

ABSTRAK

Didalam islam terdapat beberapa bentuk lembaga yang salah satunya diharapkan mampu menunjang kesejahteraan sosial ekonomi yaitu wakaf. Selama ini masyarakat hanya mengenal wakaf dalam bentuk tanah dan bangunan. Sedangkan wakaf berbentuk uang belum tersosialisasikan dengan baik. Kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai berwakaf uang mengakibatkan sedikitnya masyarakat yang berpartisipasi dalam wakaf uang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi, akses media informasi, pendapatan, pendidikan, dan religiusitas terhadap minat masyarakat muslim dalam berwakaf uang di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang telah di sebarakan kepada masyarakat muslim di Kota Jambi yang berjumlah 100 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam berwakaf uang di Kota Jambi; (2) akses media informasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam berwakaf uang di Kota Jambi ; (3) pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam berwakaf uang di Kota Jambi; (4) pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam berwakaf uang di Kota Jambi; (5) religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam berwakaf uang di Kota Jambi. Kesimpulan dari penelitian ini dilihat dari tabel koefisien determinasi nilai *R Square* sebesar 0,708 atau 70,8% yang berarti persepsi, akses media informasi, pendapatan, pendidikan, dan religiusitas berpengaruh sebesar 70,8% terhadap minat berwakaf uang di Kota Jambi, sedangkan 29,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi, Akses Media Informasi, Pendapatan, Pendidikan, Religiusitas dan Minat Masyarakat Muslim dalam Berwakaf Uang

ABSTRACT

In Islam there are several forms of institutions, one of which is expected to be able to support socio-economic welfare, namely waqf. So far, people have only known about waqf in the form of land and buildings. Meanwhile, cash waqf has not been well socialized. The lack of public understanding and knowledge regarding cash waqf has resulted in very few people participating in cash waqf. The aim of this research is to determine and analyze the influence of perception, access to information media, income, level of education and religiosity on the Muslim community's interest in giving cash waqf in the city of Jambi. This research uses quantitative methods with primary data obtained from questionnaires that have been distributed to the Muslim community in the city of Jambi, totaling 100 samples. The research results show that: (1) perception has a positive and significant effect on the Muslim community's interest in giving cash waqf in the city of Jambi; (2) access to information media has a negative and insignificant effect on the Muslim community's interest in donating cash in the city of Jambi; (3) income has a positive and significant effect on the Muslim community's interest in giving cash waqf in the city of Jambi; (4) the level of education has a positive and significant effect on the Muslim community's interest in giving cash waqf in the city of Jambi; (5) religiosity has a positive and significant effect on the Muslim community's interest in donating cash in the city of Jambi. The conclusion of this research can be seen from the coefficient of determination table for the R Square value of 0.708 or 70,8%, which means that perception, access to information media, income, level of education and religiosity have a 70,8% influence on interest in donating cash in the city of Jambi, while 29,2% is influenced by variables. others not discussed in this study.

Keywords: *Perception, Access to Information Media, Income, Education, Religiosity and Muslim Community's Interest in Giving Cash Waqf*