



PENGARUH STRATEGI FUNDRAISING WAKAF, LITERASI WAKAF, DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP MINAT BERWAKAF DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI LEMBAGA WAKAF MUHAMMADIYAH KABUPATEN LAMONGAN)

Ambar Ayuningsih, Qi Mangku Bahjatullah
Universitas Islam Negeri Salatiga

Abstract

This research is to explain the relationship between waqf fundraising strategies, waqf literacy and institutional image. Apart from that, this research also explains the role of religiosity as a moderating variable which is expected to provide a detailed picture of the relationship between waqf fundraising strategies, waqf literacy and institutional image on interest in waqf. This research uses quantitative methods. Where the data source used is primary data obtained from questionnaires. In this research, the sampling technique used was convenience sampling. This sampling technique is based on chance alone, members of the population that the researcher meets and are willing to become respondents are used as samples. The sample in this research was 100 respondents. The results of this research show that: (1) The fundraising variable has a positive and significant influence on people's interest in giving waqf. (2) The literacy variable has a positive and significant effect on people's interest in giving waqf. (3) The institutional image variable does not have a positive and significant effect on people's interest in giving waqf. (4) The moderating variable, namely religiosity, cannot moderate fundraising on people's interest in waqf. (5) The moderating variable, namely religiosity, cannot moderate literacy on people's interest in giving waqf. (6) The moderating variable religiosity can moderate the image of the institution on people's interest in waqf.

Keywords: Fundraising, Literacy, Institutional Image, Religiosity, Interest in Endowments.

A. PENDAHULUAN

Sesuai dengan perkembangan zaman, tingkat perekonomian mengalami persaingan yang sangat ketat dan menuntut manusia untuk selalu pandai memanfaatkan peluang. Dalam hal ini, sejatinya Islam telah menghadirkan berbagai tuntutan untuk menghadapinya, diantaranya dengan memanfaatkan harta-harta wakaf menjadi sesuatu yang produktif (menghasilkan) bagi masyarakat. Jika orang-orang yang bergelut di bidang wakaf ini semakin peka dan jeli membaca keadaan, maka harta wakaf akan semakin berpotensi untuk menjadikannya sebagai (peluang ekonomi) dan menghasilkan.

Wakaf produktif merupakan bentuk pengembangan dari paradigma wakaf. Wakaf produktif dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya yaitu wakaf uang. Salah satu inovasi dalam mengelola keuangan publik Islam (*Islamic public finance*) yaitu dengan berwakaf uang. Dimana dana yang terhimpun dari masyarakat kemudian dikelola menjadi dana abadi umat yang dapat diambil manfaatnya untuk kepentingan masyarakat dan sekaligus menjadi dakwah islam (Rosalinda, 2015),

Wakaf dalam bentuk uang tunai juga belum tersosialisasikan dengan baik dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terkait makna dan hakekat wakaf sehingga berakibat pada sedikitnya anggota masyarakat yang mau berkontribusi dalam berwakaf uang (Fanani,2009). Hal ini juga menjadi problem di lembaga wakaf Kabupaten Lamongan, yang mana wakaf uang tidak berjalan dikarenakan terdapat kendala yaitu tidak adanya nadzir wakaf uang, hal ini dikarenakan ketua dari kepala nadzir yang meninggal dan sampai sekarang belum di tunjuk kembali nadzir baru. Hal ini memiliki dampak besar bagi perkembangan lembaga wakaf di Kabupaten Lamongan, khususnya minat masyarakat untuk berwakaf uang yang sampai sekarang tidak berjalan pada lembaga tersebut.

Tempat yang dipilih dalam penelitian ini yaitu di lembaga wakaf Muhammadiyah Kabupaten Lamongan. Alasan memilih tempat tersebut kerana lembaga wakaf Muhammadiyah memiliki aspek yang sangat baik dan berkembang sangat pesat di Kabupaten Lamongan. Berdasarkan fenomena serta permasalahan dan perbedaan penelitian terdahulu, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Strategi *Fundraising* Wakaf, Literasi Wakaf, dan Citra Lembaga terhadap Minat Berwakaf dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating”. Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk berbagai pihak yang berkepentingan dalam

mengambil langkah kebijakan tepat untuk kesejahteraan masyarakat.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. *Theory of Planned Behavior*

Theory of reasoned action diartikan sebagai suatu model yang dipakai untuk memprediksi minat dan perilaku. Menurutnya, seseorang cenderung bergantung pada minatnya (intention), sedangkan minat dalam berperilaku sangat dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif dari perilaku tersebut. Di sisi lain keyakinan akibat perilaku sangat berpengaruh pada sikap dan norma subjektif. Faktor internal pribadi dan faktor eksternal (lingkungan sosial) juga mempengaruhi perilaku dan minat konsumen (Ajzen, 1991).

Pengembangan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dimulai pada tahun 1967, kemudian teori tersebut diperluas dan direvisi terus oleh (Ajzen & Fishben, 1980). Teori tersebut dipakai guna mempelajari perilaku hidup manusia dan untuk pengembangan intervensi-intervensi yang lebih baik. Di tahun 1988, ditambahkan pula kontrol perilaku pada model reasoned action tersebut, yang selanjutnya dinamai *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Berdasarkan penjelasan *Theory of Planned Behavior* (TPB) di atas, intensi yaitu fungsi dari tiga determinan, yang satu merefleksikan pengaruh sosial, kedua bersifat personal dan ketiga berhubungan dengan masalah kontrol pribadi (Ajzen, 2005). Teori ini disusun dengan menggunakan asumsi bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Maka dari itu peneliti menggunakan theory ini untuk menjadi landasan dari beberapa variabel untuk mengetahui minat seseorang untuk berwakaf.

2. Minat

Menurut rujukan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat mengandung arti adanya kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang bisa disebut keinginan atau ketertarikan. Secara sederhana minat (interest) cenderung memiliki keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat tidak terlalu populer dalam psikologi sebab ketergantungan pada banyak faktor

internal lainnya, seperti; pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan.

Minat adalah perangkat psikologis terdiri dari kombinasi harapan, sentimen, bias, perasaan, ketakutan, atau kecenderungan berbeda yang mengarahkan orang terhadap keputusan tertentu (Nur & Zulfahmi, 2018). Dengan demikian maka minat dapat diartikan sebagai dorongan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu demi terwujudnya pencapaian tujuan dan cita-cita. Selain itu minat juga timbul sebab adanya faktor eksternal maupun faktor internal.

3. Strategi Fundraising Wakaf

Fundraising dapat diartikan sebagai suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh nazhir dalam rangka menggalang dana dari masyarakat (Faradis et al, 2015). Penggalangan dana dari masyarakat bisa bersumber dari individu, kelompok, organisasi, perusahaan maupun pemerintahan.

Strategi *fundraising* merupakan tulang punggung dari kegiatan penggalangan dana. Joyce Young menjelaskan bahwa roda organisasi yang dijalankan tanpa strategi bagai melakukan perjalanan tanpa menggunkan peta. Strategi *fundraising* dapat dilakukan dengan banyak cara, salah satunya yaitu dengan matriks strategi penggalangan dana (Young et al, 2007). Matriks penggalangan dana tersebut dipakai guna untuk mencari sumber dana yang potensial, evaluasi sumber pendanaan, ataupun metode fundraising.

Strategi fundraising wakaf merupakan tulang punggung dari kegiatan penggalangan dana yang menghasilkan sebuah analisis terkait faktor dan juga teknik sebuah lembaga wakaf termasuk nazir wakaf yang dapat menyampaikan program dan mensosialisasikan kepada masyarakat (Huda, 2015). *Fundraising* merupakan konsep dasar di suatu lembaga dalam rangka menggalang dana seefektif mungkin dari masyarakat agar dapat digunakan untuk pembiayaan kegiatan maupun operasional suatu lembaga sehingga tercapai tujuannya (Juwaini, 2005).

4. Literasi Wakaf

Literasi wakaf merupakan kemampuan individu dalam menerima, mengolah, dan memahami informasi wakaf. Ketika

tingkat literasi mengenai wakaf uang di masyarakat menunjukkan sesuatu yang positif, maka pada saat itu kesadaran masyarakat terhadap wakaf justru ingin meningkat. Seiring dengan kemajuan wakaf uang di mata masyarakat, dipercaya dapat menciptakan wakaf yang dikenang untuk urusan keuangan syariah (Baskoroputra, 2019).

Literasi wakaf seseorang mempengaruhi kemampuan individu dalam menerima, mengolah, dan memahami informasi wakaf. Ketika tingkat literasi mengenai wakaf uang di masyarakat menunjukkan sesuatu yang positif, maka pada saat itu kesadaran masyarakat terhadap wakaf justru semakin meningkat. Dalam hal ini literasi wakaf sangat diharapkan literasi wakaf memiliki dampak positif terhadap minat individu masyarakat untuk berwakaf.

5. Citra Lembaga

Citra perusahaan ialah pandangan yang berkembang dalam benak halayak umum terhadap realita (yang terlihat) dari sebuah perusahaan (Firsan, 2011). Sebuah Citra merupakan gambaran ide yang diperoleh dari imajinasi atau kepribadian yang diperlihatkan kepada publik oleh sebuah perusahaan (Oliver, 2006). Dalam penelitian yang lain Citra ialah gabungan pengetahuan, pengalaman, perasaan (emosi) dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem pengetahuan pribadi yang diyakini kebenarannya (Arikunto, 2010).

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dikatakan penelitian kuantitatif karena informasi yang diperoleh berbentuk angka, kemudian di analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2018). Menggunakan pendekatan kuantitatif karena ingin mengetahui pengaruh variabel X1 (strategi fundraising wakaf) terhadap Y (minat masyarakat), X2 (literasi wakaf), X3 (citra lembaga) terhadap Y (minat masyarakat).

Dalam hal ini penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat Muhammadiyah Kabupaten Lamongan. Populasi dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan dengan pasti berapa jumlahnya untuk dijadikan sampel, maka populasi ini tergolong populasi tidak terhingga (Infinite Population).

Karena penelitian ini jumlahnya populasi tidak diketahui (infinite population) maka teknik penentuan sampel memakai

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.933 ^a	.871	.861	1.552

a. Predictors: (Constant), X3Z, X2, X1, Z, X3, X2Z, X1Z

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa R² menunjukkan nilai sebesar 0.861 yang berarti variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 86.1 % dan sisanya sebesar 13.9 % dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Uji Statistik F

Uji Statistik F memiliki manfaat untuk melihat nilai signifikansi persamaan. Seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama (Ghazali, 2018).

Tabel 2 Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1499.853	7	214.265	88.960	.000 ^b
	Residual	221.587	92	2.409		
	Total	1721.440	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3Z, X2, X1, Z, X3, X2Z, X1Z

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Dari tabel 2 diketahui nilai F hitung sebesar 88.960 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwakaf.

3. Uji MRA

Uji MRA dipakai untuk melihat apakah variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari uji MRA sebagai berikut.

Tabel 3 Hasil Uji MRA

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	
	B	Std. Error				
	(Constant)	-66.408	34.438		-1.928	.057
	X1	6.280	2.173	2.441	2.891	.005
	X2	2.491	.833	2.189	2.992	.004
1	X3	-3.307	1.243	-2.628	-2.660	.009
	Z	1.819	.966	1.137	1.884	.063
	X1Z	-.145	.063	-3.203	-2.314	.023
	X2Z	-.061	.024	-3.153	-2.558	.012
	X3Z	.102	.036	4.554	2.873	.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui hasil uji Moderating Regression Analysis (MRA) sebagai berikut:

- Nilai konstanta diketahui negatif sebesar -66.408 yang artinya apabila variabel fundraising, literasi, citra lembaga, dan religiusitas sama dengan nol (0) maka minat berwakaf mengalami penurunan sebesar -66.408.
- Variabel fundraising (X1) mempunyai nilai koefisien sebesar 6.280 dengan nilai signifikansi $0.005 < 0.05$. Sehingga secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf.
- Variabel literasi (X2) mempunyai nilai koefisien sebesar 2.491 dengan nilai signifikansi $0.004 < 0.05$. Sehingga secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf.

- d. Variabel citra lembaga (X3) mempunyai nilai koefisien sebesar -3.307 dengan nilai signifikansi $0.009 < 0.05$. Sehingga secara statistik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berwakaf.
- e. Variabel religiusitas (Z) memiliki nilai koefisien sebesar 1.819 dengan nilai signifikansi $0.063 > 0.05$. Sehingga secara statistik berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwakaf.
- f. Variabel moderasi merupakan interaksi antara (X1*Z) yang memiliki nilai koefisien -0.145 dengan nilai signifikansi $0.023 < 0.05$. Maka dengan demikian variabel religiusitas tidak dapat memoderasi fundraising terhadap minat masyarakat untuk berwakaf.
- g. Variabel moderasi merupakan interaksi antara (X2*Z) memiliki koefisien -0.061 dengan nilai signifikansi $0.012 < 0.05$. Maka dengan demikian variabel religiusitas tidak dapat memoderasi literasi terhadap minat masyarakat untuk berwakaf.
- h. Variabel moderasi merupakan interaksi antara (X3*Z) memiliki koefisien 0.102 dengan nilai signifikansi $0.005 < 0.05$. Maka dengan demikian variabel citra lembaga dapat memoderasi variabel religiusitas terhadap minat masyarakat untuk berwakaf

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Fundraising (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan, maka H1 diterima.
2. Literasi (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan, maka H2 diterima.
3. Citra lembaga (X3) memiliki pengaruh negatif dan signifikan, maka H3 ditolak.
4. Religiusitas (Z) tidak memoderasi fundraising (X1) terhadap minat berwakaf, maka H4 ditolak.
5. Religiusitas (Z) tidak memoderasi literasi (X2) terhadap minat berwakaf, maka H5 ditolak.
6. Religiusitas (Z) memoderasi citra lembaga (X3) terhadap minat berwakaf, maka H6 diterima.

Melalui penelitian ini dapat memberikan sumbangsih atau kontribusi terhadap ilmu pengetahuan bahwa *theory of reasoned action* ini sebagai suatu model yang dipakai untuk memprediksikan seorang minat berwakaf, Adapun faktor atau hal-hal yang dapat berpengaruh seseorang terhadap minat tidak terbatas hanya strategi fundraising, literasi wakaf, citra lembaga yang kuat atau di perlemah dengan religiusitas. Namun ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwakaf pada lembaga wakaf Muhammadiyah Kabupaten Lamongan, seperti dorongan keluarga, lingkungan, hubungan kerja atau juga jaringan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision* 50 (2), pp. Hlm 179-211.
- Baskoroputra. (2019). Analisa tingkat literasi wakaf uang dan pengaruhnya pada persepsi wakaf uang (Studi kasus pada mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2), Hlm 1-13.
- Fanani, M. (2009). *Pengelolaan Wakaf Tunai*. Semarang: IAIN Walisongo Semarang.
- Faradis et al. (2015). *Manajemen Fundraising Wakaf Produktif : Perbandingan Wakaf Selangor (PWS) Malaysia dan Badan wakaf Indonesia*. *Asy-Syir'ah*, 49(2), Hlm 500–518.
- Firsan, N. (2011). *CRISIS Publik Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. *Jakarta:Rajawali Pers*, Hlm 300-301.
- Ghazali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, M. (2015). *Mengalirkan Manfaat Wakaf: Potret Perkembangan Hukum Dan Tata Kelola Wakaf Di Indonesia*. Bekasi: Gramata Publishing.
- Juwaini, A. (2005). Jakarta: Piramida.
- Nur, M. M., & Zulfahmi. (2018). Pengaruh Pengetahuan , Pendapatan , dan Kepercayaan , Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat. *Ekonomi Regional Unimal*, 01(3), Hlm 19-29.
- Oliver, S. (2006). *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Erlangga, hlm 50-51.
- Rozalinda. (2015). *Menejemen Wakaf Produktif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". *Bandung:CV Alfabeta*, Hlm 42.

Young et al, J. (2007). *Menggalan Dana Untuk Organisasi Nirbla*
diterjemahkan oleh Siti Mashitoh. JAKARTA: PT. Ina Publikatama;
Hlm 124.

