

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wakaf Uang Generasi Milenial di Kota Bogor

Delia¹, Bayu Taufiq Possumah², Nurul Hilmiyah³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Tazkia

deliahuri@gmail.com¹, btaufiq@gmail.com², nurulhilmiyah@univpancasila.ac.id³

ABSTRACT

This research is motivated by the low level of realization of cash waqf collection when compared to the existing potential, with the majority of the population being Muslim and the population dominated by the millennial generation of productive age of the workforce. So there needs to be a deeper analysis of public interest, especially the millennial generation in doing waqf. The problem formulations in this study are (1) Does religiosity affect the interest in waqf money of the millennial generation in the city of Bogor? (2) Does attitude affect the interest in waqf money of the millennial generation in the city of Bogor? (3) Does religiosity through attitude affect the interest in waqf money of the millennial generation in the city of Bogor? (4) Does subjective norm affect the interest in waqf money of the millennial generation in the city of Bogor? (5) Does behavioral control affect the interest in waqf money of the millennial generation in the city of Bogor? This type of research is quantitative research using survey instruments. The object of this research is the millennial generation in Bogor City. The object of this research is cash waqf interest in Bogor City. The data collection technique used a questionnaire. Data analysis techniques using Structural Equation Modeling (SEM). Based on the results of the study, it states that Religiosity has a significant and positive effect on the interest in waqf money of the millennial generation in Bogor City. The second result states that Attitude has a significant and positive effect on the interest in waqf money of the millennial generation in Bogor City. The third result states that religiosity through attitude has a significant and positive effect either directly or indirectly on the interest in millennial generation cash waqf in Bogor City. The fourth result states that subjective norms have a significant and positive effect on millennial generation cash waqf interest in Bogor City and the fifth result states that behavioral control has an insignificant effect on millennial generation cash waqf interest in Bogor City.

Keywords : *Religiosity, Attitude, Subjective norms and Behavioral control.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh tingkat relisasi penghimpunan wakaf uang yang masih rendah jika dibandingkan dengan potensi yang ada, dengan jumlah mayoritas masyarakat beragama islam dan jumlah penduduk didominasi oleh generasi milenial usia produktif angkatan kerja. Maka perlu adanya analilis yang lebih dalam terhadap minat masyarakat khususnya generasi milenial dalam melakukan wakaf. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat wakaf uang generasi milenial di kota Bogor? (2) Apakah sikap berpengaruh terhadap minat wakaf uang generasi milenial di kota Bogor? (3) Apakah religiusitas melalui sikap berpengaruh terhadap minat wakaf uang generasi milenial di kota Bogor? (4) Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap minat wakaf uang generasi milenial di kota Bogor? (5) Apakah kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat wakaf uang generasi milenial di kota Bogor?. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan instrument survei. Sebjek penelitian ini adalah generasi melennial di Kota Bogor. Objek penelitian ini adalah Minat wakaf uang di Kota Bogor. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner. Teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modelling (SEM). Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa Religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor. Hasil kedua menyatakan bahwa Sikap berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor. Hasil ketiga menyatakan bahwa Religiusitas melalui sikap berpengaruh signifikan dan positif baik secara langsung ataupun tidak langsung

terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor. Hasil keempat menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor dan hasil kelima menyatakan bahwa Kontrol perilaku berpengaruh tidak signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor.

Kata kunci : Religiusitas, Sikap, Norma subjektif dan Kontrol prilaku.

PENDAHULUAN

Wakaf merupakan salah satu instrumen Islamic Social Finance (ISF), disamping zakat, infaq dan sadaqah, yang dominan menjadi salah satu pilar perekonomian dimasa lampau namun terlupakan dan bangkit kembali di masa sekarang (Ascarya et al., 2016). Konsep wakaf uang dikembangkan oleh seorang pemikir ekonomi Islam modern terkemuka di Bangladesh yaitu M.A. Mannan dengan pendirian sebuah lembaga bernama Social Investment Bank Limited (SIBL) pada tahun 1995.

Dari data Badan Wakaf Indonesia (BWI) 2019 aset wakaf di indonesia berpotensi mencapai Rp 2.000 triliun per tahun, dan luas lahan wakaf mencapai 420.000 hektar. Namun, meskipun Indonesia telah memiliki perangkat hukum yang lengkap terkait wakaf uang dan menjadi negara paling dermawan menurut WGI, ternyata dalam realisasinya program wakaf uang di Indonesia masih sangat jauh dari potensi.

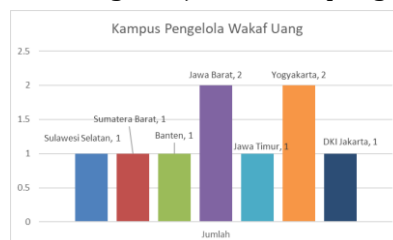
Tabel 1.1 : perbandingan antara potensi dan ralisasi wakaf uang di Indonesia

Tahun	Potensi Wakaf (Rp)	Realisasi (RP)	Persentase (%)
2019	77.000.000.000.000	185.000.000.000	0,2403
2020	180.000.000.000.000	391.000.000.000	0,2172
2021 (Jan)	180.000.000.000.000	819.360.000.000	0,4552

Sumber: BWI 2021

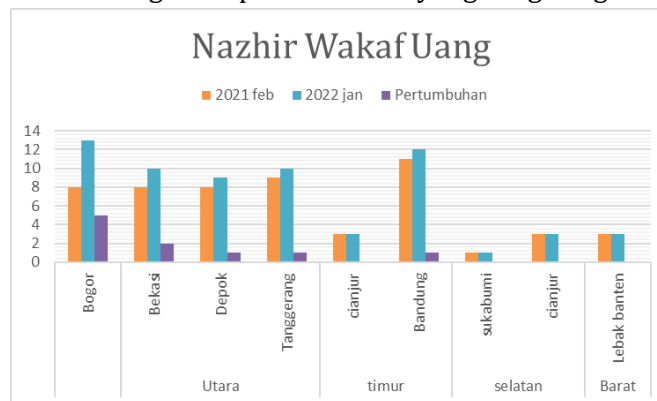
Dari tabel diatas, jika dilihat dari besarnya potensi dan realisasi wakaf uang setiap tahunnya selalu kurang dari 1%. Menurut Badan Wakaf Indonesia (BWI) salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya potensi wakaf di Indonesia yaitu tingkat literasi masyarakat tentang wakaf, yang menunjukkan skor indeks literasi wakaf yang hanya mencapai 50,48 atau berada pada kategori rendah.

Berdasarkan jumlah penduduk tahun 2021 Indonesia masih mengalami bonus demografi yang didominasi penduduk usia produktif untuk angkatan kerja yaitu dengan jumlah milenial terbanyak. Hal tersebut kembali menguatkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar terhadap minat wakaf uang generasi milenial, hal ini juga dioptimalkan oleh beberapa institusi pendidikan yang berkembang menjadi nadzir pengelola wakaf uang.



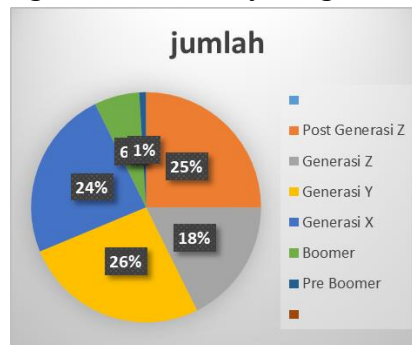
Gambar 1.1 : Data kampus pengelola wakaf uang

Sebagaimana dilihat dari gambar tersebut, Yogyakarta dan Jawa Barat menjadi daerah dengan jumlah nadzir kampus terbanyak, dan Jawa Barat menjadi provinsi dengan jumlah kampus terbanyak dalam satu kota yaitu terletak di kota Bogor. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kota Bogor mempunyai potensi besar dalam berkontribusi wakaf uang. Selain itu, jika dilihat dari rasio pertumbuhan nadzir wakaf uang, Kota Bogor memiliki jumlah nadzir terbanyak dan mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan.



Gambar 1.2 Nadzir wakaf uang di beberapa kota

Sebagaimana terlihat pada gambar tentang pertumbuhan nadzir 2021-2022. Diketahui bahwa pada tahun 2021 Kota Bogor memiliki 8 Nadzir wakaf uang, meningkat menjadi 13 nadzir pada tahun 2022, dengan angka rasio pertumbuhan 5 nadzir, angka ini merupakan rasio terbanyak jika dibandingkan dengan kota lain disekitarnya. Angka tersebut dapat menunjukkan bahwa terdapat minat wakaf yang besar di Kota Bogor. Apabila dilihat dari demografi 2021 Kota Bogor, jumlah penduduk terbanyak berada pada rentan usia 26-41, sebanyak 26 persen generasi milenial yaitu generasi terbanyak di Kota Bogor.



Gambar 1.3 Data umur penduduk Bogor berdasarkan generasi

Hal ini dapat menguatkan argumen bahwa terdapat potensi besar terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor.

TINJAUAN LITERATUR

Theory of planned behavior atau TPB adalah perluasan dari *Teory Reason Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Feshbein dan Ajzen 1975. Dalam TRA ini hanya terdapat dua variabel yang mempengaruhi niat individu, yaitu variabel sikap dan norma subjektif. Sikap adalah evaluasi positif atau negative individu untuk perilaku tertentu. Sedangkan

norma subjektif adalah persepsi seseorang di bawah tekanan sosial untuk melakukan perilaku tertentu atau tidak aman (Fishbein, Ajzein i, 1975).

TPB adalah alat luar biasa untuk mendobrak cara individu berperilaku sementara pada saat yang sama benar-benar melihat alasan proses berpikir yang dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku yang pada akhirnya akan berpengaruh pada pengambilan keputusan (Kashif et al., 2015)

Dalam perkembangannya, faktor-faktor dalam TPB tidak terbatas pada sikap, norma subjektif, dan, persepsi kontrol perilaku, dalam kerangka tersebut memungkinkan dimasukan variabel lain yang dapat mempengaruhi niat dan perilaku individu. Dengan demikian, penelitian terkait mulai menambahkan faktor baru untuk memperkuat faktor penjas yang terkait dengan perilaku individu, sehingga menghasilkan metodologi baru yang disebut TPB yang diperluas (*Extended theory of planned behavior*) pendekatan yang diperluas memungkinkan pertimbangan faktor tambahan, misalnya, religiusitas (Kashif et al., 2015),(Kasri, 2019) (Min Teah, Michael Lwin, 2015) dalam bebrapa kasus faktor ini yang secara langsung mempengaruhi sikap idividu dalam bertindak.

Dasar hukum dari al-Qur'an Surat Al Imr ةn: (3): (92):

لَنْ تَأْكُلُوا الْبَرَّ حَتَّىٰ تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

“Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan, maka sesungguhnya Allah mengetahuinya”

Hadits Riwayat Bukhari Muslim, juga menceritakan bahwa pada suatu hari sahabat Umar datang kepada Nabi Muhammad untuk meminta nasihat tentang tanah yang diperolehnya di Khaibar (daerah yang sangat subur di Madinah), dengan berkata; *“Ya Rasulullah, apakah yang engkau perintahkan kepadaku terkait tanah itu?”*, lalu Rasulullah menjawab; *“Kalau engkau mau, dapat engkau tahan asalnya (pokoknya) dan engkau bersedekah dengan dia”, maka bersedekahlah Umar dengan tanahnya itu, dengan syarat pokoknya tiada dijual, tiada dihibahkan dan tidak pula diwariskan”*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan instrument survei. Dimana survei ini dilakukan dengan menggunakan angket, penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data berupa angka-angka yang diolah dengan metode statistika. Teknik dalam pengambilan sampel ini menggunakan pendekatan *Puposive Sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa kriteria dan pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih representative (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan generasi milenial sebagai kriteria sampel penelitian, yaitu generasi milenial yang beragama muslim dan telah mempunyai penghasilan. Genarasi milenial dipilih karena kelompok generasi yang mendominasi di kota Bogor sebanyak 1.429.908 atau 26% jumlah populasi terbanyak jika dibandingkan dengan generasi lainnya. Metode analisis menggunakan PLS-SEM dapat mengakomodasi data yang tidak terlalu banyak. Ukuran sampel yang dipersyaratkan adalah 10 kali dari jumlah terbanyak dari indikator formatif yang digunakan untuk mengukur satu konstruksi atau 10 kali jumlah

jalur struktural terbanyak yang mengarah pada kontruksi tertentu dalam model struktural (Hair Jr, Hult, Ringel, & Sarstedt, 2017; Hair Jr et al., 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah tabel berisi gambaran karakteristik Generasi Milenial kota Bogor yang merupakan responden penelitian ini:

Tabel 4.1: Karakteristik responden

Karakteristik	Kriteria	Jumlah	Persentase
Agama	Islam	107	100%
Wilayah tempat tinggal	Bogor Barat	91	85%
	Bogor Selatan	2	1,9%
	Bogor Tengah	3	2,8%
	Bogor Timur	4	3,7%
	Bogor Utara	1	0,9%
	Tanah Sereal	6	5,6%
Pendidikan	SMA	38	35,5%
	D3	8	7,5%
	S1	56	52,3%
	S2	4	3,7%
	S3	1	0,9%
Usia	26-31	88	82,2%
	32-36	13	12,1%
	37-41	6	5,6%
Jenis Kelamin	Laki-laki	47	43,9%
	Perempuan	60	56,1%
Status pernikahan	Menikah	69	64,5%
	Belum menikah	34	31,8%
	Pernah Menikah	4	3,7%
Pekerjaan	PNS	1	0,9%
	Karyawan	53	49,5%
	Wiraswasta	33	30,8%
	Dosen/Guru	18	16,8%
	Petani	2	1,9%
Penghasilan	500.000-2.000.000	40	37,4%
	2.000.000-7.000.000	60	56,1%

	7.000.000-15.000.000	6	5,6%
	>15.000.000	1	0,9%
Pernah melakukan wakaf uang	Ya	34	31,8%
	Tidak	73	68,2%

Sumber: diolah peneliti

Model Pengukuran (Measurement Model)

Model pengukuran dilakukan pada *outer* model, untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari indikator pada variabel serta keandalan dan konsistensi dalam mengukur variabel-variablenya. Hasil dari pengolahan *software SmartPLS* untuk *convergent validity* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12: *Contract Validity & Reliability* Hasil Uji Kolinearitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Religiusitas	0.881	0.886	0.918	0.737
Norma Subjektif	0.909	0.912	0.930	0.690
Kontrol Prilaku	0.866	0.868	0.908	0.713
Sikap	0.933	0.934	0.946	0.714
Minat	0.905	0.906	0.933	0.778

Sumber : data diolah peneliti

Tabel 4.13: *Fornell-Larcker Criterion* Hasil Uji Kolinearitas

	Religiusitas	Norma Subjektif	Kontrol Prilaku	Sikap	Minat
Religiusitas	0.858				
Norma Subjektif	0.637	0.831			
Kontrol Prilaku	0.669	0.763	0.844		
Sikap	0.837	0.638	0.667	0.845	
Minat	0.756	0.778	0.756	0.761	0.882

Sumber : data diolah peneliti

Tabel 4.16: *Path Coefficients*

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Religiusitas -> Sikap	0.837	26.774	0.000	Signifikan
Religiusitas -> Minat	0.207	2.472	0.014	Signifikan
Norma Subjektif -> Minat	0.345	2.945	0.003	Signifikan
Kontrol Perilaku -> Minat	0.197	1.881	0.061	Tidak Signifikan
Sikap -> Minat	0.236	2.208	0.028	Signifikan

Sumber : data diolah peneliti

Tabel 4.17: *Total Indirect Effect*

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Religiusitas -> Sikap				
Religiusitas -> Minat	0.198	2.181	0.030	Signifikan
Norma Subjektif -> Minat				
Kontrol Perilaku -> Minat				
Sikap -> Minat				

Sumber : data diolah peneliti

Dari tabel dapat dilihat bahwa variabel religiusitas secara *indirect effect* berpengaruh secara signifikan melalui sikap sebesar 0,198 dengan nilai Tstatistics 2,181 lebih besar dari 1,96 dan nilai signifikansi (p-Value) 0,020 lebih kecil dari 0,05.

Analisis Multigrup

Responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 47 orang dan responden perempuan 60 orang. Hasil rum MGA kelompok responden ini sebagai berikut.

Tabel 4.19: Multigrup Analysis berdasar Jenis Kelamin

	Path Coefficients Original (Laki-laki)	Path Coefficients Original (Perempuan)	t-Value (Laki-laki)	t-Value (Perempuan)	p-Value (Laki-laki)	p-Value (Perempuan)	keterangan
Religiuitas -> Sikap	0.873	0.812	24.434	15.613	0.000	0.000	
Religiuitas -> Minat	0.307	0.143	1.957	1.355	0.051	0.176	
Norma Subjektif -> Minat	0.440	0.301	2.496	1.933	0.013	0.054	Laki-laki signifikan Perempuan tidak signifikan
Kontrol Perilaku -> Minat	0.130	0.221	0.743	1.496	0.458	0.135	
Sikap -> Minat	0.102	0.327	0.578	2.476	0.563	0.014	Laki laki tidak signifikan Perempuan signifikan

Sumber: Diolah Peneliti

Dari uji MGA untuk kelompok pengamatan berdasarkan jenis kelamin (laki-laki dengan perempuan) perbedaan signifikansi diperoleh pada $t\text{-value} > 1,96$ dan $p\text{-value} < 0,05$ sebagai berikut :

- Variabel Norma Subjektif pada laki-laki berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial dengan nilai $t\text{-value}$ 2,496 (lebih besar dari 1,96) dan $p\text{-value}$ 0,013 (lebih kecil dari 0,05)
- Variabel Norma subjektif pada perempuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial dengan nilai $t\text{-value}$ 1,933 (lebih kecil dari 1,96) dan $p\text{-value}$ 0,054 (lebih besar dari 0,05)

- Variabel sikap pada laki-laki tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial dengan nilai *t-value* 0,743 (lebih kecil dari 1,96) dan *p-value* 0,563 (lebih besar dari 0,05)
- Variabel sikap pada perempuan berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial dengan nilai *t-value* 2,476 (lebih besar dari 1,96) dan nilai *p-value* 0,014 (lebih kecil dari 0,05)

Pengaruh Religiusitas terhadap minat Wakaf Uang

Hasil uji yang dapat diungkap dalam penelitian ini adalah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial. Hasil menunjukkan nilai *t-statistic* 2,472 (lebih besar dari 1,96), maka pengaruhnya signifikan dengan nilai *p-value* 0,014 (kurang dari 0,05). Merujuk pada nilai original sample (0) positif sebesar 0,207 yang menunjukkan bahwa arah hubungan religiusitas dan minat wakaf uang adalah positif.

Dengan demikian hipotesis H1 yang diajukan dalam penelitian ini yaitu religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial adalah diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas pada milenial, maka akan mendorong minat untuk melakukan wakaf uang. Religiusitas sebagai indikator kedalaman seseorang dalam beragama memungkinkan untuk memotret kondisi minat untuk melakukan wakaf uang. Wakaf yang merupakan salah satu perilaku yang sangat dianjurkan bagi umat muslim, milenial dengan tingkat religiusitas yang semakin tinggi akan linier dengan keputusannya untuk melakukan wakaf uang. Karena seseorang dengan tingkat religiusitas tinggi akan faham bahwa wakaf tidak hanya mengandung nilai agama dan religi namun juga nilai sosial, dimana dalam agama sangat ditekankan untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi seluruh alam. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hayyu, 2019) bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh (Kasri, 2019), (Septiani, 2019), (Sakina et al, 2022), (Ash-Shiddiqy, 2018), (Adistii et al., 2021), (Maivalinda, 2021), dan (M. Faisal, 2019).

Pengaruh Sikap terhadap minat Wakaf Uang

Hasil uji yang dapat diungkap dalam penelitian ini adalah sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial. Hasil menunjukkan nilai *t-statistic* 2,208 (lebih besar dari 1,96), maka pengaruhnya signifikan dengan nilai *p-value* 0,028 (kurang dari 0,05). Merujuk pada nilai original sample (0) positif sebesar 0,236 yang menunjukkan bahwa arah hubungan religiusitas dan minat wakaf uang adalah positif.

Dengan demikian hipotesis H2 yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sikap berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial adalah diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap milenial, maka akan mendorong minat untuk melakukan wakaf uang. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sakina et al, 2022) bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh (Maivalinda, 2021) dan (M. Faisal, 2019).

Pengaruh Religiusitas melalui Sikap terhadap minat Wakaf uang

Hasil uji yang dapat diungkap dalam penelitian ini adalah religiusitas melalui sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial. Hasil menunjukkan nilai *t-statistic* 26,774 (lebih besar dari 1,96), maka pengaruhnya signifikan dengan nilai *p-value* 0,000 (kurang dari 0,05). Merujuk pada nilai original sample (0) positif sebesar 0,837 yang menunjukkan bahwa arah hubungan religiusitas melalui sikap terhadap minat wakaf uang adalah positif.

Dengan demikian hipotesis H3 yang diajukan dalam penelitian ini yaitu religiusitas melalui sikap berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial adalah diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas generasi milenial akan mendorong sikap positif generasi milenial dalam melakukan wakaf uang hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kasri, 2019)

Pengaruh Norma Subjektif terhadap minat Wakaf Uang

Hasil uji yang dapat diungkap dalam penelitian ini adalah norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial. Hasil menunjukkan nilai *t-statistic* 2,472 (lebih besar dari 1,96), maka pengaruhnya signifikan dengan nilai *p-value* 0,003 (kurang dari 0,05). Merujuk pada nilai original sample (0) positif sebesar 0,345 yang menunjukkan bahwa arah hubungan norma subjektif dan minat wakaf uang adalah positif.

Dengan demikian hipotesis H4 yang diajukan dalam penelitian ini yaitu norma subjektif berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial adalah diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi dorongan dan pengaruh dari orang-orang sekitar maka akan mendorong minat milenial untuk melakukan wakaf uang. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (M. Faisal, 2019) bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh (Kashif et al., 2015), (Kasri, 2019) dan (Hayyu, 2019).

Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap minat Wakaf Uang

Hasil uji yang dapat diungkap dalam penelitian ini adalah kontrol perilaku berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial. Hasil menunjukkan nilai *t-statistic* 1,881 (lebih kecil dari 1,96), maka pengaruhnya signifikan dengan nilai *p-value* 0,061 (lebih dari 0,05). Merujuk pada nilai original sample (0) positif sebesar 0,197 yang menunjukkan bahwa arah hubungan kontrol perilaku dan minat wakaf uang adalah positif.

Dengan demikian hipotesis H5 yang diajukan dalam penelitian ini yaitu kontrol perilaku berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial adalah ditolak. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Kashif et al., 2015) bahwa kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang. Variabel ini menunjukkan mempertimbangkan “individualitas” seseorang dalam mengambil keputusan. Namun, karena masyarakat Bogor adalah masyarakat kolektifitas dan anggota kelompok referensi maka mempengaruhi dalam pengambilan keputusan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan, penelitian ini menghasilkan kesimpulan yaitu, Religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor. Sikap berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor. Religiusitas melalui sikap berpengaruh signifikan dan positif baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor. Norma subjektif berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor. Kontrol perilaku berpengaruh tidak signifikan terhadap minat wakaf uang generasi milenial di Kota Bogor.

Dengan memperhatikan pembahasan dan kesimpulan diatas, bahwa generasi milenial dapat memberikan kontribusi yang cukup besar dalam penghimpunan wakaf uang maka dapat dilakukan langkah strategis untuk mekasimalkan potensi minat wakaf uang generasi milenial khususnya di kota Bogor adalah sebagai berikut, melakukan kajian-kajian islami untuk generasi milenial, guna memperkuat keyakinan dan meningkatkan pengetahuan, sehingga dalam peraktiknya dapat menyadari bahwasannya wakaf uang merupakan salah satu anjuran agama yang harus dilaksanakan, melakukan program sosialisasi wakaf uang generasi milenial melalui flatfrom digital seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Telegram dan lain sebagainya yang dilakukan secara berkala dengan konten yang menarik sehingga memunculkan sikap ketertarikan untuk melakukan wakaf uang, pemerintah dalam hal ini BWI dapat proaktif meningkatkan pengetahuan dan kemudahan milenial dalam melakukan wakaf uang, transparansi dengan system yang memadai, menggunakan influencer, dosen, ustadz dan tokoh masyarakat dan seluruh lapisan masyarakat, kampus-kampus khususnya untuk mengajak generasi milenial untuk dapat belajar mengenai program wakaf uang dan membentuk komunitas-komunitas milenial untuk melakukan gerakan wakaf uang, menumbuhkan rasa peduli dan pengetahuan untuk setiap milenial dengan mengikuti ikut komunitas-komunitas sosial, sehingga akan mampu mendorong milenial untuk melakukan wakaf uang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adistii, D., Susilowati, D., & Ulfah, P. (2021). *Peran Akuntabilitas sebagai Moderasi Hubungan Religiusitas dan Literasi Wakaf terhadap Minat Berwakaf Uang*. 5(2), 122–137.
- Ajzen. (1991). Teori perilaku terencana. *Perilaku Organisasi Dan Proses Keputusan Manusia*, Vol. 50 No.
- Ajzen. (2005). *Teori perilaku terencana*. Organizational Control and Human Decision Processes. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Ascarya, Rahmawati, S., & Hosen, M. N. (2016). Merancang Model-model Wakaf Produktif. *Thinking*, 1–99.
- Ash-Shiddiqy. (2018). *pengaruh pendapatan, religiusitas, jarak lokasi, tingkat pendidikan dan akses informasi terhadap minat minat masyarakat dalam berwakaf uang di badan wakaf tunai MUI DYI*. 2, 249–269.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. John Wiley & Sons.
- Cupian, N. (2020). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* , 6 (02), 2020 , 151-162 Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kota

Bandung. 6(02), 151–162.

- Fauziah, S., & Ayyubi, S. El. (2019). *Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi Wakif terhadap Wakaf Uang di Kota Bogor Factors Affecting Wakif 's Perception towards Cash Waqf in Bogor City*. 7(1), 19–31. <https://doi.org/10.29244/jam.7.1.19-31>
- Fishbein, Ajzein i, A. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Glock, C. & Stark, R. (1966). *Agama dan Masyarakat Dalam Ketegangan*. Chicago: University of California.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). Hasil Informasi Artikel PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hayyu, A. (2019). *Determinasi Faktor yang Mempengaruhi Intensi Masyarakat Muslim Kota Tangerang Selatan dalam Berwakaf Uang*. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasa/article/view/17/13>
- Kashif, M., Sarifuddin, S., & Hassan, A. (2015). Sumbangan amal: Niat dan perilaku. *Marketing Intelligence and Planning*, 33(1), 90–102. <https://doi.org/10.1108/MIP-07-2013-0110>
- Kasri, R. A. (2019). *Mengapa Muslim Indonesia donasi melalui masjid Teori pendekatan perilaku terencana*. 12(5), 663–679. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2018-0399>
- Kotler, P. dan K. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. PT. Indeks, Jakarta.
- M. Faisal. (2019). Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, dan Partisipasi Terhadap Wakaf Tunai. *Jurnal Sudi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 235–250.
- Maivalinda, D. (2021). *Mengukur Minat Wakaf Uang Generasi Milenial dalam Mendukung Pendanaan Pembangunan Berkelanjutan Sumatera Barat Maivalinda1.* 23(1), 84–93.
- Maziah, U., & Widyastuti, E. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Dalam Berwakaf Tunai*. 5(2). <https://doi.org/10.22236/alurban>
- Min Teah, Michael Lwin, dan I. C. (2015). Peran moderasi keyakinan agama pada sikap terhadap amal dan motivasi untuk menyumbang. *Jurnal Pemasaran Dan Logistik Asia Pasifik*, 34(1), 1–5.
- Mokhlis, S. (2009). Relevansi dan Pengukuran Religiusitas dalam Riset Perilaku Konsumen. *International Business Research*, 2(3), 75–84.
- Nisa, D. H. (2021). *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Religiusitas, dan Akses Media Informasi terhadap Minat Berwakaf pada Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS)*". <https://dspace.uin.ac.id/handle/123456789/30430>
- nisa dan purbasari, N. (2020). *Membangun Awareness Muslim Milenial Terhadap Donasi Berkelanjutan*. 13(2), 149–162.
- Sakina et al, et al. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim dalam Berwakaf Uang di Kota Medan Shania. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(1), 163–173. <https://katadata.co.id/berita/2020/01/06/baru-83-peserta-bpjs-kesehatan-per-akhir-2019->
- Septiani, et al. (2019). *Analisi faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap wakaf uang di kabupaten bogor*. 2663. <https://doi.org/5> ISSN 2302-2663 (online)

As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal

Volume 4 Nomor 1 (2025) 1 – 13 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v4i1.372

DOI: doi.org/10.21009/JPEPA.007.2.3

Sugiyono. (2018). *Metode Peneiltian Kuantitatif, Kualitatif Dan RandD*. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Prilaku konsumen*. Ghalia Indonesia.