakan secara seimbang, baik dan benar. Dalam Islam, konsep filantropi dimaknai sebagai perwujudan dari *habluminannas*, yang dikenal dengan istilah kebajikan sosial. Keutamaan Sosial dalam Islam tidak hanya sebatas memberikan kekayaan kepada orang lain sebagai bentuk filantropi, tetapi juga merupakan kewajiban, karena dalam setiap kepemilikan harta tersebut terdapat hak-hak orang miskin (Alwi et al., 2021). Konsep filantropi dalam Islam diwujudkan dalam bentuk zakat, infaq, sedekah dan wakaf.

Penelitian ini akan berfokus pada salah satu bentuk filantropi Islam yaitu wakaf. Secara umum, wakaf merupakan tindakan hukum yang dengan sengaja memisahkan atau mengeluarkan harta benda dan manfaat dari benda tersebut digunakan untuk keperluan di jalan Allah (Latifah & Jamal, 2019). Harta benda tersebut tidak habis apabila dipakai, harta tersebut dilepas dari kepemilikannya oleh si pemilik, kemudian harta tersebut tidak bisa dihibahkan, diwariskan atau diperjualbelikan dan manfaat harta benda tersebut untuk kepentingan umum sesuai dengan syariat Islam.

Berdasarkan data Sistem Informasi Wakaf Kementerian Agama yang diakses pada 17 April 2023, potensi wakaf tanah di Indonesia mencapai jumlah 440.512 lokasi dengan luas 57.263,69 hektar (Kementerian Agama, 2023). Kemudian, menurut Badan Wakaf Indonesia (BWI) potensi wakaf tunai di Indonesia mencapai Rp180 triliun per tahun. Namun, besarnya potensi wakaf tersebut belum bisa dioptimalkan dengan baik (Urip Budiarto, 2021).

Selama beberapa tahun terakhir, mulai bermunculan peneliti-peneliti yang berfokus pada penelitian wakaf uang karena semakin tingginya minat masyarakat untuk berwakaf uang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rizal & Amin, 2017) menunjukkan bahwa Islamic religiosity memediasi hubungan antara Islamic egalitarian dan persepsi ihsan dengan minat berwakaf. Selain itu, kepercayaan terhadap lembaga pengelola wakaf juga memiliki peranan penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk berwakaf (Hasan et al., 2017). Meskipun di Indonesia telah terdapat beberapa penelitian mengenai faktor-faktor minat berwakaf uang, namun belum ada yang menggunakan Islamic egalitarian, persepsi ihsan, religiusitas Islam, reputasi, integritas, dan kepercayaan untuk menguji minat masyarakat dalam berwakaf uang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk berwakaf uang pada masyarakat muslim yang berdomisili di Provinsi Jawa Barat

## TINJAUAN PUSTAKA

### Minat Berwakaf

Minat menurut kamus besar bahasa Indonesia berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu atau dapat pula disebut dengan gairah atau keinginan.

Minat dalam beberapaliteratur juga dapat disebut intensi. Intensi ini disamakan dengan keinginan atau kehendak . Wakaf berasal dari bahasa Arab, Waqf yang berarti menahan, berhenti, atau diam. Jika dihubungkan dengan harta seperti tanah, binatang dan yang lain, ia berarti pembekuan hak milik untuk kegunaan tertentu (Chrisna et al., 2021). Minat berwakaf berarti kecenderungan seseorang untuk melakukan wakaf. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan (Abdul Shukor et al., 2019) integritas dan reputasi lembaga wakaf dapat meningkatkan kepercayaan minat seseorang dalam berwakaf dapat dipengaruhi oleh kepercayaan untuk berwakaf pada lembaga wakaf, yang pada akhirnya meningkatkan minat untuk berwakaf.

### **Persepsi Ihsan**

Ihsan, atau juga Ehsan, berasal dari kata kerja bahasa Arab yang berarti kesempurnaan atau keunggulan. Ihsan berarti “melakukan hal-hal yang indah” yang sejalan dengan petunjuk Allah. Ihsan yang dirasakan juga terkait dengan rasa tanggung jawab sosial dari sudut pandang agama. Ihsan menjelaskan tanggung jawab untuk menyembah dan percaya kepada Tuhan dalam Islam, meskipun mereka tidak dapat melihat-Nya (Putranti et al., 2022). Ihsan sendiri dalam Al-Quran dijelaskan dalam surat An-Nahl ayat 128 yang artinya sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang bertakwa dan orang-orang yang berbuat kebaikan. Berdasarkan hasil penelitian (Rizal & Amin, 2017) menunjukkan bahwa persepsi ihsan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas Islam dan minat berwakaf, sehingga penulis merumuskannya menjadi hipotesis sebagai berikut:

H1: Persepsi ihsan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas Islam.

### ***Islamic Egalitarian***

Egalitarianisme adalah perspektif untuk meningkatkan kesetaraan sosial dalam gender, status sosial, pandangan politik dan ekonomi (Putranti et al., 2022). Egalitarianisme Islam berfokus pada bagaimana ummat harus memiliki kesetaraan dalam kemaslahatan sosial. Berdasarkan hasil penelitian (Rizal & Amin, 2017) menunjukkan bahwa *Islamic egalitarian* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas Islam dan minat berwakaf, sehingga penulis merumuskannya menjadi hipotesis sebagai berikut:

H2: *Islamic egalitarian* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas Islam.

### **Religiusitas Islam**

Definisi religiusitas yang sangat populer menyatakan bahwa religiusitas berarti kepercayaan kepada Tuhan yang sejalandengan komitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh Tuhan (Pramudia & Syarief, 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Rizal & Amin, 2017) menunjukkan bahwa religiusitas Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwakaf, sehingga penulis merumuskannya menjadi hipotesis sebagai berikut:

H3: Religiusitas Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang.

## Reputasi

Reputasi dapat didefinisikan sebagai penilaian konsumen dan masyarakat yang berkaitan dengan aktivitas bisnis yang dilakukan ataupun dieksekusi oleh perusahaan tersebut (Keni et al., 2021). Berdasarkan hasil penelitian dari (Abdul Shukor et al., 2019) menunjukkan bahwa reputasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan, sehingga penulis merumuskannya menjadi hipotesis sebagai berikut:

H4: Reputasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

## Integritas

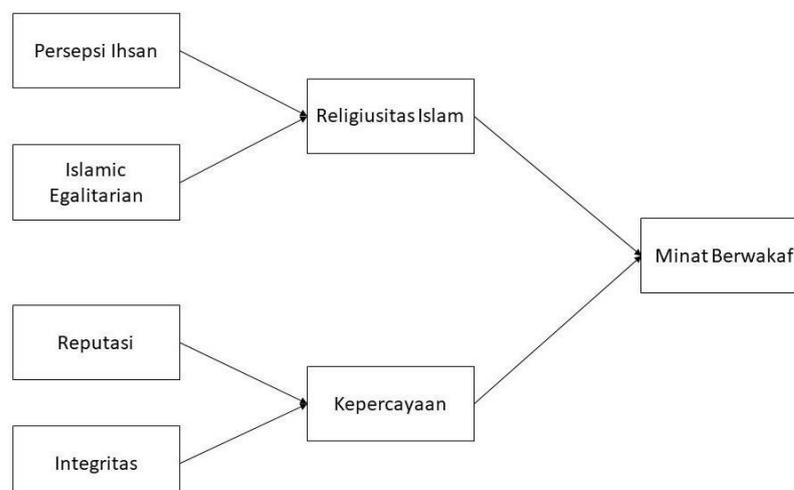
Menurut (Zainuri et al., 2017) mengartikan “Integritas adalah sebagai kejujuran dan kebenaran dari tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari”. Berdasarkan hasil penelitian dari (Abdul Shukor et al., 2019) menunjukkan bahwa integritas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan, sehingga penulis merumuskannya menjadi hipotesis sebagai berikut:

H5: Integritas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

## Kepercayaan

Kepercayaan pelanggan didefinisikan sebagai pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka menyerahkan kontrol langsung (Leninkumar, 2017). Berdasarkan penelitian dari (Hasan et al., 2017) menunjukkan tingkat kepercayaan wakif akan meningkatkan komitmen jangka panjang terhadap lembaga wakaf.

H6: Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang.



**Gambar 1 Model Penelitian**

## METODE PENELITIAN

Ketika melakukan penelitian kuantitatif, variabel merupakan hal yang sangatlah penting dan harus diperhatikan untuk menjelaskan permasalahan yang terjadi pada suatu penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi ihsan, *Islamic egalitarian*, religusitas Islam, integritas, reputasi, kepercayaan. Variabel-variabel tersebut kemudian digunakan untuk menguji sejauh mana dapat mempengaruhi minat masyarakat yang berdomisili di Provinsi Jawa Barat dalam melakukan wakaf uang.

Lokasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah Provinsi Jawa Barat. Pemilihan Provinsi Jawa Barat dijadikan lokasi penelitian karena kemudahan aksesibilitas perolehan data dan masyarakat Provinsi Jawa Barat merupakan masyarakat yang potensial untuk melakukan wakaf, karena memiliki 8.728 pesantren (Jabar Digital Service, 2023). Harapannya dengan banyaknya jumlah pesantren yang dimiliki oleh Provinsi Jawa Barat dapat berbanding lurus dengan jumlah wakaf uang.

Data penelitian minat berwakaf pada masyarakat Provinsi Jawa Barat ini bersumber dari data primer maupun data sekunder. Data sekunder diperoleh dari data yang tersedia dari jurnal, buku, dan laporan terkait minat berwakaf pada masyarakat Provinsi Jawa Barat dari penelitian sebelumnya. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner melalui *google form*. Responden yang mengisi kuesioner memiliki kriteria tertentu karena teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* ini dimaksudkan agar hasil dari penelitian ini dapat lebih *robust*, seperti yang telah direkomendasikan oleh beberapa peneliti perilaku konsumen sebelumnya (Hulland et al., 2018). Adapun persyaratan respondennya adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat yang berdomisili di Provinsi Jawa Barat
2. Beragama Islam
3. Memahami konsep dasar wakaf

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM-PLS), karena penelitian ini bersifat eksplorasi (Hair et al., 2019). Aplikasi yang digunakan dalam melakukan teknik analisis data SEM-PLS adalah SmartPLS. SmartPLS adalah sebuah aplikasi yang menggunakan dua pendekatan dalam proses analisis datanya. Pendekatan pertama adalah pengukuran model (*measurement model*) yang terdiri dari *convergent validity* dan *discriminant validity* dan pendekatan kedua adalah struktural model.

Tabel 1. Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Kode
1	Minat Wakaf	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya memiliki niat untuk melakukan wakaf dalam waktu dekat</li> <li>2. Saya memiliki kesempatan untuk melakukan wakaf di masa depan</li> <li>3. Saya memiliki niat untuk melakukan wakaf dalam tiga bulan ke depan (Abdul Shukor et al., 2019)</li> </ol>	IW1 IW2 IW3
2	<i>Persepsi Ihsan</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menolong orang lain penting bagi saya</li> <li>2. Memberi manfaat bagi orang lain penting bagi saya</li> <li>3. Menunjukkan kasih saya kepada orang lain penting bagi saya</li> <li>4. Memberikan manfaat bagi orang lain menjadikan saya muslim sejati</li> <li>5. Berperilaku baik pada orang lain penting bagi saya (Rizal &amp; Amin, 2017)</li> </ol>	PI1 PI2 PI3 PI4 PI5
3	<i>Islamic Egalitarian</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seorang muslim harus memperhatikan kesejahteraan orang lain</li> <li>2. Seorang muslim harus baik kepada setiap orang</li> <li>3. Seorang muslim harus menemukan cara untuk membantu orang yang kurang beruntung</li> <li>4. Orang kaya memiliki tanggung jawab dalam berbagi kekayaannya dengan orang miskin</li> <li>5. Melindungi hak muslim adalah kewajiban setiap muslim yang lain (Rizal &amp; Amin, 2017)</li> </ol>	IE1 IE2 IE3 IE4 IE5
4	Religiusitas Islam	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemberian wakaf dianjurkan dalam Islam</li> <li>2. Allah SWT memperhatikan saya saat saya berwakaf</li> <li>3. Pemberian wakaf meningkatkan pahala di akhirat (Rizal &amp; Amin, 2017)</li> </ol>	RI1 RI2 RI3
5	Integritas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Janji dari lembaga wakaf cenderung dapat dipercaya</li> <li>2. Lembaga wakaf memiliki tingkat kejujuran yang tinggi</li> <li>3. Lembaga wakaf konsisten dengan apa yang dikatakan dan dilakukan (Abdul Shukor et al., 2019)</li> </ol>	I1 I2 I3
6	Reputasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lembaga wakaf memiliki reputasi positif</li> <li>2. Lembaga wakaf transparan dalam hal keuangan dan kebijakan</li> <li>3. Lembaga wakaf sangat dihormati (Abdul Shukor et al., 2019)</li> </ol>	R1 R2 R3

7	Kepercayaan	1. Saya mempercayai lembaga wakaf untuk melakukan hal yang terbaik dalam membantu penerima manfaat wakaf	T1
		2. Saya bisa mempercayai manajemen lembaga wakaf amanah	T2
		3. Saya bisa mempercayai lembaga wakaf (Hasan et al., 2017)	T3

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Berdasarkan hasil survei sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 250 UMKM. Profil UMKM terbagi menjadi beberapa bagian, di antaranya adalah gender, usia, domisili, pendidikan terakhir, lama usaha, dan pendapatan (Lihat Tabel 2). Secara keseluruhan responden didominasi oleh gender laki-laki (54,4%), Usia 21 - 30 tahun (37,2%), pendidikan terakhir Sarjana (50%), dan pendapatan <3.000.000 (32,8%).

**Tabel 2 Profil Responden**

Kategori		Jumlah Responden	Persentase
Gender	Laki-Laki	136	54,4%
	Perempuan	114	45,6%
Usia	16 - 20 Tahun	32	12,8%
	21 - 30 Tahun	93	37,2%
	31 - 40 Tahun	67	26,8%
	41 - 50 Tahun	50	20%
	> 51 Tahun	8	3,2%
Pendidikan Terakhir	SMA	89	35,6%
	Diploma	10	4%
	Sarjana (S-1)	125	50%
	Magister (S-2)	26	10,4%
Pendapatan	<3.000.000	82	32,8%
	3.000.000 - 5.000.000	73	29,2%
	5.000.000 - 8.000.000	30	12%
	8.000.000 - 10.000.000	50	20%
	>10.000.000	15	6%

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2023

### Measurement Models

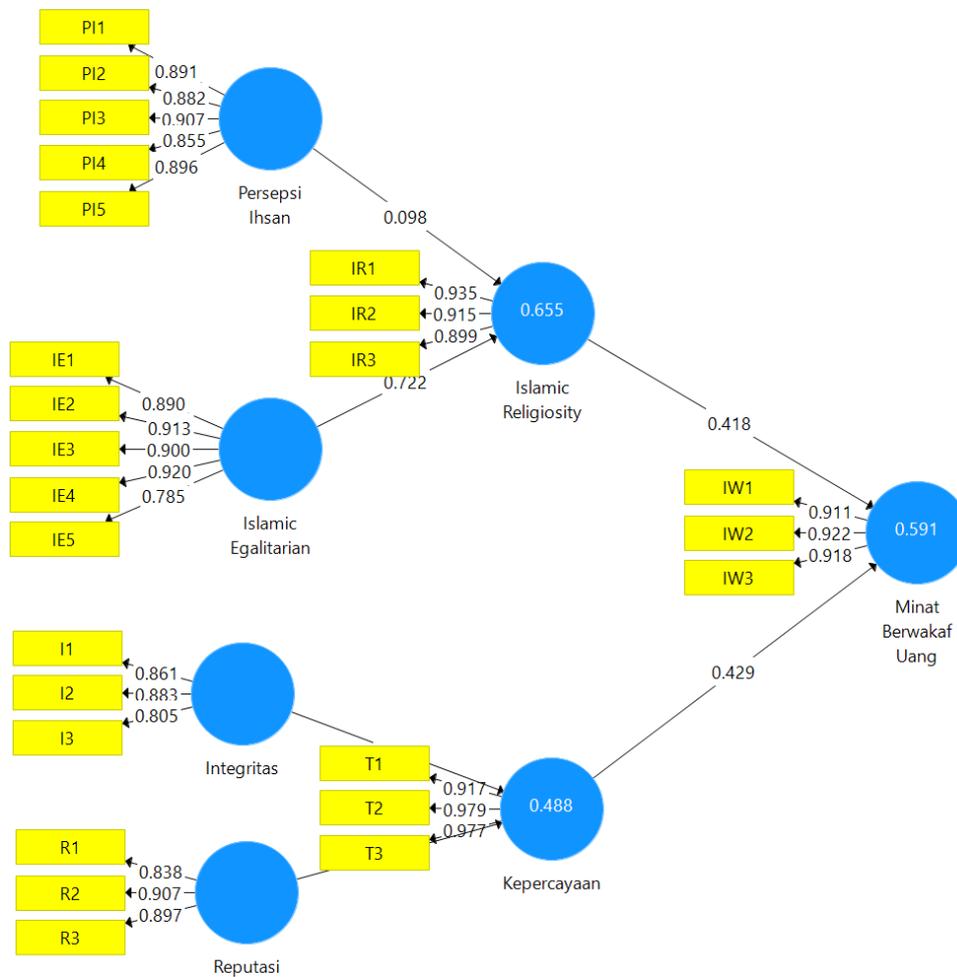
Pengujian model menggunakan SEM-PLS dilakukan dengan dua tahapan terlebih dahulu yang pertama kali dilakukan adalah outer model selanjutnya menguji

inner model. Pengujian outer model dilakukan dengan cara mengidentifikasi keterkaitan antara indikator-indikator dengan konstruk, melihat pada rekomendasi dari (Hair et al., 2014) nilai dari *loadings factor* yang baik harus di atas 0,70. Berdasarkan hasil analisis seluruh indikator memiliki nilai loading factor yang baik, hanya terdapat satu indikator yang memiliki nilai kurang dari 0,70 yaitu KOR2.

**Tabel 3 Measurement Model Results**

<i>Latent Variabel</i>	<i>Manifest Variabel</i>	<i>Loadings Factor</i>	A	rho_A	CR	√
<i>Islamic Egalitarian</i>	IE1	0,890	0,929	0,933	0,946	0,780
	IE2	0,913				
	IE3	0,900				
	IE4	0,920				
	IE5	0,785				
Persepsi Ihsan	PI1	0,891	0,932	0,934	0,948	0,786
	PI2	0,882				
	PI3	0,907				
	PI4	0,855				
	PI5	0,896				
Religiusitas Islam	IR1	0,935	0,904	0,906	0,940	0,840
	IR2	0,915				
	IR3	0,899				
Reputasi	R1	0,838	0,855	0,855	0,912	0,776
	R2	0,907				
	R3	0,897				
Integritas	I1	0,861	0,807	0,808	0,887	0,723
	I2	0,883				
	I3	0,805				
Kepercayaan	T1	0,917	0,955	0,954	0,971	0,918
	T2	0,979				
	T3	0,977				
Minat Berwakaf Uang	IW1	0,911	0,905	0,906	0,941	0,841
	IW2	0,922				
	IW3	0,918				

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2023



**Gambar 2 Hasil Measurement Models**

Gambaran suatu pengujian apakah sebuah konstruk memiliki realibilitas yang baik, penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) dan *Composite Reliability*. Menurut rekomendasi dari (Hair et al., 2014; Henseler et al., 2015; Wong, 2013) realibilitas yang baik akan ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) dan *Composite Reliability* di atas 0,70. Berdasarkan hasil pengujian nilai  $\alpha$  dan CR memiliki nilai yang baik ( $>0,70$ ). sehingga dapat disimpulkan semua konstruk memiliki realibitas yang baik. Sedangkan, untuk menguji validitas menggunakan nilai rata-rata AVE. Menurut rekomendasi dari (Hair et al., 2014) nilai rata-rata AVE yang baik adalah di atas 0,50. Hasil pengujian menunjukkan bahwa range nilai AVE berada antara 0,700 - 0,806, sehingga dapat disimpulkan keseluruhan konstruk dalam penelitian ini valid.

### **Structural Models**

Setelah asumsi telah terpenuhi, Langkah selanjutnya adalah menguji model structural dengan menggunakan nilai t dan p. Menurut rekomendasi dari (Hair et al., 2014) nilai t dan p menunjukkan pengaruh yang signifikan antar suatu konstruk ketika nilai  $t > 1,96$  dan nilai  $p < 0,05$ , Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa

variabel persepsi ihsan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas Islam ( $t = 0,971$  dan  $p = 0,322$ ), *Islamic Egalitarian* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas Islam ( $t = 7,980$  dan  $p = 0,000$ ), religiusitas Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwakaf uang ( $t = 7,505$  dan  $p = 0,000$ ), reputasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan ( $t = 7,391$  dan  $p = 0,000$ ), integritas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan ( $t = 2,940$  dan  $p = 0,004$ ), dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwakaf uang ( $t = 7,648$  dan  $p = 0,000$ ).

**Table 4 Results of Structural Models**

<i>Hypothesis</i>	<i>Original Value</i>	<i>T-Value</i>	<i>P-Value</i>	<i>Results</i>
Persepsi Ihsan -> Religiusitas Islam	0,098	0,971	0,322	<i>Not Supported</i>
<i>Islamic Egalitarian</i> -> Religiusitas Islam	0,722	7,980	0,000	<i>Supported</i>
Religiusitas Islam -> Minat Berwakaf Uang	0,418	7,505	0,000	<i>Supported</i>
Reputasi -> Kepercayaan	0,525	7,391	0,000	<i>Supported</i>
Integritas -> Kepercayaan	0,213	2,940	0,004	<i>Supported</i>
Kepercayaan - > Minat Berwakaf Uang	0,429	7,648	0,000	<i>Supported</i>

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hampir semua hipotesis diterima hanya hipotesis pertama yang tidak memenuhi persyaratan angka signifikan, yaitu pengaruh persepsi ihsan terhadap religiusitas Islam, Hasil penelitian ini tidak merepresentasikan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rizal & Amin, 2017) yang menunjukkan bahwa persepsi ihsan seseorang akan menambah tingkat religiusitas Islamnya. Studi ini menunjukkan bahwa meskipun seseorang memiliki anggapan atau pendapat bahwa dirinya perlu bermanfaat untuk orang lain tidak akan meningkatkan tingkat religiusitas dirinya terhadap tuhan. Meskipun

Islam tidak hanya mengajarkan untuk beribadah saja, tetapi juga mengajarkan untuk berbuat baik, dalam arti kerja, bahkan prestasi.

Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel *Islamic egalitarian* memiliki pengaruh terhadap minat berwakaf uang, hasil ini mendukung penelitian sebelumnya dari (Rizal & Amin, 2017) yang mengungkapkan bahwa *Islamic egalitarian* dapat meningkatkan tingkat religiusitas Islam. Kemudian, religiusitas Islam memiliki pengaruh terhadap minat seseorang dalam menunaikan wakaf uang, hasil ini mendukung penelitian sebelumnya dari (Rizal & Amin, 2017) yang mengungkapkan bahwa tingkat religiusitas Islam dapat meningkatkan minat untuk melakukan wakaf uang. Hasil dari analisis bahwa reputasi memiliki pengaruh terhadap kepercayaan ini mendukung penelitian sebelumnya dari (Abdul Shukor et al., 2019) yang mengungkapkan bahwa reputasi yang dimiliki oleh suatu lembaga dapat meningkatkan kepercayaan seseorang. Integritas memiliki pengaruh terhadap kepercayaan, hasil ini mendukung penelitian sebelumnya dari (Abdul Shukor et al., 2019) yang mengungkapkan bahwa tingkat integritas lembaga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap sesuatu. Kepercayaan terhadap suatu lembaga memiliki pengaruh terhadap minat untuk mengeluarkan uangnya untuk kepentingan wakaf, hasil ini mendukung penelitian sebelumnya dari (Hasan et al., 2017) yang mengungkapkan bahwa tingkat kepercayaan dapat meningkatkan komitmen terhadap lembaga wakaf, sehingga nantinya akan meningkatkan keinginan wakif untuk melakukan wakaf uang.

## **SIMPULAN**

Secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Islamic egalitarian*, reputasi, integritas, religiusitas Islam, dan kepercayaan memiliki peranan penting dalam menjelaskan kesediaan masyarakat yang berdomisil di Provinsi Jawa Barat dalam membelanjakan uangnya untuk berwakaf baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Selanjutnya secara teoritis, hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat reputasi, integritas, dan kepercayaan seseorang terhadap lembaga wakaf akan berimplikasi tinggi terhadap kesediaan untuk membelanjakan uangnya pada lembaga wakaf. Hal ini juga terjadi pada tingkat *Islamic egalitarian*, semakin tinggi perspektif seseorang mengenai gender, kesetaraan, dan status sosial maka akan berimplikasi terhadap religiusitas seseorang secara langsung dan meningkatkan minat untuk berwakaf uang secara tidak langsung.

Berdasarkan hasil tersebut lembaga wakaf perlu meningkatkan integritas, reputasi, dan kepercayaan masyarakat agar minat dari masyarakat khususnya yang berdomisili di Provinsi Jawa Barat semakin berminat untuk berwakaf uang. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan cakupan sampel penelitian dengan cakupan seluruh Indonesia atau bahkan antar negara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Shukor, S., Johari, F., Abd Wahab, K., Kefeli @ Zulkefli, Z., Ahmad, N., Haji Alias, M., Abdul Rahman, A., Mohd Orip, N. M., Ibrahim, P., & Abu-Hussin, M. F. (2019). Trust on awqaf institutions: evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 511–524.
- Alwi, M., Ilham, M., & Amir, M. F. (2021). Islamic Philanthropy: The Idea of Economic Empowerment of the Ummah of K.H. Ma'ruf Amin. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(1), 133–154.
- 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), 70–79.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Gudergan, S. P., Fischer, A., Nitzl, C., & Menictas, C. (2019). Partial least squares structural equation modeling-based discrete choice modeling: an illustration in modeling retailer choice. *Business Research*, 12(1), 115–142. <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0072-4>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hasan, R., Siraj, S. A., & Mohamad, M. H. S. (2017). Antecedents and outcome of Waqif's trust in Waqf institution. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 38(4), 155–179.
- Hayati, F., & Soemitra, A. (2022). Filantropi Islam Dalam Pengentasan Kemiskinan. E-Mabis: *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 109–121. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.866>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hulland, J., Baumgartner, H., & Smith, K. M. (2018). Marketing survey research best practices: evidence and recommendations from a review of JAMS articles. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(1), 92–108. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0532-y>
- Imanto, R., Panorama, M., & Sumantri, R. (2020). Pengaruh Pengangguran Dan Kemiskinan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sumatera Selatan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 118. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i2.636>
- Jabar Digital Service. (2023). Tasik kota santri dengan jumlah pesantrennya terbanyak di Jabar. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/infografik/tasik-kota-santri-dengan-jumlah-pesantrennya-terbanyak-di-jabar>

- Kementerian Agama. (2023). Data Tanah Wakaf. <https://siwak.kemenag.go.id/siwak/index.php>
- Keni, K., Dharmawan, P., & Wilson, N. (2021). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Kepuasan Merek Dan Sikap Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Industri Penerbangan Di Indonesia. (*Development of Research Management*): *Jurnal Manajemen*, 16(1), 79–95.
- Latifah, N. A., & Jamal, M. (2019). Analisis Pelaksanaan Wakaf di Kuwait ZISWAF; *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6(1).
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i4/2821>
- Monavia Ayu Rizaty. (2022). Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>
- Pramudia, R. A., & Syarief, M. E. (2020). Pengaruh Persepsi Pengetahuan, Informasi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Berwakaf Uang. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.30651/justeko.v4i2.6482>
- Putranti, L., Nareswari, N., & Nurmasari, N. D. (2022). Peran Persepsi Ihsan, Egalitarianisme Islam, Persepsi Wakaf Uang, dan Kesadaran Wakaf Uang. *The Journal Of Business and Management*, 5(2), 2003–2005. <https://doi.org/10.37112/bisman.v5i2.1928>
- Rizal, H., & Amin, H. (2017). Perceived ihsan, Islamic egalitarianism and Islamic religiosity towards charitable giving of cash waqf. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 669–685. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2015-0037>
- Urip Budiarto. (2021). Pengembangan Digitalisasi dan Integrasi Data Wakaf Nasional. <https://kneks.go.id/isuutama/29/pengembangan-digitalisasi-dan-integrasi-data-wakaf-nasional>
- Wong, K. K. K.-K. (2013). 28/05 - Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.
- Zainuri, M., Mahfayeri, Suparman, & Setyawan, D. (2017). Konsepsi Integritas. *Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 1–24.