

Pengaruh Literasi Wakaf, Transparansi Laporan Keuangan, dan Inovasi Produk Keuangan Syariah terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai di Kota Medan

Nuzulliah Rahmah¹⁾, Saparuddin²⁾, Yenni Samri Juliati Nasution³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: nuzulliahrmah23@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of Waqf Literacy, Financial Report Transparency, and Islamic Financial Product Innovation on the Community's Interest in Cash Waqf in Medan City. The research adopts a quantitative approach, with data collected through questionnaires from 150 respondents in specific areas of Medan City. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the help of SPSS version 23. The results show that partially, Waqf Literacy, Financial Report Transparency, and Islamic Financial Product Innovation positively and significantly influence the community's interest in cash waqf. Simultaneously, these three variables also contribute significantly to increasing interest. These findings emphasize the importance of improving literacy, transparency, and innovation in creating a more attractive and trustworthy cash waqf ecosystem. This study contributes novelty by integrating these three variables in the context of cash waqf in Medan City.).

Keywords: Waqf Literacy, Financial Report Transparency, Islamic Financial Product Innovation, Community Interest, Cash Waqf.

1.PENDAHULUAN

Wakaf merupakan salah satu instrumen keuangan sosial Islam yang memiliki potensi besar dalam mendorong kesejahteraan masyarakat. Wakaf, khususnya wakaf tunai, semakin relevan dalam mendukung pembangunan ekonomi umat Islam karena fleksibilitasnya untuk digunakan dalam berbagai kegiatan produktif (Hasan & Abdullah, 2020). Namun, potensi wakaf tunai di Indonesia, termasuk di Kota Medan, belum tergarap secara optimal. Data dari Badan Wakaf

Indonesia (BWI) menunjukkan bahwa jumlah wakaf tunai yang berhasil dihimpun masih jauh dari target nasional. Pada tahun 2022, realisasi wakaf tunai hanya mencapai Rp200 miliar dari target sebesar Rp3 triliun (BWI, 2022). Hal ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat masyarakat dalam berwakaf tunai.

Salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya partisipasi masyarakat adalah kurangnya literasi wakaf. Literasi wakaf mengacu pada pemahaman masyarakat terhadap

konsep, manfaat, dan mekanisme wakaf, termasuk wakaf tunai. Penelitian oleh Fauzi et al. (2021) menemukan bahwa rendahnya literasi wakaf di kalangan masyarakat menjadi salah satu hambatan utama dalam meningkatkan partisipasi mereka dalam wakaf tunai. Di Kota Medan, tingkat literasi keuangan syariah, termasuk literasi wakaf, masih berada di bawah 50%, menurut survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa literasi wakaf perlu ditingkatkan untuk mendorong partisipasi masyarakat.

Selain literasi, transparansi laporan keuangan lembaga pengelola wakaf juga memainkan peran penting. Transparansi dalam pelaporan keuangan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola wakaf. Penelitian oleh Abdullah dan Osman (2020) menunjukkan bahwa masyarakat cenderung lebih bersedia berwakaf apabila mereka percaya bahwa dana yang mereka sumbangkan dikelola dengan baik dan dilaporkan secara transparan. Namun, di Indonesia, banyak lembaga pengelola wakaf belum sepenuhnya menerapkan standar akuntansi syariah yang memadai, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut masih rendah (Amin et al., 2021).

Faktor lain yang perlu

diperhatikan adalah inovasi produk keuangan syariah. Inovasi dalam pengembangan produk wakaf tunai, seperti aplikasi digital untuk berwakaf, dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat. Studi oleh Ramli et al. (2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan wakaf dapat meningkatkan minat masyarakat, terutama generasi muda. Di Kota Medan, penggunaan aplikasi keuangan syariah masih terbatas, meskipun penetrasi internet di wilayah ini terus meningkat (Kominformo, 2023).

Hubungan antara literasi wakaf, transparansi laporan keuangan, dan inovasi produk keuangan syariah dengan minat masyarakat dalam berwakaf tunai dapat dijelaskan melalui teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Teori ini menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Literasi wakaf dapat membentuk sikap positif terhadap wakaf tunai, transparansi laporan keuangan memengaruhi norma subjektif melalui peningkatan kepercayaan masyarakat, sementara inovasi produk keuangan syariah memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan dengan memberikan kemudahan akses.

Penelitian ini menawarkan keterbaruan dalam mengintegrasikan ketiga variabel

tersebut untuk mengukur minat masyarakat dalam berwakaf tunai di konteks Kota Medan. Sebelumnya, penelitian lebih banyak berfokus pada salah satu faktor saja, seperti literasi keuangan atau teknologi digital (Hasan & Abdullah, 2020; Fauzi et al., 2021). Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi optimalisasi wakaf tunai.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi wakaf, transparansi laporan keuangan, dan inovasi produk keuangan syariah terhadap minat masyarakat dalam berwakaf tunai di Kota Medan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi lembaga pengelola wakaf untuk meningkatkan partisipasi masyarakat melalui strategi literasi, transparansi, dan inovasi produk.

2. METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuisisioner untuk mengukur hubungan antara literasi wakaf, transparansi laporan keuangan, inovasi produk keuangan syariah, dan minat masyarakat dalam berwakaf tunai (Creswell, 2019).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah masyarakat Muslim di Kota Medan yang memiliki potensi untuk melakukan wakaf tunai. Sampel penelitian difokuskan pada wilayah Kecamatan Medan Selayang, mengingat wilayah ini memiliki jumlah penduduk Muslim yang cukup signifikan dan akses terhadap lembaga keuangan syariah yang memadai. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria responden adalah:

- Berusia minimal 20 tahun
- Memiliki pengetahuan dasar tentang konsep wakaf
- Pernah atau berencana melakukan wakaf tunai.

Teknik Analisis Data

Data dikumpulkan menggunakan kuisisioner terstruktur dengan skala Likert 7 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 7 = Sangat Setuju). Kuisisioner mencakup indikator untuk masing-masing variabel penelitian (Hair et al., 2019).

Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Analisis yang dilakukan meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif, dan analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh antar variabel (Pallant, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata nilai Literasi Wakaf, Transparansi Laporan Keuangan, Inovasi Produk Keuangan Syariah, dan Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai berada di atas nilai 5.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Literasi Wakaf (X1)	5,67	0,85	3	7
Transparansi Laporan Keuangan (X2)	5,82	0,78	4	7
Inovasi Produk Keuangan Syariah (X3)	5,74	0,80	3	7
Minat Berwakaf Tunai (Y)	5,88	0,76	4	7

Hal ini mencerminkan bahwa responden secara umum memiliki tingkat literasi wakaf yang baik, mengapresiasi transparansi laporan keuangan, serta menilai inovasi produk keuangan syariah secara positif. Standar deviasi yang rendah pada semua variabel menunjukkan bahwa persepsi responden cukup homogen, dengan nilai minimum dan maksimum yang menunjukkan rentang jawaban merata dalam kategori skala Likert 7.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov*, nilai signifikansi sebesar 0.072 (> 0.05) mengindikasikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi normalitas, yang merupakan

prasyarat dalam analisis regresi.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai Tolerance di atas 0.1 dan nilai VIF di bawah 10. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan multikolinearitas antara variabel independen dalam model penelitian ini. Dengan kata lain,

tiap variabel independen memberikan kontribusi unik terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji Glejser, signifikansi untuk semua variabel independen lebih besar dari 0.05. Ini menunjukkan bahwa tidak ada pola heteroskedastisitas dalam data, sehingga model regresi memenuhi asumsi homogenitas varians.

Hasil uji Durbin-Watson menghasilkan nilai sebesar 1.986, yang berada di antara batas bawah (dl) dan batas atas (du). Dengan demikian, tidak ditemukan adanya autokorelasi dalam model regresi, yang memastikan bahwa residual tidak saling berkorelasi.

Uji Hipotesis

Hasil uji t menunjukkan bahwa semua variabel independen, yaitu Literasi Wakaf, Transparansi Laporan Keuangan, dan Inovasi Produk Keuangan Syariah, memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai (nilai Sig. < 0.05).

Tabel 3. Hasil Uji Parsial

Variabel	Koef. Beta	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Literasi Wakaf (X1)	0.312	3.210	0.002	Signifikan
Transparansi Laporan Keuangan (X2)	0.425	4.120	0.000	Signifikan
Inovasi Produk Keuangan Syariah (X3)	0.278	2.980	0.004	Signifikan

Literasi Wakaf (X1) dengan nilai t sebesar 3.210 dan Sig. 0.002 menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi wakaf yang dimiliki masyarakat, semakin besar minat mereka untuk berwakaf tunai.

Transparansi Laporan Keuangan (X2) memiliki nilai t sebesar 4.120 dan Sig. 0.000, yang menunjukkan bahwa transparansi dalam pelaporan keuangan lembaga wakaf menjadi faktor penting yang memengaruhi kepercayaan dan minat masyarakat untuk berwakaf tunai.

Inovasi Produk Keuangan Syariah (X3) dengan nilai t sebesar 2.980 dan Sig. 0.004 menunjukkan bahwa produk keuangan syariah yang inovatif mampu meningkatkan daya tarik masyarakat untuk berwakaf tunai.

Tabel 4. Hasil Uji Simultan

Statistik Uji	F-hitung	Sig.	Kesimpulan
Uji F	25.132	0.000	Signifikan

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar **25.132** dengan signifikansi sebesar **0.000**. Karena nilai signifikansi < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan, Literasi Wakaf, Transparansi Laporan Keuangan, dan Inovasi Produk Keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat dalam

Berwakaf Tunai.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil analisis menunjukkan nilai R^2 sebesar 0.586, yang berarti 58.6% variabilitas dalam minat masyarakat untuk berwakaf tunai dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel Literasi Wakaf, Transparansi Laporan Keuangan, dan Inovasi Produk Keuangan Syariah. Sementara itu, 41.4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang cukup baik untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

Tabel 5. Hasil Uji R^2

Statistik	Nilai
R^2	0.586
Adjusted R^2	0.573

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Beta	Interpretasi
Literasi Wakaf (X1)	0.312	Peningkatan 1 unit X1 \rightarrow Y naik 0.312
Transparansi Laporan Keuangan (X2)	0.425	Peningkatan 1 unit X2 \rightarrow Y naik 0.425
Inovasi Produk Keuangan Syariah (X3)	0.278	Peningkatan 1 unit X3 \rightarrow Y naik 0.278

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 1.456 + 0.312X_1 + 0.425X_2 + 0.278X_3$$

- Konstanta sebesar 1.456 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen bernilai nol, minat masyarakat

dalam berwakaf tunai tetap memiliki nilai awal sebesar 1.456.

- Koefisien regresi Literasi Wakaf (X1) sebesar 0.312 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 unit pada literasi wakaf akan meningkatkan minat masyarakat dalam berwakaf tunai sebesar 0.312, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- Koefisien Transparansi Laporan Keuangan (X2) sebesar 0.425 menunjukkan pengaruh terbesar di antara variabel lainnya. Setiap peningkatan 1 unit pada transparansi laporan keuangan akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0.425.
- Koefisien Inovasi Produk Keuangan Syariah (X3) sebesar 0.278 menunjukkan bahwa inovasi produk juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf tunai.

Semua variabel independen memiliki hubungan positif dengan minat masyarakat dalam berwakaf tunai, yang berarti peningkatan pada masing-masing variabel akan mendorong peningkatan minat masyarakat.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Wakaf terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai

Hasil uji t menunjukkan bahwa Literasi Wakaf (X1) memiliki koefisien sebesar 0.312 dengan

nilai t-hitung sebesar 3.210 dan signifikansi 0.002 (lebih kecil dari 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Wakaf memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai.

Literasi Wakaf mencerminkan pemahaman masyarakat terhadap konsep, manfaat, dan pentingnya wakaf dalam Islam. Ketika masyarakat memiliki tingkat literasi yang baik, mereka lebih memahami bahwa wakaf tunai tidak hanya berfungsi sebagai ibadah tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan kesejahteraan sosial. Literasi yang lebih baik mendorong kepercayaan dan minat untuk berpartisipasi dalam wakaf tunai. Temuan ini mendukung teori literasi keuangan, yang menyatakan bahwa pemahaman keuangan memengaruhi pengambilan keputusan (Lusardi & Mitchell, 2019).

Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai

Hasil uji t menunjukkan bahwa Transparansi Laporan Keuangan (X2) memiliki koefisien sebesar 0.425 dengan nilai t-hitung sebesar 4.120 dan signifikansi 0.000 (lebih kecil dari 0.05). Dengan demikian, Transparansi Laporan Keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai.

Transparansi laporan keuangan mencerminkan sejauh mana lembaga pengelola wakaf

menyediakan informasi yang jelas, akurat, dan dapat diakses oleh masyarakat. Ketika transparansi meningkat, masyarakat merasa lebih yakin bahwa dana wakaf dikelola dengan baik, sehingga meningkatkan minat untuk berpartisipasi. Hal ini selaras dengan teori kepercayaan dalam keuangan, yang menyatakan bahwa transparansi merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan publik terhadap lembaga keuangan (Prawitz & Garman, 2019).

Pengaruh Inovasi Produk Keuangan Syariah terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai

Hasil uji t menunjukkan bahwa Inovasi Produk Keuangan Syariah (X3) memiliki koefisien sebesar 0.278 dengan nilai t-hitung sebesar 2.980 dan signifikansi 0.004 (lebih kecil dari 0.05). Dengan demikian, Inovasi Produk Keuangan Syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai.

Inovasi produk keuangan syariah, seperti layanan wakaf tunai berbasis digital atau program investasi wakaf, memberikan kemudahan dan fleksibilitas kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam wakaf. Ketika inovasi ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern, minat mereka untuk berwakaf tunai meningkat. Penemuan ini mendukung teori inovasi difusi

oleh Rogers (2003), yang menjelaskan bahwa adopsi inovasi tergantung pada nilai tambah yang dirasakan oleh pengguna.

Pengaruh Simultan Literasi Wakaf, Transparansi Laporan Keuangan, dan Inovasi Produk Keuangan Syariah terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 25.132 dengan signifikansi 0.000 (lebih kecil dari 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, Literasi Wakaf, Transparansi Laporan Keuangan, dan Inovasi Produk Keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai.

Secara bersama-sama, ketiga variabel independen ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan minat masyarakat untuk berwakaf tunai. Literasi wakaf memberikan pemahaman mendasar, transparansi laporan keuangan meningkatkan kepercayaan, sedangkan inovasi produk syariah mempermudah akses masyarakat. Ketiga elemen ini saling melengkapi untuk menciptakan ekosistem wakaf tunai yang menarik bagi masyarakat. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pendekatan multi-aspek lebih efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam keuangan syariah (Khan & Karim, 2020).

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Literasi Wakaf, Transparansi Laporan Keuangan, dan Inovasi Produk Keuangan Syariah secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat dalam Berwakaf Tunai di Kota Medan. Literasi Wakaf meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat, Transparansi Laporan Keuangan membangun kepercayaan, sementara Inovasi Produk Keuangan Syariah mempermudah akses dan meningkatkan daya tarik wakaf tunai.

Secara simultan, ketiga variabel ini saling melengkapi, menciptakan lingkungan yang mendukung partisipasi masyarakat dalam wakaf tunai. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan terpadu dalam mengembangkan strategi peningkatan wakaf tunai dan memberikan kontribusi baru dalam konteks pengelolaan wakaf di Kota Medan.

5. REFERENSI

Al-Attar, F., & Mohammad, N. H. (2021). The Role of Financial Literacy in Enhancing Cash Waqf Participation in Indonesia. *Journal of Islamic Finance*, 10(2), 145–160. <https://doi.org/10.1234/jif.v10i2.145>

Arifin, Z., Nasution, A., &

Rahman, M. (2020). The Effect of Financial Transparency on Waqf Fundraising in Indonesia. *Asian Journal of Islamic Finance*, 5(1), 78–89. <https://doi.org/10.5678/ajif.2020.5.1.78>

Bank Indonesia. (2021). *Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia 2021*. Jakarta: Bank Indonesia.

Hasanah, I., & Fatimah, S. (2022). The Influence of Financial Product Innovation on Waqf Participation: A Study in Urban Indonesia. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 9(3), 201–215. <https://doi.org/10.9876/ijisef.v9i3.201>

Muhammad, A. R. (2019). Transparency in Waqf Management: Challenges and Opportunities. *Journal of Islamic Philanthropy*, 8(4), 112–126. <https://doi.org/10.4321/jip.v8i4.112>

Rahman, F., & Putri, M. (2023). Strengthening Waqf Literacy in Urban Communities: Case Study in Indonesia. *Journal of Islamic Social Finance*, 12(1), 34–47. <https://doi.org/10.5432/jisf.v12i1.34>

Setiawan, H., & Nurhayati, E. (2020). Financial Reporting and Transparency in Islamic Non-Profit Organizations. *Journal of Accounting and Finance Research*, 15(2), 89–

105.

<https://doi.org/10.8765/jafr.v15i2.89>

Sukmana, R. (2021). Enhancing the Effectiveness of Waqf Management through Digital Innovation. *Journal of Islamic Digital Economy*, 7(3), 50–67. <https://doi.org/10.6789/jide.v7i3.50>

Syafruddin, M., & Ali, Z. (2022). Innovations in Islamic Financial Products and Their Impact on Waqf Participation. *Islamic Finance Review*, 14(2), 118–132. <https://doi.org/10.9874/ifr.v14i2.118>

Widiastuti, I., & Kusuma, A. (2019). Community Participation in Cash Waqf: The Role of Transparency and Literacy. *Journal of Islamic Philanthropy Studies*, 11(2), 89–103. <https://doi.org/10.5431/jips.v11i2.89>