

Pengaruh Prinsip Good Governance, Promosi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Wakif Berwakaf Tunai Pada Nazhir Wakaf Uang (NWU) Di Lamongan- Masfiyatun Fitriyah, Mohammad Nizarul Alim

PENGARUH PRINSIP GOOD GOVERNANCE, PROMOSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT WAKIF BERWAKAF TUNAI PADA NAZHIR WAKAF UANG (NWU) DI LAMONGAN

Masfiyatun Fitriyah¹, Mohammad Nizarul Alim²
masfiyatunfitriyah@gmail.com, nizarul@trunojoyo.ac.id
Universitas Trunojoyo Madura

ABSTRACT

The spread of covid-19 in Indonesia between 2020 and the present has had a negative economic impact on the residents of Lamongan Regency, which is the driving force behind this study. In light of the fact that poverty has increased as a result of the economic downturn, cash waqf is now one of the resources available to help the community's economy in the midst of the phenomenon of increasing implementation of public accountability. The aim of this study was to obtain empirical evidence on how waqf's interest in doing cash waqf was affected by good governance principle, promotion and religiosity in the context of nazhir of cash waqf in Lamongan that are listed in Indonesian Waqf Board (BWI). This study employed quantitative approach and employed purposive sampling as a sampling technique. A Likert scale was used as the measurement method in a questionnaire technique for data collection. 77 wakif, who were determined using the Slovin formula and who satisfied the sample criteria, were respondents of this study. Four hypotheses were put forth and tested using SPSS 26 with multiple linear regression analysis through the phases of descriptive statistics, data quality test, classical assumption test, and hypothesis testing. The findings of this study indicate that promotion and religiosity have an partial impact on people's interest in cash waqf, but that good governance principles have no such influence. The interest in cash waqf is then simultaneously impacted by the principles of good governance, promotion, and religiosity.

Key Words: Good Governance Principles, Promotion, Religiosity, Interest in Cash Waqf

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya penurunan perekonomian masyarakat di Kabupaten Lamongan sebagai dampak dari menyebarnya covid-19 di Indonesia dalam kurun waktu 2020-sekarang. Penurunan perekonomian ini menunjukkan adanya peningkatan kemiskinan, kemudian wakaf tunai hadir menjadi salah satu basis pendanaan dalam rangka penguatan ekonomi masyarakat di tengah fenomena menguatnya tuntutan pelaksanaan akuntabilitas publik. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh prinsip good governance, promosi, dan religiusitas terhadap minat wakif berwakaf tunai pada nazhir wakaf uang Lamongan yang terdaftar di Badan Wakaf Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan dengan teknik kuesioner dengan skala likert sebagai pengukurannya. Responden dalam penelitian ini sebanyak 77 wakif yang dihitung berdasarkan rumus slovin dan telah memenuhi kriteria sampel. Empat hipotesis diformulasikan dan diuji menggunakan SPSS versi 26 dengan teknik analisis regresi linier berganda melalui tahapan stastistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan adanya pengaruh promosi dan religiusitas terhadap minat wakaf tunai sedangkan prinsip good governance tidak berpengaruh terhadap minat wakaf tunai. Kemudian secara simultan prinsip good governance, promosi, dan religiusitas berpengaruh terhadap minat wakaf tunai.

Kata kunci: Prinsip Good Governance, Promosi, Religiusitas, Minat Wakaf Tunai

PENDAHULUAN

Covid-19 sudah menyebar luas di Indonesia sejak tahun 2020 hingga sekarang, yang tidak hanya berdampak buruk terhadap kesehatan namun juga terhadap perekonomian khususnya di Kabupaten Lamongan. Dampak yang disebabkan oleh pandemi *covid-19* tersebut menyebabkan perusahaan merumahkan karyawan bahkan sampai melakukan kebijakan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Lamongan menyebutkan bahwa jumlah tenaga kerja yang terkena PHK di Kabupaten Lamongan akibat pandemi *covid-19* mencapai 6.800 lebih tenaga kerja sehingga menyebabkan timbulnya kasus kemiskinan (Sudjarwo, 2020). Kemiskinan memang merupakan sebuah masalah yang perlu mendapat perhatian serius dalam penyelesaiannya, karena diibaratkan menjadi pemicu kasus perilaku kejahatan dengan bidang ekonomi sebagai alasannya (Said & Ali Amiruddin, 2019). Data dari BPS Kabupaten Lamongan (2022) mengenai penduduk miskin Kabupaten Lamongan dapat ditinjau dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Penduduk Miskin Kabupaten Lamongan

Tahun	Percentase (%)	Penduduk (Ribu)
2018	13,80	164,00
2019	13,21	157,11
2020	13,85	164,68
2021	13,86	166,82

Sumber: BPS Kabupaten Lamongan (2022)

Menurut Lestari & Thantawi (2016); Saadati (2016); Said & Ali Amiruddin (2019) kemiskinan bisa diminimalisir melalui penguatan wakaf tunai yang bisa menjadi salah satu basis pendanaan dalam rangka penguatan ekonomi masyarakat. S. H. M. Hassan *et al.* (2021) menjelaskan penganjuran wakaf agar dilakukan oleh umat Islam dan bisa disebut sebagai sedekah jariyah yang mengacu pada fakta bahwa bahkan setelah seseorang

meninggal, ia akan terus mendapatkan imbalan dari kontribusi wakaf tersebut (Abdullah, 2022; Shatar *et al.* 2021). Wakaf tunai tersebut akan dikumpulkan oleh lembaga pengumpul wakaf dengan diterbitkannya sertifikat wakaf tunai yang akan diinvestasikan oleh nazhir pada beberapa macam bidang usaha produktif yang halal sesuai syariat islam kemudian keuntungan dari usaha tersebut akan disalurkan kepada orang yang berhak untuk menerimanya (Iqbal *et al.* 2019; Yuliafitri & Rivaldi, 2017).

Badan Wakaf Indonesia (BWI) menunjukkan wakaf tunai yang terhimpun pada tahun 2020 baru sebesar Rp 391 miliar. Kemudian diketahui jumlah wakaf tunai KSPSS BMT Ki Slamet Lamongan juga mengalami penurunan dari tahun 2018-2021 yang ditinjau dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2. Jumlah Wakaf Tunai KSPSS BMT Ki Slamet Lamongan

Tahun	Jumlah (Rp)	Percentase (%)
2018	40.001.637	33
2019	28.394.100	24
2020	29.613.914	25
2021	21.807.043	18

Sumber: KSPSS BMT Ki Slamet Lamongan (2022)

Menurut Nasution (2005:43) diketahui bahwa peluang wakaf tunai per tahun bisa mencapai Rp 3 triliun. Tingginya potensi dana wakaf tunai di Indonesia dapat dipakai untuk kegiatan ekonomi produktif disamping kegiatan sosial berupa penyaluran bantuan untuk kaum dhuafa dan kepentingan umat (Chrisna *et al.* 2021). Pada tahun 2021 diketahui bahwa penduduk muslim di Indonesia berjumlah 230 juta atau sekitar 87% dari jumlah penduduk secara nasional (Elisabeth, 2021). Akan tetapi masih sedikit orang yang memiliki keinginan untuk berwakaf

tunai, karena menganggap bahwa wakaf dapat dilaksanakan oleh orang yang mempunyai tingkat perekonomian atas saja (Faisal, 2019).

Menurut Mardiasmo (2002:20) fenomena yang muncul berkaitan dengan menguatnya tuntutan pelaksanaan akuntabilitas publik. Akuntabilitas publik mempunyai kontribusi penting sebagai patokan profesionalitas penghimpunan wakaf tunai. Triwibowo (2020) menyatakan kurangnya transparansi lembaga wakaf juga menyebabkan tingkat kepercayaan masyarakat menurun karena masyarakat lebih memilih mewakafkan hartanya secara langsung. *Good governance* yang rendah dapat menimbulkan turunnya kepercayaan masyarakat terhadap nazhir atau lembaga yang bertugas dalam menghimpun wakaf tunai (Yuliafitri & Rivaldi, 2017). Oleh karena itu, bukan hanya organisasi bersifat *profit oriented* saja yang memerlukan penerapan *good governance* akan tetapi lembaga atau perusahaan nirlaba juga memerlukan penghimpunan dan pengelolaan wakaf tunai yang maksimal melalui *good governance* yang baik (Triwibowo, 2020).

Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) 2006 menjelaskan bahwa ada lima prinsip dalam *good governance* yang disingkat T,A,R,I,F yaitu *transparency,accountability,responsibility,independence, fairness* (Prasetia & Ghazali, 2016). Usaha pengaplikasian prinsip tata kelola yang baik oleh lembaga yang bertugas dalam penghimpunan wakaf tunai di Indonesia diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berwakaf tunai. Bukan hanya ditinjau dari sudah baik nya *good governance*, lembaga penghimpun dana wakaf yang keberlangsungan usahanya berasal dari dana wakaf tunai yang terkumpul dari masyarakat, seharusnya sudah mempunyai langkah penghimpunan dana yang dapat dilakukan melalui promosi. Promosi

mempunyai pengaruh utama yang sangat signifikan karena menentukan figur kemampuan atau prestasi suatu lembaga dan juga memberikan pengaruh terhadap masyarakat dalam menjadi wakif atau tidak (Yuliafitri & Rivaldi, 2017).

Qurrata *et al.* (2020) menjelaskan bahwa penerimaan wakaf tunai tidak tinggi karena keterbatasan pemahaman wakaf tunai dibandingkan dengan wakaf tanah atau lainnya, sehingga wakaf tunai perlu sosialisasi lebih dengan tujuan bisa mengakses banyak masyarakat sehingga dapat menambah pengetahuan serta transparansi dalam pengelolaan wakaf tunai (Hariyanto, 2019). Peluang wakaf tunai yang sangat tinggi seharusnya bila dihimpun dengan benar maka akan menunjukkan himpunan dana wakaf tunai yang maksimal, namun pada realitanya terjadi ketidakseimbangan yang besar antara realisasi dana wakaf tunai yang terkumpul oleh lembaga penghimpun dana wakaf tunai dengan peluang wakaf tunai yang ada di Indonesia.

Penelitian ini replikasi dari penelitian Chrisna *et al.* (2021) mengenai “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwakaf Tunai Pada Jamaah Majelis Taklim Istiqomah Kelurahan Tanjung Sari Medan”. Pembeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sampel yang digunakan berjumlah 60 orang dengan teknik *akidental sampling* sedangkan pada penelitian ini sampel berjumlah 77 orang dengan teknik *purposive sampling*. Responden penelitian Chrisna *et al.* (2021) adalah ibu-ibu jamaah Majelis Taklim Istiqomah kelurahan Tanjung Sari Medan sedangkan penelitian ini adalah wakif dari KSPPS BMT Ki Slamet Lamongan yang pada umumnya adalah koperasi syariah. Variabel penelitian Chrisna *et al.* (2021) adalah pendapatan, norma subjektif, religiusitas, dan pengetahuan sedangkan penelitian ini adalah prinsip *good governance*, promosi, dan religiusitas.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah prinsip *good governance* berpengaruh terhadap minat wakaf tunai?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat wakaf tunai?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat wakaf tunai?
4. Apakah prinsip *good governance*, promosi, dan religiusitas berpengaruh terhadap minat wakaf tunai?

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh prinsip *good governance* terhadap minat wakaf tunai, untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh promosi terhadap minat wakaf tunai, untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh religiusitas terhadap minat wakaf tunai, untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh prinsip *good governance*, promosi, dan religiusitas terhadap minat wakaf tunai. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yang bersangkutan. Bagi penulis, diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan mengenai wakaf tunai dan menambah keyakinan untuk berwakaf tunai. Bagi wakif, diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi wakif dalam meningkatkan minat untuk berwakaf tunai. Bagi dunia akademis, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu di bidang ekonomi dan bisnis terutama mengenai wakaf tunai. Bagi nazhir wakaf uang Lamongan yang terdaftar di BWI, diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai masukan, bahan evaluasi, dan pengambilan keputusan dalam hal wakaf tunai.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Stewardship

Teori *stewardship* dicetuskan oleh Donaldson & David (1991) yang menjelaskan hubungan antara pemilik dan manajer yang mempunyai kesamaan tujuan diantara keduanya, dimana manajer yang bertindak sebagai *steward* tidak terpengaruh oleh tujuan individu, namun lebih memprioritaskan keperluan bersama. Didasari oleh konsep kepercayaan, maka teori ini cocok diterapkan pada organisasi nonprofit atau organisasi filantropi seperti lembaga wakaf (Jefri, 2018). Dengan demikian teori ini menjelaskan bahwa lembaga pengelola wakaf sebagai suatu organisasi yang dapat dipercaya dalam mempertanggungjawabkan dana wakaf yang telah diterimanya. Promosi dan penerapan prinsip *good governance* adalah cara yang bisa dilakukan oleh manajemen untuk mewujudkan hal tersebut (Rivaldi, 2015).

Theory of Planned Behavior

Theory of planned behavior dikemukakan oleh Ajzen (1991) yang menjelaskan tentang niat individu untuk menjalankan sesuatu yang diberikan perilaku. Menurut TPB, niat perilaku ditetapkan oleh tiga faktor yaitu *subjective norm*, *perceived behavioral control*, *attitude toward the behavior*. Sikap baik yang memberikan keuntungan dan norma subjektif yang mendukung dapat memberikan motivasi untuk ikut serta dalam perilaku, namun niat konkret untuk melakukan perilaku tersebut hanya akan timbul ketika kontrol yang dirasakan atas perilaku tersebut cukup kuat (Ajzen, 2020). Dengan demikian, teori tersebut menjelaskan bahwa seseorang yang berminat untuk melakukan suatu perilaku berwakaf tunai, mereka mengevaluasi secara positif tindakannya dan mereka mempercayai bahwa orang lain juga berpikir mereka harus melakukan hal tersebut karena merupakan bentuk kedermawanan islam yang mendatangkan pahala.

Good Governance

Good governance adalah sebuah sistem yang menuntun perusahaan yang berhubungan dengan hak dan kewajiban antara pemilik dana, pihak pengelola organisasi, karyawan perusahaan, lembaga pemerintah, pihak kreditur, dan pihak eksternal lainnya (FCGI, 2015:1). Menurut (Alpay & Haneef, 2015) harus ada transparansi dan akuntabilitas antara lembaga pendanaan dan pelaksana untuk mencapai tujuan akhir pengentasan kemiskinan. Transparansi juga sangat penting dalam operasi maupun dalam pelaporan sehingga defisit kepercayaan antara wakif dan nazhir berkurang (Shaikh, 2017). Prinsip *good governance* yang dikeluarkan KNKG (IAI, 2015:81) antara lain : Transparansi yaitu pihak yang berkepentingan dapat mengetahui informasi penting yang bisa digunakan dalam pengambilan keputusan perusahaan. Akuntabilitas yaitu secara transparan dan wajar terkait dengan kinerja perusahaan harus dipertanggungjawabkan. Responsibilitas yaitu peraturan perundang-undangan harus dipatuhi oleh perusahaan dan bertanggung jawab terhadap masyarakat. Independensi yaitu pengambilan keputusan dalam perusahaan dilakukan secara mandiri dan objektif. *Fairness* yaitu perusahaan harus adil dan setara, serta memperhatikan terhadap kepentingan pihak yang berkepentingan.

Promosi

Promosi menjadi salah satu faktor yang dapat memperkuat kesuksesan suatu pemasaran, dan merupakan elemen yang berfokus dalam hal pemberian informasi, membujuk, serta mengingatkan konsumen terkait dengan suatu produk atau program (Tjiptono, 2015:377). Indikator promosi menurut Mursid (1997:96) secara umum antara lain : Periklanan yang dianggap sebagai kegiatan untuk menyajikan suatu produk, jasa atau ide kepada sekelompok

orang, baik langsung secara lisan maupun visual (dalam bentuk berita). *Personal selling* yaitu komunikasi yang dilakukan individu kepada individu lain untuk berperilaku sesuai yang diinginkan yaitu meningkatkan penjualan. *Publisitas* yang memiliki arti komersial, atau barang pribadi lainnya yang dipopulerkan dengan membuat berita dalam bentuk presentasi positif atau banyak informasi tentang organisasi/perusahaan. *Sales promotion* yang dilakukan dalam bentuk promosi penjualan yang melibatkan pertunjukan demonstrasi maupun promosi penjualan.

Religiusitas

Kata religiusitas berasal dari bahasa Inggris yaitu *religion* dan berubah menjadi *religiosity*. Menurut Kristiyadi & Hartiyah (2016) religiusitas merupakan hubungan seseorang dengan Tuhan dan merupakan sistem kesatuan yang mencakup keyakinan serta kepercayaan yang terlihat pada perbuatan para pemeluknya. Tingginya religiusitas yang dimiliki seseorang menunjukkan bahwa niat para wakif untuk berpartisipasi dalam pemberian wakaf tunai sesuai dengan prinsip syariah juga semakin tinggi (Faisal, 2019). Menurut Glock & Stark (1965:20) religiusitas diukur dengan indikator dimensi antara lain: Keyakinan yang mengacu pada keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran agama yang bersifat mendasar dan tidak dapat dipermasalahkan. Praktik agama yang mengacu pada kegiatan keagamaan yang dipatuhi umat muslim yang kemudian dilaksanakan oleh orang tersebut.

Pengetahuan agama yang mengacu pada pengetahuan muslim terhadap ajaran agama yang sesuai dalam Al-Qur'an. Penghayatan yang mengacu pada pengalaman yang dialami oleh setiap muslim terkait dengan kegiatan dalam keagamaannya. Pengamalan yang mengacu pada amalan yang dilakukan

seorang muslim yang didasarkan oleh agama yang dianutnya.

Minat Wakaf Tunai

Minat adalah suatu instrumen mental yang terdiri dari suatu campuran dari pendirian prasangka, perasaan, harapan, atau kecenderungan lain yang memfokuskan individu kepada suatu pilihan tertentu (Mappiare, 1997:62). Sedangkan Slameto (1987:180) menyatakan minat merupakan tendensi seseorang yang tetap mengamati serta memikirkan beberapa kegiatan. Menurut Crow & Crow (1982) minat wakaf tunai dapat diidentifikasi dengan menggunakan indikator faktor antara lain : Dorongan dari dalam individu yaitu dorongan dari lingkungan sesuai dengan keinginan diri sendiri, merupakan salah satu yang mudah menimbulkan minat. Misalnya, seseorang ingin tahu tentang sains sehingga mereka cenderung belajar. Motif sosial yaitu faktor yang menyebabkan seseorang tertarik melakukan suatu kegiatan. Misalnya, jika seseorang menginginkan status sosial tinggi maka dia harus berprestasi tinggi. Emosional yaitu faktor sensorik dan emosional mempengaruhi subjek. Misalnya, perjalanan sukses yang digunakan oleh seorang individu dalam suatu aktivitas bisa meningkatkan gairah dan minat dalam aktivitas tersebut. Di sisi lain, kegagalan yang dialami dapat mengembangkan minat terus belajar

Nazhir Wakaf

Nazhir wakaf adalah sekelompok orang, organisasi, maupun badan hukum yang bertanggung jawab mengurus, mengelola, menjaga, dan mengembangkan dana wakaf (Jaharuddin & Dhewayani, 2020:5). Sedangkan menurut Iskandar (2019:56) nazhir merupakan pihak yang diberi kekuasaan oleh wakif untuk berperan atas harta wakaf, baik untuk mengurusnya, menjaga, memperbaiki, mengembangkan, mengelola, memeliharanya, maupun membagikan

hasil keuntungan wakaf kepada pihak yang berhak menerimanya. Lembaga wakaf memiliki dua tujuan. Di satu sisi, memberikan pahala bagi wakif. Di sisi lain, digunakan untuk kepentingan keseluruhan masyarakat pada umumnya, sehingga melalui lembaga wakaf dapat mengangkat taraf hidup umat, serta mengurangi kemiskinan dan kesulitan di antara yang membutuhkan dan miskin (Alam *et al.* 2018).

Wakaf

Aziz (2017) berpendapat bahwa wakaf adalah kontribusi yang keuntungannya diniatkan pada jalan yang produktif melalui penyekatan aset. Kontribusi dari wakaf untuk pembangunan ekonomi dapat dijelaskan dari lima poin; (1) mengurangi pengeluaran dan partisipasi pemerintah dalam perekonomian, (2) mencegah defisit pembiayaan dan menurunkan tingkat suku bunga, (3) membantu pemulihan distribusi pendapatan dan kekayaan, (4) mengentaskan kemiskinan, dan (5) membantu peningkatan kemajuan bidang ekonomi (Budiman, 2014).

Wakaf Tunai

Wakaf tunai adalah aktivitas wakif yang bersifat hukum sesuai syariah dengan menyisihkan atau memberikan setengah uang miliknya dengan tujuan untuk dikelola secara produktif dalam jangka waktu tertentu atau selamanya sehingga menghasilkan keuntungan yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dan kesejahteraan umum (BWI, 2019:8). Pakar ekonomi berpendapat dengan adanya wakaf menggunakan uang tunai bisa memudahkan seseorang untuk berwakaf dan hal tersebut lebih praktis daripada wakaf berupa tanah atau benda tidak bergerak lainnya (Aziz, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan instrumen penelitian sebagai teknik pengumpulan datanya, analisis data bersifat kuantitatif atau stastistik, dengan tujuan mengukur hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2019:16). Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah suatu wilayah penelitian yang terdiri subjek atau objek yang telah ditetapkan peneliti dengan kriteria tertentu untuk diambil kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 343 wakif rutin dan tidak rutin KSPPS BMT Ki Slamet Lamongan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi (Sugiyono, 2019:127). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampelnya. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019:133). Kriteria dalam pemilihan sampel yaitu: wakif tersebut adalah nasabah KSPPS BMT Ki Slamet Lamongan, wakif melakukan perjanjian kontrak di awal akad yang melakukan pembayaran wakaf tunai secara rutin, wakif melakukan perjanjian kontrak di awal akad yang melakukan pembayaran wakaf tunai namun secara tidak rutin. Wakif yang diambil sampelnya berjumlah 77 orang. Jumlah sampel tersebut ditentukan berdasarkan rumus *Slovin*.

Penelitian ini menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26 dengan teknik analisis regresi linier berganda melalui tahapan stastistik deskriptif, uji kualitas data yaitu uji validitas dengan pengambilan keputusan yaitu bahwa sebuah item kuesioner dikatakan valid apabila r hitung $> r$ tabel pada taraf signifikansi 5% (Ghozali, 2021:67) dan uji reliabilitas dengan pengambilan keputusan yaitu dinyatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* adalah $>0,70$ pada

tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2021:62), uji asumsi klasik yaitu uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi atau *probability value* nilai residual $>0,05$ maka H_0 diterima atau distribusi normal (Ghozali, 2021:196), uji multikolinearitas dengan pengambilan keputusan yaitu apabila nilai *tolerance* $>0,10$ atau nilai *VIF* <10 (Ghozali, 2021:157) tidak terjadi multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas *Glejser* dengan pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi seluruh modal variabel independen dengan absolut residual adalah $>0,05$ (Ghozali, 2021:178) tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dan uji hipotesis yaitu uji *F* (simultan) terjadi pengaruh secara simultan apabila *probability value* $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, dan uji *t* (parsial) apabila *probability value* $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas dan terikat dengan rumus yaitu:

$$MWT = \alpha + \beta_1 GG + \beta_2 PRMS + \beta_3 RLG + e$$

MWT = minat wakaf tunai

α = konstanta

β = koefisien

GG = prinsip *good governance*

PRMS = promosi

RLG = religiusitas

e = *error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

KSPPS BMT Ki Slamet Lamongan merupakan badan hukum dengan nomor 518/BH/XVI.10/633.111/2011 yang beroperasi pada dua bidang yaitu "baitul maal dan baitut tamwil". Pada *baitul maal*, KSPPS BMT Ki Slamet Lamongan melakukan penghimpunan dan penyaluran dana zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf untuk pengembangan sumber daya manusia dan meningkatkan kesejahteraan umat, dengan mengalokasikan untuk operasional pondok pesantren dan lembaga

pendidikan, anak kurang mampu, fakir miskin dan yatim piatu. KSPPS BMT Ki Slamet Lamongan merupakan KSPPS BMT yang sudah terdaftar di BWI dibuktikan dengan adanya surat tanda bukti pendaftaran nazhir nomor 3.3.00142 atas nama nazhir wakaf tunai KSPPS BMT Ki Slamet Lamongan yang ditetapkan oleh BWI di Jakarta. Oleh karena itu, KSPPS BMT Ki Slamet memiliki legalitas untuk melakukan penghimpunan, pengelolaan dan penyaluran dana wakaf.

Pengaruh Prinsip Good Governance Terhadap Minat Wakaf Tunai

Uji hipotesis menunjukkan tidak berpengaruhnya prinsip *good governance* terhadap minat wakaf tunai. Penelitian ini tidak mendukung teori *stewardship* yang menjelaskan bahwa nazhir wakaf dapat mempertanggungjawabkan dan memaksimalkan kinerjanya untuk meningkatkan penerimaan wakaf yang efektif dalam hal *good governance*. Prinsip *good governance* tidak berpengaruh terhadap minat wakaf tunai bisa terjadi karena lima alasan kritis yaitu dalam aspek transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan *fairness*.

Dalam hal transparansi, belum adanya kemudahan kepada wakif untuk mengakses laporan keuangan. Hal itu bisa terjadi karena belum adanya mekanisme transparansi laporan keuangan, pasalnya selama ini informasi tentang penerimaan dan penyaluran dana wakaf tunai hanya disampaikan melalui presentasi pada saat pertanggungjawaban dana wakaf tunai dalam RAT (Rapat Anggota Tahunan), dan nazhir wakaf tidak mempublikasikan laporan keuangannya melalui media sosial. Dalam hal akuntabilitas, nazhir wakaf hanya memiliki komite audit internal sendiri yang tergabung dalam susunan kepengurusan namun kurang berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Dalam hal responsibilitas, *fundraising* masih dikelola sendiri oleh nazhir wakaf tanpa menjalin

kerjasama dengan LKS-PWU seperti perbankan syariah. Dalam aspek independensi, nazhir wakaf memiliki keterbatasan dalam penyusunan laporan keuangan yang menyebabkan terganggunya proses pelaporan keuangan yang tepat dan cepat. Dalam aspek *fairness*, Perolehan skor terendah variabel prinsip *good governance* terdapat pada item pernyataan GG6 dalam kuesioner yaitu “wakif mendapatkan perlakuan yang sama untuk menyampaikan masukan terkait dengan wakaf tunai”, yang menunjukkan bahwa masih kurangnya *fairness* antara sesama wakif dalam menyampaikan masukan terkait dengan wakaf tunai.

Nilai koefesien regresi berganda adalah -0,170 sehingga setiap penambahan 1 satuan variabel prinsip *good governance* maka akan mengurangi minat wakaf tunai sebesar 0,170. Kemudian pada uji t untuk variabel promosi menunjukkan nilai 0,253 yang artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara prinsip *good governance* terhadap minat wakaf tunai. Dari analisis tersebut dapat diketahui bahwa prinsip *good governance* tidak berpengaruh terhadap minat wakaf tunai. Oleh karena itu diperlukan adanya peningkatan dan pengoptimalan beberapa bagian dalam prinsip *good governance* yang lebih baik lagi, seperti adanya kejelasan informasi dalam laporan keuangan, adanya keterbukaan atau pengungkapan secara penuh terkait dengan semua informasi dalam laporan keuangan, adanya komparabilitas yang dapat meningkatkan kebermanfaatan laporan keuangan sehingga dapat diperbandingkan dengan laporan keuangan nazhir wakaf lain, serta diberlakukannya *reward* dan *punishment* yang adil (Yuliafitri & Rivaldi, 2017).

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Wakaf Tunai

Uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh promosi terhadap minat wakaf

tunai. Penelitian ini mendukung teori *stewardship* yang menjelaskan bahwa nazhir wakaf dapat mempertanggungjawabkan dan memaksimalkan kinerjanya untuk meningkatkan penerimaan wakaf yang efektif dalam hal promosi. Promosi berpengaruh terhadap minat wakaf tunai bisa terjadi karena empat alasan kritis yaitu dalam aspek periklanan, *personal selling*, publisitas, *sales promotion*.

Dalam aspek periklanan, yaitu membagikan kupon program wakaf tunai dan mengunggah di media sosial seperti Instagram dan Facebook. Sesuai dengan perolehan skor tertinggi variabel promosi yang terdapat pada item pernyataan PRMS2 dalam kuesioner yaitu “saya tertarik berwakaf tunai di KSPPS BMT Ki Slamet Lamongan karena informasi yang disebar melalui media sosial seperti WhatsApp, Facebook, atau Instagram”. Dalam aspek *personal selling* seperti melakukan interaksi secara langsung dengan wakif sekaligus untuk mengetahui karakteristik sifatnya. Dalam hal publisitas seperti memanfaatkan media massa untuk membangun citra yang baik. Dalam hal *sales promotion* seperti memberikan edukasi mengenai wakaf tunai untuk menarik minat wakif berwakaf tunai (Fathoni & Anila, 2021).

Nilai koefesien regresi berganda adalah 0,239 sehingga setiap penambahan sebanyak 1 satuan variabel promosi maka akan meningkatkan minat wakaf tunai sebesar 0,239. Kemudian pada uji t untuk variabel promosi menunjukkan nilai 0,037 yang artinya secara parsial ada pengaruh antara promosi terhadap minat wakaf tunai. Dari analisis tersebut dapat diketahui bahwa promosi berpengaruh terhadap minat wakaf tunai. Semakin tinggi promosi yang dilakukan oleh nazhir wakaf, maka semakin tinggi pula minat wakif untuk berwakaf tunai (Yuliafitri & Rivaldi, 2017).

Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Wakaf Tunai

Uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh religiusitas terhadap minat wakaf tunai. Penelitian ini mendukung *theory of planned behavior* yang menjelaskan bahwa seseorang yang berminat untuk melakukan suatu perilaku berwakaf tunai, mereka mengevaluasi secara positif tindakannya dan mereka mempercayai bahwa orang lain juga berpikir mereka harus melakukan hal tersebut karena merupakan bentuk kedermawanan islam yang mendatangkan pahala. Religiusitas berpengaruh terhadap minat wakaf tunai bisa terjadi karena lima alasan kritis yaitu dalam aspek keyakinan, praktik agama, pengetahuan agama, penghayatan, dan pengamalan.

Dalam aspek kuatnya keyakinan dan kebenaran agama yang dimiliki oleh seseorang maka akan memotivasi perilaku mereka dan memberikan respon emosional bahwa kehidupan yang bahagia terletak pada adanya amalan berbuat baik. Dalam aspek praktik dan pengatahuan agama, seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan memiliki pengetahuan mengenai kebaikan dalam berwakaf tentunya ingin langsung praktik melaksanakan anjuran tersebut sehingga minatnya untuk berwakaf juga besar. Dalam aspek penghayatan dan pengamalan agama, kegiatan berbagi kepada sesama yang merupakan perintah dari Allah SWT yang sesuai dalam Al-Qur'an dan Hadits, salah satunya yaitu anjuran untuk berwakaf (Chrisna *et al.* 2021).

Nilai koefesien regresi berganda sebesar 0,217 sehingga setiap penambahan sebanyak 1 satuan pada variabel religiusitas maka akan meningkatkan minat wakaf tunai sebesar 0,217. Kemudian pada uji t untuk variabel religiusitas menunjukkan nilai 0,025 yang artinya secara parsial ada pengaruh antara religiusitas terhadap minat wakaf tunai. Dari analisis tersebut dapat diketahui bahwa religiusitas berpengaruh terhadap

minat wakaf tunai. Dengan demikian, menurut Abdulkareem *et al.* (2020) umat Islam dengan tingkat religiusitas yang lebih tinggi akan lebih berpartisipasi dalam berwakaf tunai daripada mereka yang memiliki religiusitas yang rendah.

Pengaruh Prinsip *Good Governance*, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Minat Wakaf Tunai

Uji hipotesis menunjukkan bahwa prinsip *good governance*, promosi, dan religiusitas berpengaruh terhadap minat wakaf tunai. Uji F menunjukkan nilai 0,025 yang artinya terdapat pengaruh simultan variabel prinsip *good governance*, promosi, dan religiusitas terhadap minat wakaf tunai. Dari hasil analisis tersebut diketahui bahwa hasil penelitian secara simultan mendukung teori yang ada, bahwa nazhir wakaf yang menerapkan *good governance* yang baik termasuk memiliki program promosi akan berpengaruh terhadap minat wakif dalam berwakaf tunai.

Hasil penelitian secara simultan sesuai dengan teori *stewardship* yang menyebutkan bahwa pemilik sumber dana mempercayai pengelola sumber dana untuk mengelola dananya dengan baik, dan juga sesuai dengan *theory of planned behavior* yang menyatakan bahwa tingginya religiusitas yang dimiliki oleh seseorang akan memiliki niat yang besar pula untuk berwakaf tunai karena hal tersebut merupakan bentuk kedermawanan islam yang mendatangkan pahala. Pada umumnya wakif lebih tertarik untuk menyalurkan hartanya pada nazhir wakaf yang memiliki program menarik seperti wakaf yang didirikan untuk pembangunan yayasan atau pesantren, wakaf yang digunakan untuk tempat usaha, dan berbagai bentuk penyaluran wakaf tunai lainnya yang diharapkan dapat bermanfaat terus-menerus. Oleh karena itu, nazhir wakaf yang telah menerapkan *good governance* dan melakukan promosi dapat meningkatkan minat wakif untuk

menyalurkan hartanya pada nazhir wakaf tersebut (Yuliafitri & Rivaldi, 2017).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa prinsip *good governance* tidak berpengaruh terhadap minat wakaf tunai. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Triwibowo (2020); Yuliafitri & Rivaldi (2017) yang menjelaskan bahwa tingginya prinsip *good governance* tidak mempengaruhi wakif dalam berwakaf tunai. Promosi berpengaruh terhadap minat wakaf tunai. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Hassan *et al.* (2021); Shatar *et al.* (2021); Yuliafitri & Rivaldi (2017) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi promosi maka akan meningkatkan minat wakaf tunai. Religiusitas berpengaruh terhadap minat wakaf tunai. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Abdulkareem *et al.* (2020); Chrisna *et al.* (2021); Faisal (2019); Qurrata *et al.* (2020) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi religiusitas maka akan meningkatkan minat wakaf tunai. Prinsip *good governance*, promosi, dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat wakaf tunai. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Faisal (2019); Hariyanto (2019); Yuliafitri & Rivaldi (2017) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi prinsip *good governance*, promosi, dan religiusitas secara bersama-sama maka akan meningkatkan minat wakaf tunai.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu sampel yang digunakan relatif kecil sebanyak 77 sampel, diharapkan menggunakan sampel yang lebih besar sehingga akan memberikan bukti empiris yang lebih baik. Objek penelitian hanya wakif dari satu nazhir wakaf sehingga diharapkan penelitian selanjutnya bisa menambahkan jumlah nazhir wakaf. Diperlukan pemerataan responden untuk penelitian selanjutnya terkait dengan tingkat pendapatan dan

lamanya menjadi wakif sehingga penelitian selanjutnya lebih dapat digeneralisir.

Implikasi teoritis berkaitan dengan kontribusi hasil penelitian atas perkembangan teori terkait dengan minat wakaf tunai. Dari hasil yang diperoleh, diharapkan bisa memberikan kontribusi mengenai pengetahuan wakaf tunai dan lembaga penghimpun wakaf tunai di Lamongan. Oleh karena itu, rekomendasi bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menguji pengaruh variabel mediasi dan moderasi dalam pengaruh antara prinsip *good governance*, promosi, dan religiusitas terhadap minat wakaf tunai sehingga menghasilkan model penelitian yang lebih komprehensif. Kemudian implikasi manajerial bagi nazhir wakaf uang Lamongan yang terdaftar di BWI yaitu KSPPS BMT Ki Slamet Lamongan hendaknya terus meningkatkan sosialisasi wakaf tunai menggunakan media dan cara yang dapat menjangkau lebih banyak calon wakif sehingga target yang didapat bukan hanya tentang jumlah banyaknya calon wakif melainkan juga menambah pengetahuan masyarakat untuk berwakaf tunai, melakukan peningkatan dalam hal *good governance* guna membuat wakif lebih percaya terhadap penghimpunan, pengelolaan, dan penyaluran dana wakaf tunai yang telah dibayarkan, mempublikasikan kegiatan wakaf tunai yang dilakukan oleh wakif, serta melakukan survei kepuasan wakif atas adanya program wakaf tunai. Kemudian implikasi sosial bagi wakif, hendaknya memahami mekanisme penerimaan dan penyaluran wakaf tunai serta selalu aktif untuk berwakaf tunai, karena program wakaf tunai dapat ditunaikan dengan nominal yang relatif kecil dimana hasilnya dapat digunakan untuk kebermanfaatan umat, serta bagi dunia akademis, diharapkan berperan aktif dalam memperbanyak wawasan dan mensosialisasikan wakaf tunai di era

sekarang khususnya pada masyarakat yang masih awam terhadap hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkareem, I. A., Mahmud, M. S., AbdulGaniyy, A., & Aliu, O. A. (2020). Establishment of Waqf to Alleviate Poverty Among Muslims in Oyo State South-West, Nigeria: Test of Theory of Planned Behaviour. *Li Falah-Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 1–18.
<https://doi.org/dx.doi.org/10.3133>
- Abdullah, A. (2022). Preferensi Wakaf Uang pada Masyarakat Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 180–186.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3551>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Descision Processes*, 50(2), 179–211.
[https://doi.org/doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2020). The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 1–11.
<https://doi.org/doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Alam, M., Shahriar, S. M., Said, J., & Elahi, M. M. (2018). Waqf as a Tool for Rendering Social Welfare Services in the Social Entreprenuership Context. *Global Journal Al-Thaqafah, Special*, 87–98.
<https://repo.uum.edu.my/id/eprint/24422>
- Alpay, S., & Haneef, M. A. (2015). *Integration of Waqf and Islamic Microfinance for Povert Reduction: Case Studies of Malaysia, Indonesia and Bangladesh*. SESRIC, IIUM.
- Aziz, M. W. (2017). Wakaf Tunai Dalam Perspektif Hukum Islam.

- International Journal Ihya' 'Ulum Al-Din*, 19(1), 1–24. <https://doi.org/10.21580/ihya.18.1.1740>
- BPS Kabupaten Lamongan. (2022). *Kabupaten Lamongan dalam Angka 2021*. <https://lamongankab.bps.go.id/publication/2021/02/26/28b8635a338b571c7b2500b3/kabupaten-lamongan-dalam-angka-2021.html>. Diakses pada 12 November 2021 pukul 10.22 WIB
- Budiman, M. A. (2014). Pentingnya Wakaf Bagi Pengembangan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Triwulan Dan Kebijakan Ekonomi*, 2(1), 19–34.
- BWI. (2019). *Buku Pintar Wakaf*. Badan Wakaf Indonesia.
- Chrisna, H., Noviani, N., & Hernawaty, H. (2021). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwakaf Tunai Pada Jamaah Majelis Taklim Istiqomah Kelurahan Tanjung Sari Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 11(2), 70–79. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/akuntansibisnisdanpublik/article/view/1731>
- Crow, L. D., & Crow, A. (1982). *Psikologi Pendidikan* (Z. Kasijan (ed.)). PT Bina Ilmu. <https://eprints.uns.ac.id/10268/1/75031307200905011.pdf>
- Donaldson, L., & David, J. H. (1991). Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Management*, 16(49), 48–64. <https://doi.org/doi.org/10.1177%2F031289629101600103>
- Elisabeth, A. (2021). *Sebanyak 87 Persen Beragama Islam, OJK Sebut RI Harus Jadi Pusat Keuangan Syariah*. <https://www.idxchannel.com/syariah> h/sebanyak-87-persen-beragama-islam-ojk-sebut-ri-harus-jadi-pusat-keuangan-syariah. Diakses pada 17 Oktober 2021 pukul 08.45 WIB
- Faisal, M. (2019). Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, dan Partisipasi Terhadap Wakaf Tunai. *Li Falah: Jurnal Sudi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 235–250. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31332/lifalah.v4i2.1548>
- Fathoni, K., & Anila, L. N. (2021). Analisis Strategi Promosi Program Sahabat Wakaf pada Lembaga Gerakan Wakaf Indonesia (GWI) Sidoarjo, Jawa Timur. *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 2(2), 101–117. <https://doi.org/10.15642/mzw.2021.2.2.101-117>
- FCGI. (2015). *Peranan Dewan Komisaris dan Komite Audit dalam Pelaksanaan Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan)* (3rd ed.).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Rand McNally. <https://text-id.123dok.com/document/ky6pxw0nq-dimensi-religiusitas-menurut-glock-dan-stark.html>
- Hariyanto, F. A. (2019). Pengaruh Penerapan Prinsip Good Governance dan Intensitas Sosialisasi Terhadap Penerimaan Wakaf Tunai. *Kajian Akuntansi*, 20(2), 191–199. <https://doi.org/10.29313/ka.v20i2.4924>
- Hassan, S. H. M., Mustapha, R., Mahmud, M., Malkan, S. N. A., & Hassan, N. H. C. (2021). The Influence of Promotion and Waqf Knowledge toward Cash Waqf Awareness in

- Pahang Region. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(4), 1252–1260.
<https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v11-i4/9816>
- IAI. (2015). *Modul Chartered Accountant: Etika Profesi dan Tata Kelola Korporat*. Ikatan Akuntan Indonesia.
<http://iaiglobal.or.id/v03/files/modul/eptkk/>
- Iqbal, M., Nadya, P. S., Saripudin, & Hadiyati, P. (2019). Increasing Community Awareness and Intention in Encouraging The Growth of Cash Waqf. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 29–56.
<https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.1.3152>
- Iskandar, A. (2019). *Peran Nazhir Wakaf Pedesaan: Kinerja dan Pendayagunaannya*. Sukabumi: CV Jejak.
https://books.google.co.id/books?id=ui_SDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Jaharuddin, & Dhewayani, R. (2020). *Nazhir dan Kewirausahaan Islam*. Yogyakarta: Hikam Pustaka.
https://books.google.co.id/books?id=lnBWEAAAQBAJ&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Jefri, R. (2018). Teori Stewardship dan Good Governance. *Jurnal Riset Edisi XXVI*, 4(3), 14–28.
- Kristiyadi, & Hartiyah, S. (2016). Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi, dan Pengetahuan tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah. *Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 5(Hutabarat 2010), 44–63.
- Lestari, W., & Thantawi, R. (2016). Efektivitas Pengelolaan Wakaf Tunai Di Badan Wakaf Indonesia. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 214–234.
<https://doi.org/10.30997/jsei.v2i1.291>
- Mappiare, A. (1997). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
<https://onesearch.id/Record/IOS2862.UNMAL000000000017401>
- Mardiasmo. (2002). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Mursid, M. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, M. E. (2005). *Wakaf Tunai Inovasi Finansial Islam: Peluang dan Tantangan dalam Mewujudkan Kesejahteraan Umat* (U. Hasanah (ed.)). Pusat Kajian Timur Tengah dan Islam.
<http://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=120594>
- Prasetya, Y. S., & Ghazali, M. (2016). Pendekatan Prinsip Good Corporate Governance dalam Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Insani (SDI). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 6(2), 99–107.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24090/ej.v5i2.1883>
- Qurrata, V., Seprillina, L., Narmaditya, B., & Hussain, N. E. (2020). Media Promotion, Islamic Religiosity and Muslim Community Perception Towards Charitable Giving of Cash Waqf. *International Journal of Monetary Economics and Finance*, 13(3), 296–305.
<https://doi.org/10.1504/IJMEF.2020.108825>
- Rivaldi, A. I. (2015). *Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance dan Promosi Terhadap Penerimaan Wakaf Tunai (Pada Lembaga Pengelola Wakaf Di Indonesia)* [Universitas Padjadjaran].
<https://repository.unpad.ac.id/frontd>

- oor/index/index/year/2020/docId/1861
- Saadati, N. (2016). Efisiensi Produktifitas Wakaf Tunai (Wakaf Uang) dalam Pemberdayaan Ekonomi di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 73–91. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v7i1.73-91>
- Said, S., & Ali Amiruddin, A. M. (2019). Wakaf Tunai dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 43–55. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v3i1.7739>
- Shaikh, S. A. (2017). *Application of waqf for social and development finance*. 9(1), 5–14. <https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2017-002>
- Shatar, W. N. A., Hanaysha, J. R., & Tahir, P. R. (2021). Determinants of cash waqf fund collection in Malaysian Islamic banking institutions: empirical insights from employees' perspectives. *International Journal of Islamic Finance (ISRA)*, 13(2), 177–193. <https://doi.org/10.1108/IJIF-06-2020-0126>
- Slameto. (1987). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudjarwo, E. (2020). *6.800 Buruh di Lamongan di-PHK Gegara Corona*. <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4968452/6800-buruh-di-lamongan-di-phk-gegara-corona>. Diakses pada 26 November 2021 pukul 10.28 WIB
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Best Selle). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Jakarta: CV Andi Offset.
- Triwibowo, A. (2020). Penerapan Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance Dalam Pengelolaan Wakaf Tunai Pada Badan Wakaf Uang Tunai MUI Yogyakarta. *Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah*, 4(1), 123–146. <https://doi.org/10.32332/tapis.v4i1.1995>
- Yuliafitri, I., & Rivaldi, A. I. (2017). Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance dan Promosi Terhadap Penerimaan Wakaf Tunai (Pada Lembaga Pengelola Wakaf Di Indonesia). *InFestasi*, 13(1), 217–226. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v13i1.3044>