



Preferences of Millennials with Cash Waqf in Jakarta

Jaharuddin¹, Adi Mansah², Rony Edward Utama³, Muhammad Fahmi⁴, Syifa Fauziah⁵ and Fanny Amalia⁶

^{1,2,5,6} Islamic Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Jakarta, Indonesia

³ Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Jakarta, Indonesia

⁴ Master of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

 <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i2.1369>

Abstract

This research examines the important factors in the Jakarta millennial cash waqf. Where the Millennial Generation is the largest and is of productive age and has the potential to contribute to the country's economy by waqf. Waqf is a sustainable economic resource, as a nation's capital with a high number of people and education, the potential for waqf in Jakarta is also high, data shows that cash waqf is still minimal in Jakarta. This research complements the study of cash waqf millennial preferences in Jakarta. This research is descriptive quantitative research, with the data source, namely the millennial community in Jakarta, the data was collected by distributing questionnaires, and the data were processed with SPSS 2.0. Findings/Results: The results showed that the value of R Square or R² in the coefficient of determination for the MRA (Moderated Regression Analysis) Test was 0.399. The results showed that the variables religiosity, service, trust, and promotion that interacted with an income had no significant effect on interest in cash waqf. Conclusion: based on the results of the coefficient of determination, partial t-test, and simultaneous F-test, the variables tested to have an insignificant effect, meaning that in-depth research is needed to find out other determinants

Article Info

Keywords:

Millennial Preference, Cash waqf, Waqf Management

* E-mail address: jaharuddin@umj.ac.id¹, adirohima@yahoo.co.id², r.edwardutama@umj.ac.id³

Articel Submitted : 3 January 2023

Accepted : 10 January 2023

Revised : 22 May 2023

Published : 30 June 2023



Preferensi Milenial Berwakaf Uang di Jakarta

Jaharuddin¹, Adi Mansah², Rony Edward Utama³, Muhammad Fahmi⁴, Syifa Fauziah⁵ dan Fanny Amalia⁶

^{1,2,5,6} Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

⁴ Mahasiswa Magister Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

 : <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i2.1369>

Abstrak

Penelitian ini meneliti faktor penting dalam berwakaf uang milenial Jakarta. Dimana Generasi Milenial adalah generasi terbanyak dan berumur produktif yang berpotensi dapat berkontribusi terhadap perekonomian negara dengan berwakaf. Wakaf adalah sumber daya ekonomi berkelanjutan, sebagai ibukota negara dengan jumlah manusia dan pendidikan yang tinggi, potensi wakaf di Jakarta juga tinggi, data menunjukkan masih minim wakaf uang di Jakarta. Kebaruan: Penelitian ini melengkapi kajian preferensi milenial berwakaf uang di Jakarta. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, dengan sumber data yaitu masyarakat milenial di Jakarta, data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner, data diolah dengan SPSS 2.0. Hasil penelitian menunjukkan nilai R^2 atau R^2 pada koefisien determinasi Uji MRA (Moderated Regression Analysis) sebesar 0,399 hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel religiusitas, pelayanan, kepercayaan dan promosi yang berinteraksi dengan pendapatan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat berwakaf uang. berdasarkan hasil koefisien determinasi, Uji-t parsial dan Uji F simultan, variabel yang diuji memberikan pengaruh yang tidak signifikan, artinya diperlukan riset mendalam untuk mengetahui determinan lainnya.

Informasi Artikel

Kata kunci:

Preferensi Milenial,
Wakaf Uang,
Manajemen Wakaf,

* E-mail address: jaharuddin@umj.ac.id¹, adirohima@yahoo.co.id², r.edwardutama@umj.ac.id³

Artikel diserahkan : 3 Januari 2023

Diterima : 10 Januari 2023

Direvisi : 22 Mei 2023

Dipublikasi : 30 Juni 2023

Pendahuluan

Jumlah penduduk Indonesia didasarkan sensus penduduk tahun 2020 adalah 270.20 juta jiwa. Laju pertumbuhan penduduk per tahun 2010 – 2020 sebesar 1,25% melambat dibandingkan periode 2000 – 2010 yang sebesar 1,49%. Penduduk usia produktif (15 – 64) tahun sebanyak 70,72%. Indonesia masih dalam masa bonus demografi. Presentasi penduduk lansia 9,78% naik dibanding tahun 2010 yang sebesar 7,59%. Rasio jenis kelamin 102, berarti terdapat 102 penduduk laki-laki untuk setiap 100 penduduk perempuan.

Tabel 1
Penduduk Indonesia didasarkan kelompok Generasi

No	Generasi	Lahir Tahun	% tahun 2020	Umur tahun 2022
1	Pre Boomer	Sebelum 1945	1,87%	79 tahun ke atas
2	Baby Boomers	1944 - 1964	11,56%	58 - 78
3	Gen X	1965 - 1979	21,88%	43 - 57
4	Gen Y (Milennial)	1980 - 1994	25,87%	28 - 42
5	Gen Z	1995 - ...	27,94%	s.d 27

sumber : Sensus BPS 2020

Tabel 1 menunjukkan bahwa generasi milenial menjadi harapan edukasi dan pihak yang berperan penting dalam pengembangan wakaf Indonesia. Wakaf mempunyai keunggulan strategis untuk dikembangkan, wakaf memainkan peran penting dalam memberikan manfaat sosial dalam masyarakat muslim, telah berkembang secara progresif sejak awal dan telah menguntungkan umat Islam dengan membiayai pengeluaran publik. Wakaf dianggap sebagai salah satu yayasan amal tertua di dunia, ditelusuri kembali ke Nabi Ibrahim, yang mengabdikan propertinya dalam tindakan amal, termasuk pembangunan Ka'bah (McChesney, 1995; Kahf, 2000; Zakaria, Samad, dan Shafii, 2012; Stibbard dkk., 2012). Wakaf juga telah menjadi salah satu pilar ekonomi Islam sejak zaman Nabi Muhammad saw, telah mengkatalisasi pembangunan ekonomi di kalangan umat Islam (Tahir dkk, 2011).

Potensi wakaf dengan Luas tanah wakaf 52,649, 49 ha (526,490,000 m²), aset tanah wakaf di Indonesia mencapai angkat Rp. 2,1 triliun. Angka yang sangat besar, apalagi jika tanah-tanah wakaf tersebut diproduktifkan dan menghasilkan. Jumlah Nazhir dan Lokasi tanah wakaf 393.325 nazhir dan lokasi. Dari sisi penggunaan tanah wakaf 72,6% Masjid dan Mushola, 14,3% sekolah dan Pesantren, 8,7% digunakan untuk sosial lainnya dan 4,4% untuk makam (SIWAK Kemenag, 2021). Nilai Indeks Literasi Wakaf (ILW) tahun 2020, secara Nasional mendapatkan skor 50,48 masuk dalam kategori rendah, terdiri dari Nilai Literasi Pemahaman Wakaf Dasar sebesar 57,67 dan Nilai Literasi Pemahaman Wakaf Lanjutan sebesar 37,97 (BWI, Puskaz Baznas, Kemenag, 2020).

Penghimpunan yang rendah akibat kurangnya literasi masyarakat mengenai wakaf, objek dan penyaluran, kurangnya digitalisasi penghimpunan yang user friendly. Nazhir perorangan yang tidak tercatat, belum ada sertifikasi nazhir. Belum ada indikator efektifitas penyaluran objek wakaf, penyaluran wakaf kurang produktif, jadi kendala wakaf. (KNEKS, 2019).

Akumulasi jumlah wakaf uang terhimpun sebesar Rp. 855.344.386.998. Jumlah LKSPWU 24 LKS, Jumlah Nazhir wakaf uang teregister 280 lembaga. Potensi Wakaf Uang Nasional mencapai Rp. 178,65 – 180 triliun. Berasal dari individu sebesar Rp. 130 trilion, Wakaf uang baru hasil investasi Rp. 40 triliun, wakaf uang konversi Corporate Sosial Responsibility (CSR) Rp. 6,65 triliun dan Wakaf uang dari Aparatur Sipil Negara (ASN) Rp.

2 triliun. Jika dibandingkan antara realisasi pengumpulan wakaf uang dan potensi wakaf uang, yang terkumpul hanya 0,05% saja, ini berarti sangat timpang. (BWI, Maret 2021).

Diperlukan terobosan meningkatkan penghimpunan wakaf. Penelitian dilakukan untuk mengetahui preferensi milenial dalam berwakaf uang, agar budaya berwakaf menjadi lifestyle dikalangan milenial.

Tinjauan Literatur

Wakaf tunai sudah dilakukan sejak lama, dalam sejarah Islam, wakaf tunai sudah dipraktekkan sejak abad kedua Hijriyah. Diriwayatkan Imam Bukhari bahwa Imam az Zuhri (wafat 124 H), salah seorang ulama terkemuka dan peletak dasar tadwîn al-hadîts, memberikan fatwanya untuk berwakaf dengan Dinar dan Dirham agar dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembangunan, dakwah, sosial, dan pendidikan umat Islam. Imam Malik mengartikan “keabadian/kekekalan” lebih kepada sifat barang yang diwakafkan, baik itu aset tetap maupun aset bergerak. Untuk aset tetap seperti tanah unsur keabadian terpenuhi, demikian pula dengan masjid atau madrasah. Dengan kerangka pemikiran seperti ini mazhab Maliki telah membuka luas kesempatan untuk berwakaf dengan aset apapun, termasuk aset yang paling liquid sekalipun yaitu uang tunai (*cash waqf*).

Legitimasi wakaf tunai mendapatkan apresiasi ketika Komisi fatwa MUI pada tanggal 11 Mei 2002 menetapkan sebuah fatwa tentang kebolehan wakaf uang tunai (*cash waqf*). Isi fatwa MUI tersebut sebagai berikut: Wakaf uang (*cash wakaf/ waqf al-nuqud*) adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. Termasuk ke dalam pengertian uang adalah surat-surat berharga. Wakaf uang hukumnya jawaz (boleh). Wakaf uang hanya boleh disalurkan dan digunakan untuk hal-hal yang dibolehkan secara syar’i. Nilai pokok wakaf uang harus dijamin kelestariannya, tidak boleh dijual, dihibahkan dan atau diwariskan. Diantara sumber rujukan yang digunakan oleh MUI adalah beberapa pendapat ulama besar, seperti; Imam Al-Zuhri (w. 124 H), membolehkan wakaf uang dengan cara menjadikan uang tersebut sebagai modal usaha kemudian keuntungannya disalurkan kepada mauquf ‘alaih. Mutaqaddimin dari ulama’ madzhab Hanafi, membolehkan wakaf uang sebagai pengecualian atas dasar istihsân bil ‘urfi. Abu Tsaur meriwayatkan dari Imam Syafi’i tentang kebolehan wakaf uang. Dengan dikeluarkannya fatwa ini maka di Indonesia saat ini, persoalan boleh tidaknya wakaf uang, sudah tidak ada masalah lagi.

Tema penelitian ini adalah “Preferensi Milenial Berwakaf Uang di Jakarta”. mengacu pada bidang unggulan penelitian perguruan tinggi bidang ekonomi syariah, khususnya bidang keuangan sosial islam. Penelitian ini memiliki keterbaharuan (*state of art*) berikut. Potensi wakaf tinggi, penghimpunan rendah, dibutuhkan berbagai strategi penghimpunan wakaf uang. Generasi milenial adalah generasi produktif saat ini dan masa datang, karenanya prferensi generasi milenial perlu dilakukan penelitian, agar budaya wakaf uang menjadi lifestyle generasi milenial. Wakaf uang dengan variabel moderasi pendapatan sepertinya belum banyak diteliti olrh peneliti terdahulu.

Agung Abdullah (2022), menemukan bahwa Preferensi wakaf uang pada masyarakat dipengaruhi oleh teknologi e-banking dan pendapatan, sehingga keberadaan menu-menu donasi pada e-banking bank syariah sangat diperlukan. Sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap preferensi melakukan wakaf uang. Bagi sebagian besar masyarakat Surakarta, wakaf masih dipahami sebagai sedekah yang abadi, keabadian harta wakaf tersebut dianggap sakral sehingga harus jelas pemanfaatannya dan kepada siapa diberikan.

Wakaf uang meski dianggap lebih fleksibel, namun belum dapat diterima dalam pemahaman oleh para wakif. Adila Adisti (2021) menemukan bahwa ada hubungan positif dan signifikan di antara variabel literasi wakaf uang, inklusi wakaf dan tata kelola wakaf dengan preferensi publik terhadap wakaf uang. Sedangkan variabel religiusitas berhubungan positif namun tidak signifikan terhadap preferensi wakaf uang. Umi Khoiriyah (2018), menemukan bahwa variabel potensial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat muslim kota. Sementara variabel persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap komunitas Muslim di kota Semarang, variabel preferensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap komunitas Muslim kota Semarang, Sedangkan hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel potensial, persepsi, dan preferensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat muslim kota Semarang.

Diana Yulianti (2020) menemukan bahwa: (1) variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berwakaf uang. (2) Tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berwakaf uang. (3) Tingkat Pendidikan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat berwakaf uang. Variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel minat masyarakat berwakaf uang sebesar 66% atau dengan kata lain pengetahuan, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan dapat mempengaruhi minat masyarakat berwakaf uang sebesar 66%. Ida Nuraini (2018) menemukan bahwa secara parsial, sikap, norma dan kepercayaan subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat wakaf uang. Studi ini menyimpulkan secara parsial bahwa sikap yang lebih baik, tingkat norma dan kepercayaan subjektif yang lebih tinggi, akan meningkatkan niat dalam berwakaf uang.

Metode, Data, dan Analisis

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dimana sumber data penelitian ini adalah masyarakat milenial yang berdomisili di DKI Jakarta, data diperoleh dengan menyebar kuesioner google form melalui media social, dan data dianalisis menggunakan software SPSS versi 2.0 untuk melihat preferensi wakif milenial berwakaf di DKI Jakarta. Variabel Independen yang digunakan untuk penelitian ini yaitu Religiusitas, Kepercayaan, Pelayanan, Promosi dengan Keputusan sebagai Variabel Dependen dan Pendapatan sebagai variabel moderasi. Indikator penelitian merujuk kepada penelitian terdahulu. Kuesioner dikembangkan dengan skala likert. Penyebaran kuesioner menggunakan aplikasi google form yang dibagikan melalui media sosial. Dengan teknik pengambilan sampel, yaitu non-probability purposive sampling, yaitu Teknik pengambilan berdasarkan kriteria yang ditentukan. Peneliti tentukan sebagai subjek penelitian atau responden penelitian ini adalah masyarakat umum milenial. Data yang diperoleh akan diolah dengan teknik analisis data menggunakan SPSS 2.0. Konstruk model sebagai berikut:

$$Y = \alpha + X1 + X2 + X3 + X4 + \varepsilon$$

Konstruk Model:

Y = Preferensi Milenial

X1 = Religiusitas Islami

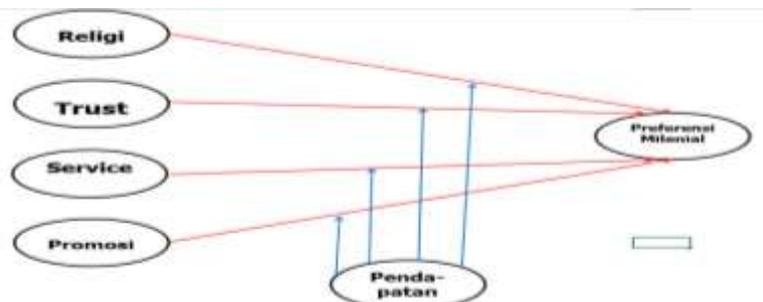
X2 = Trust

X3 = Service Quality

X4 = Promosi Badan Wakaf

ditambahkan faktor moderating : Pendapatan

Pendapatan akan semakin menguatkan utk berwakaf. Milenial yang mempunyai religi yang tinggi (X1), trust (X2), SQ (X3), Promosi (X4), dikuatkan dengan pendapatan untuk berwakaf.



Keterangan :

- ⊙ Garis merah, pengaruh langsung
- ⊙ Garis biru, pengaruh tidak langsung

Hasil dan Diskusi

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas X1

Pernyataan	r Hitung		r Tabel	Keterangan
Instrumen 1	0,709	>	0,3610	VALID
Instrumen 2	0,699	>	0,3610	VALID
Instrumen 3	0,714	>	0,3610	VALID
Instrumen 4	0,600	>	0,3610	VALID
Instrumen 5	0,751	>	0,3610	VALID
Instrumen 6	0,600	>	0,3610	VALID
Instrumen 7	0,676	>	0,3610	VALID
Instrumen 8	0,497	>	0,3610	VALID
Instrumen 9	0,580	>	0,3610	VALID
Instrumen 10	0,683	>	0,3610	VALID

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 2. Uji Validitas X2

Pernyataan	r Hitung		r Tabel	Keterangan
Instrumen 1	0,868	>	0,3610	VALID
Instrumen 2	0,919	>	0,3610	VALID
Instrumen 3	0,891	>	0,3610	VALID
Instrumen 4	0,836	>	0,3610	VALID
Instrumen 5	0,908	>	0,3610	VALID
Instrumen 6	0,753	>	0,3610	VALID
Instrumen 7	0,928	>	0,3610	VALID
Instrumen 8	0,788	>	0,3610	VALID
Instrumen 9	0,796	>	0,3610	VALID

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 3. Uji Validitas X3

Pernyataan	r Hitung		r Tabel	Keterangan
Instrumen 1	0,901	>	0,3610	VALID
Instrumen 2	0,835	>	0,3610	VALID
Instrumen 3	0,775	>	0,3610	VALID
Instrumen 4	0,775	>	0,3610	VALID
Instrumen 5	0,830	>	0,3610	VALID
Instrumen 6	0,907	>	0,3610	VALID
Instrumen 7	0,886	>	0,3610	VALID
Instrumen 8	0,844	>	0,3610	VALID
Instrumen 9	0,833	>	0,3610	VALID

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 4. Uji Validitas X4

Pernyataan	r Hitung		r Tabel	Keterangan
Instrumen 1	0, 834	>	0,3610	VALID
Instrumen 2	0, 831	>	0,3610	VALID
Instrumen 3	0, 739	>	0,3610	VALID
Instrumen 4	0, 747	>	0,3610	VALID
Instrumen 5	0, 888	>	0,3610	VALID
Instrumen 6	0, 870	>	0,3610	VALID
Instrumen 7	0, 920	>	0,3610	VALID
Instrumen 8	0, 629	>	0,3610	VALID
Instrumen 9	0, 917	>	0,3610	VALID
Instrumen 10	0, 791	>	0,3610	VALID

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 5. Uji Validitas Y

Pernyataan	r Hitung		r Tabel	Keterangan
Instrumen 1	0, 911	>	0,3610	VALID
Instrumen 2	0, 923	>	0,3610	VALID
Instrumen 3	0, 906	>	0,3610	VALID
Instrumen 4	0, 783	>	0,3610	VALID
Instrumen 5	0, 823	>	0,3610	VALID

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 6. Uji Validitas Z

Pernyataan	r Hitung		r Tabel	Keterangan
Instrumen 1	0, 770	>	0,3610	VALID
Instrumen 2	0, 742	>	0,3610	VALID
Instrumen 3	0, 691	>	0,3610	VALID
Instrumen 4	0, 824	>	0,3610	VALID
Instrumen 5	0, 737	>	0,3610	VALID

Sumber data diolah dengan SPSS

Dari data diatas untuk dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan variabel Religiusitas (X1), Pelayanan (X2), Kepercayaan (X3), Promosi (X4), Persepsi Wakaf Uang (Y), dan Pendapatan (Z) dinyatakan valid karena nilai rhitung lebih besar dari rtabel 0,3610.

Uji Reabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 7. Uji Reabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	10

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 8. Uji Reabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	9

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 9. Uji Reabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	9

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 10. Uji Reabilitas X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	10

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 11. Uji Reabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	5

Sumber data diolah dengan SPSS

Tabel 12. Uji Reabilitas Z
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	5

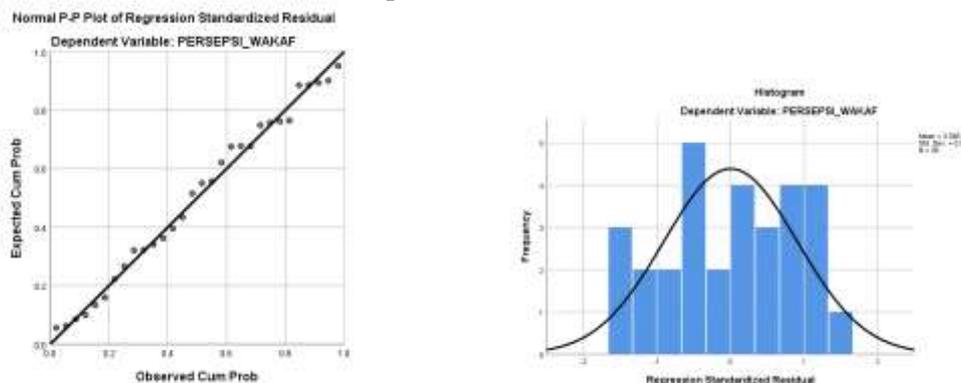
Sumber data diolah dengan SPSS

Diketahui dari data diatas pernyataan setiap instrumen variabel dapat dikatakan reliabel karena Cronbach's Alpha dari variabel Religiusitas (X1), Pelayanan (X2), Kepercayaan (X3), Promosi (X4), Persepsi Wakaf Uang (Y), dan Pendapatan (Z) lebih besar dari 0,30.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Gambar 1. grafik Normal P-Plot



Sumber data diolah dengan SPSS

Berdasarkan uji normalitas dilihat dari tabel Pada grafik Normal P-Plot. Sebaran data mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tersebut berdistribusi normal.

Tabel 13. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.71639394
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.063

	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber data diolah dengan SPSS

Berdasarkan uji normalitas dilihat dari tabel nilai Kolmogorov-Sminornov sebesar 0,091 dengan nilai Asymp.Sig sebesar 0,200 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tersebut berdistribusi normal.

Tabel 14. Uji Multikolinearitas
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.542	4.718		2.022	.054		
	Religiusitas	.024	.132	.040	.184	.856	.577	1.732
	Pelayanan	.118	.199	.223	.593	.559	.195	5.137
	Kepercayaan	.114	.189	.214	.603	.552	.220	4.549
	Promosi	-.185	.136	-.394	-1.365	.185	.331	3.022
	Pendapatan	.467	.289	.459	1.615	.119	.342	2.924

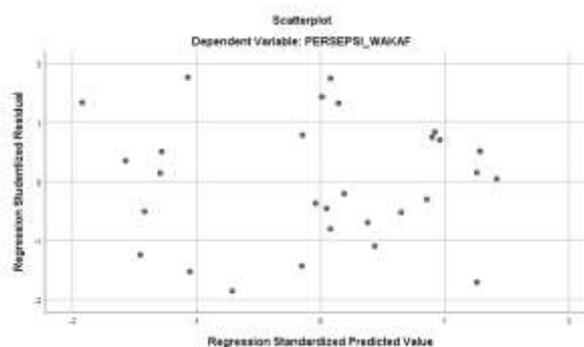
a. Dependent Variable: Persepsin Wakaf

Sumber data diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa data dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas atau tidak terdapat hubungan antara variabel independen. Hal ini dapat dilihat dari nilai VIF semua variabel independent berada di bawah 10 yaitu sebesar 1,732/ 5,137/ 4,549/ 3,022/ 2,924. Selain itu nilai nilai Tolerance setiap variabel berada di atas 0,10 yaitu sebesar 0,577/ 0,195/ 0,220/ 0,331/ 0,342. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari problem multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2. grafik scatterplots



(Sumber data diolah dengan SPSS)

Dari scatterplots dibawah ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

Tabel 15. Uji Autokorelasi
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.582 ^a	.338	.201	2.986	2.137

a. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, PELAYANAN, PROMOSI, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: PERSEPSI_WAKAF

(Sumber data diolah dengan SPSS)

Berdasarkan hasil uji Durbin-Watson pada tabel, dapat dilihat bahwa hasil uji autokorelasi pada nilai Durbin-Watson test menunjukkan nilai 2.137, dimana angka tersebut berada diantara -4 sampai +4. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini bebas dari adanya autokorelasi.

Uji Moderated Regression Analysis

Tabel 15. Uji MRA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.638	36.093		1.264	.221
	RELIGIUSITAS	-1.120	1.074	-1.852	-1.043	.309
	PELAYANAN	.948	1.268	1.794	.748	.463
	KEPERCAYAAN	-.660	1.496	-1.236	-.442	.663
	PROMOSI	.098	.792	.209	.124	.903
	PENDAPATAN	-1.496	2.055	-1.468	-.728	.475
	RELIGIUSITAS*PENDAPATAN	.065	.062	4.287	1.053	.305
	PELAYANAN*PENDAPATAN	-.043	.068	-2.772	-.631	.535
	KEPERCAYAAN*PENDAPATAN	.042	.086	2.787	.486	.632
	PROMOSI*PENDAPATAN	-.022	.042	-1.639	-.511	.615

a. Dependent Variable: PERSEPSI_WAKAF

(Sumber data diolah dengan SPSS)

Koefisien-koefisien persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. $\alpha = 45,638$ mempunyai arti jika nilai X (Religiusitas, Pelayanan, Kepercayaan, Promosi) = 0 (nol), maka nilai Y (Persepsi Wakaf) akan menunjukkan tingkat atau sebesar 45.638 atau

dalam arti lain jika tidak ada (Religiusitas, Pelayanan, Kepercayaan, Promosi) maka Persepsi masyarakat wilayah jakarta sebesar 45.638 point.

2. $\beta_1 = -1,120$ ini menunjukkan koefisien regresi variabel religiusitas memiliki arah regresi negatif, dimana setiap kenaikan 1 (satu) point pada nilai X1 religiusitas maka nilai Y (Persepsi Wakaf) akan meningkat sebesar -1.120 point.
3. $\beta_2 = 0,948$ ini menunjukkan koefisien regresi variabel Pelayanan memiliki arah regresi positif, dimana setiap kenaikan 1 (satu) point pada nilai X2 Pelayanan, maka nilai Y (Persepsi Wakaf) akan meningkat sebesar 0.948 point.
4. $\beta_3 = -0,660$ ini menunjukkan koefisien regresi Kepercayaan memiliki arah regresi negatif, dimana setiap kenaikan 1 (satu) point pada nilai X3 Kepercayaan, maka nilai Y (Persepsi Wakaf) akan meningkat sebesar -0,660 point.
5. $\beta_4 = 0,098$ ini menunjukkan koefisien regresi variabel Promosi memiliki arah regresi positif, dimana setiap kenaikan 1 (satu) point pada nilai X4 Promosi, maka nilai Y (Persepsi Wakaf) akan meningkat sebesar 0,098 point.
6. $\beta_5 = -1,496$ ini menunjukkan koefisien regresi variabel Pendapatan memiliki arah regresi Negatif, dimana setiap kenaikan 1 (satu) point pada nilai Z Pendapatan, maka nilai Y (Persepsi Wakaf) akan meningkat sebesar -1,496 point.
7. $\beta_6 = 0,065$ ini menunjukkan koefisien regresi variabel Religiusitas yang berinteraksi dengan Pendapatan memiliki arah regresi positif, dimana setiap kenaikan 1 (satu) point pada nilai X1*Z, maka nilai Y (Persepsi Wakaf) akan meningkat sebesar 0,065 point.
8. $\beta_7 = -0,043$ ini menunjukkan koefisien regresi variabel Pelayanan yang berinteraksi dengan Pendapatan memiliki arah regresi negatif, dimana setiap kenaikan 1 (satu) point pada nilai X2*Z, maka nilai Y (Persepsi Wakaf) akan meningkat sebesar -0,043 point.
9. $\beta_8 = 0,042$ ini menunjukkan koefisien regresi variabel Kepercayaan yang berinteraksi dengan Pendapatan memiliki arah regresi positif, dimana setiap kenaikan 1 (satu) point pada nilai X3*Z, maka nilai Y (Persepsi Wakaf) akan meningkat sebesar 0,042 point.
10. $\beta_9 = -0,022$ ini menunjukkan koefisien regresi variabel Promosi yang berinteraksi dengan Pendapatan memiliki arah regresi negatif, dimana setiap kenaikan 1 (satu) point pada nilai X4*Z, maka nilai Y (Persepsi Wakaf) akan meningkat sebesar -0,022 point.

Koefisien Determinasi

Tabel 16. Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.632 ^a	.399	.129	3.117	2.161

a. Predictors: (Constant), PROMOSI*PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN, PELAYANAN, PENDAPATAN, PROMOSI, PELAYANAN*PENDAPATAN, RELIGIUSITAS*PENDAPATAN, KEPERCAYAAN*PENDAPATAN

b. Dependent Variable: PERSEPSI_WAKAF

(Sumber data diolah dengan SPSS)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai R Square atau R2 sebesar 0,399 hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Persepsi Wakaf dipengaruhi oleh variabel Religiusitas dengan Pendapatan (X1*Z), Pelayanan dengan Pendapatan (X2*Z), Kepercayaan dengan

Pendapatan (X3*Z), dan Promosi dengan Pendapatan (X4*Z) terhadap variabel Persepsi Wakaf (Y) sebesar 0,399 atau 39,9%, sehingga sebesar 60,1% ditentukan oleh variabel lain.

Uji T (Secara Parsial)

Tabel 17. Uji T

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.638	36.093		1.264	.221
	RELIGIUSITAS	-1.120	1.074	-1.852	-1.043	.309
	PELAYANAN	.948	1.268	1.794	.748	.463
	KEPERCAYAAN	-.660	1.496	-1.236	-.442	.663
	PROMOSI	.098	.792	.209	.124	.903
	PENDAPATAN	-1.496	2.055	-1.468	-.728	.475
	RELIGIUSITAS*PENDAPATAN	.065	.062	4.287	1.053	.305
	PELAYANAN*PENDAPATAN	-.043	.068	-2.772	-.631	.535
	KEPERCAYAAN*PENDAPATAN	.042	.086	2.787	.486	.632
	PROMOSI*PENDAPATAN	-.022	.042	-1.639	-.511	.615

a. Dependent Variable: PERSEPSI_WAKAF

(Sumber data diolah dengan SPSS)

Dari hasil output SPSS diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Religiusitas (X1) Terhadap Persepsi Wakaf Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui t-hitung < t-tabel (-1.043 < 2.051) dengan nilai signifikan dari variabel Religiusitas (X1) sebesar 0,309 lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan Ho diterima dan menolak Ha, artinya bahwa variabel Religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.
2. Pengaruh Pelayanan (X2) Terhadap Persepsi Wakaf Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui t-hitung < t-tabel (0.748 < 2.051) dengan nilai signifikan dari variabel Pelayanan (X2) sebesar 0,463 lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan Ho diterima dan menolak Ha, artinya bahwa variabel Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.
3. Pengaruh Kepercayaan (X3) Terhadap Persepsi Wakaf Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui t-hitung < t-tabel (-0.442 < 2.051) dengan nilai signifikan dari variabel Kepercayaan (X3) sebesar 0,663 lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan Ho diterima dan menolak Ha, artinya bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.
4. Pengaruh Promosi (X4) Terhadap Persepsi Wakaf Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui t-hitung < t-tabel (0.124 < 2.051) dengan nilai signifikan dari variabel Promosi (X4) sebesar 0,903 lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan Ho diterima dan menolak Ha, artinya bahwa variabel Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.

5. Pengaruh Pendapatan (Z) Terhadap Persepsi Wakaf Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($-0.728 < 2.051$) dengan nilai signifikan dari variabel Pendapatan (Z) sebesar 0,475 lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan menolak H_a , artinya bahwa variabel Pendapatan berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.
6. Pengaruh Religiusitas berinteraksi dengan Pendapatan ($X1*Z$) Terhadap Persepsi Wakaf Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($1.053 < 2.051$) dengan nilai signifikan dari variabel $X1*Z$ sebesar 0,305 lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan menolak H_a , artinya bahwa variabel $X1*Z$ berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.
7. Pengaruh Pelayanan berinteraksi dengan Pendapatan ($X2*Z$) Terhadap Persepsi Wakaf Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($-0.631 < 2.051$) dengan nilai signifikan dari variabel $X2*Z$ sebesar 0,535 lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan menolak H_a , artinya bahwa variabel $X2*Z$ berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.
8. Pengaruh Kepercayaan berinteraksi dengan Pendapatan ($X3*Z$) Terhadap Persepsi Wakaf Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($0.486 < 2.051$) dengan nilai signifikan dari variabel $X3*Z$ sebesar 0,632 lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan menolak H_a , artinya bahwa variabel $X3*Z$ berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.
9. Pengaruh Promosi berinteraksi dengan Pendapatan ($X4*Z$) Terhadap Persepsi Wakaf Dari hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($-0.511 < 2.051$) dengan nilai signifikan dari variabel $X4*Z$ sebesar 0,615 lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan menolak H_a , artinya bahwa variabel $X4*Z$ berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.

Uji F (Secara Simultan)

Tabel 18. Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	129.130	9	14.348	1.477	.223 ^b
	Residual	194.337	20	9.717		
	Total	323.467	29			

a. Dependent Variable: PERSEPSI_WAKAF

b. Predictors: (Constant), PROMOSI*PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN, PELAYANAN, PENDAPATAN, PROMOSI, PELAYANAN*PENDAPATAN, RELIGIUSITAS*PENDAPATAN, KEPERCAYAAN*PENDAPATAN

(Sumber data diolah dengan SPSS)

Dari hasil perhitungan uji F diatas dapat diketahui $F\text{hitung} > F\text{tabel}$ ($1,477 < 3,35$) dengan nilai signifikan sebesar 0,223 lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan menolak H_a , artinya bahwa variabel Religiusitas dengan Pendapatan

($X1*Z$), Pelayanan dengan Pendapatan ($X2*Z$), Kepercayaan dengan Pendapatan ($X3*Z$), Promosi dengan Pendapatan ($X4*Z$) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.

Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian mengenai Preferensi Milenial dalam Berwakaf Uang di Jakarta ditunjukkan melalui nilai R Square atau R^2 pada koefisien determinasi Uji MRA (Moderated Regression Analysis) sebesar 0,399 hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Persepsi Wakaf dipengaruhi oleh variabel Religiusitas dengan Pendapatan ($X1*Z$), Pelayanan dengan Pendapatan ($X2*Z$), Kepercayaan dengan Pendapatan ($X3*Z$), dan Promosi dengan Pendapatan ($X4*Z$) terhadap variabel Persepsi Wakaf (Y) sebesar 0,399 atau 39,9%, sehingga sebesar 60,1% ditentukan oleh variabel lain.

Hasil Uji-t secara parsial menunjukkan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf, variabel Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf, variabel Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf, variabel Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf, Variabel Pendapatan berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf, Religiusitas berinteraksi dengan Pendapatan berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf, Pelayanan berinteraksi dengan Pendapatan berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf, Kepercayaan berinteraksi dengan Pendapatan berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf, Promosi berinteraksi dengan Pendapatan berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.

Hasil Uji F secara simultan tentang Preferensi Milenial dalam berwakaf uang di Jakarta menjelaskan bahwa variabel Religiusitas dengan Pendapatan ($X1*Z$), Pelayanan dengan Pendapatan ($X2*Z$), Kepercayaan dengan Pendapatan ($X3*Z$), Promosi dengan Pendapatan ($X4*Z$) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Wakaf.

Secara empiris penelitian ini memberikan manfaat bahwa sampel penelitian yang diolah menjelaskan determinan minat berwakaf uang yaitu religiusitas, pelayanan, kepercayaan, promosi tidak memberikan pengaruh yang signifikan bagi kalangan masyarakat milenial untuk berwakaf uang di Jakarta, namun secara teoritis variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh namun tidak signifikan, sehingga jika dilihat dari ilmu ekonomi mengenai perilaku individu khususnya pada generasi milenial, maka alokasi strategi marketing tentang wakaf uang dapat difokuskan sebesar 39,9% untuk variabel religiusitas, pelayanan, promosi, kepercayaan, dan pendapatan, akan tetapi berfokus juga pada inovasi yang memungkinkan berkontribusi pada $RSquare$ 60,1%.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah sample yang dimiliki, dimana sample yang digunakan adalah sebesar 30 sampel atau 30 responden sehingga peneliti menilai bahwa coverage area data untuk mewakili provinsi DKI Jakarta masih belum cukup dan mempengaruhi validitas penelitian, saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah dapat memaksimalkan coverage area penelitian dengan menambah jumlah sampel atau responden.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini didanai oleh LPPM Universitas Muhammadiyah Jakarta, kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM UMJ dan semua pihak di Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Referensi

- Abdullah, A. (2022). Preferensi Wakaf Uang pada Masyarakat Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 8 (01).
- Adisti, A. (2021). Preferensi Publik terhadap Wakaf Uang di Sumatera Barat. *Al-Muzara'ah*. 9 (1).
- Jaharuddin. (2020). *Manajemen Wakaf Produktif: Potensi, Konsep, dan Prakti*. Yogyakarta: Kaizen Sarana Edukasi
- Jaharuddin. (2018). *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Salemba Diniyah
- Jaharuddin. (2018). Potensi Wakaf Uang Untuk Pendidikan. *Ikraith-Humaniora*. 2 (2).
- Khoiriyah. U. (2018). Pengaruh Potensi, Persepsi, dan Preferensi terhadap Sikap dalam Wakaf Uang pada Masyarakat Muslim Kota Semarang. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 13 (2).
- Yulianti, D. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Tingkat Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Uang. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*. 13 (2).
- Nuraini, I. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Dalam Membayar Wakaf Uang Pada Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Dki Jakarta. *Maro, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*. 1 (2).