SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah
Vol. 02 No. 03 (2025), Hal. 218-229

PENGARUH LITERASI WAKAF, MEDIA ONLINE DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BERWAKAF UANG

Ganda Permana[1], M. Rikwan Effendi Salam Manik[2], Hubbul Wathan[3]

[1,2,3]Politeknik Negeri Medan
gandapermana0102@gmail.com

Kata Kunci:
Literasi Wakaf; Media Online; Media Sosial; Niat Berwakaf Uang.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi wakaf, media online dan media sosial terhadap niat berwakaf uang studi pada mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen yaitu literasi wakaf, media online dan media sosial sedangkan variabel dependen yaitu niat berwakaf uang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden yaitu mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan dan menggunakan kuesioner sebagai data primer. Teknik pengumpulan data kuesioner dinilai menggunakan skala likert, uji validitas dan uji reabilitas. Uji prasyarat meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas. Teknik analisis data untuk menjawab hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji simultan (F), uji determinasi dan uji parsial (t) dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (α = 0,05) yang diolah dengan bantuan software SPSS 25. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel literasi wakaf secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat berwakaf uang dengan tingkat signifikansi sebesar 0,418, variabel media online berpengaruh dan signifikan niat berwakaf uang dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 dan variabel media sosial secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap niat berwakaf uang dengan tingkat signifikansi sebesar 0,020. Secara simultan, variabel pengaruh literasi wakaf, media online dan media sosial berpengaruh dan signifikan terhadap niat berwakaf uang studi pada mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Keywords:
Waqf Literacy; Online Media; Social Media; Intention to Cash Waqf.

Abstract

This study aims to determine the influence of waqf literacy, online media, and social media on the intention to donate cash waqf, with a case study on students of the Sharia Finance and Banking Study Program at Politeknik Negeri Medan. The independent variables in this study are waqf literacy, online media, and social media, while the dependent variable is the intention to donate cash waqf. The sample used in this research consists of 75 students from the Sharia Finance and Banking Study Program, and primary data was collected through questionnaires. The questionnaire data were measured using a Likert scale, validity test, and

SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah
Vol. 02 No. 03 (2025), Hal. 218-229

reliability test. The prerequisite tests include normality test, heteroscedasticity test, and multicollinearity test. Data analysis techniques used to test the hypotheses include multiple linear regression analysis, simultaneous test (F-test), coefficient of determination (R^2), and partial test (t-test), with a significance level of 5% ($\alpha = 0.05$), processed using SPSS version 25. The partial test results show that the waqf literacy variable had no significant effect on the intention to cash waqf with a significance level of 0.418. The online media variable had a significant effect on the intention to cash waqf with a significance level of 0.002. The social media variable had a significant effect on the intention to cash waqf with a significance level of 0.020. Simultaneously, the variables of waqf literacy, online media, and social media had a significant effect on the intention to cash waqf among students of the Sharia Finance and Banking Study Program at Politeknik Negeri Medan, with a significance level of 0.000.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang besar. Pada Maret 2025, Indonesia tercatat memiliki penduduk sebanyak 285.078.946 jiwa. Saat ini, terdapat 247,7 juta muslim di Indonesia menurut statistik dari *The Muslim 500* edisi 2025 yang diterbitkan oleh *The Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC)*. Hal ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, baik di kawasan ASEAN maupun di tingkat global[1]. Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di Asia Tenggara, mencapai 242,7 juta jiwa atau 88% dari total penduduknya. Angka ini menegaskan bahwa Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbanyak.

Melihat potensi tersebut, data dari Kementerian Agama memberikan gambaran lebih jelas mengenai keadaan wakaf di Indonesia. Badan Wakaf Indonesia (BWI) perlu melakukan akselerasi agar potensinya dapat terserap secara maksimal. BWI menyatakan potensi wakaf nasional tahun 2024 mencapai Rp180 triliun, tetapi realisasinya baru sebesar Rp2,23 triliun atau kurang dari 2%. Komisi VIII DPR RI mengapresiasi capaian kinerja BWI tahun 2024. Namun, pada tahun 2025, mereka mendesak BWI untuk meningkatkan target capaian potensi ekosistem wakaf uang sebesar Rp180 triliun[2]. Wakaf uang diharapkan dapat menggerakkan perbankan syariah untuk berperan sebagai nazir yang profesional, dengan menginvestasikan dana wakaf ke berbagai sektor usaha halal yang produktif dan memberikan manfaat sosial serta ekonomi[3]

Wakaf salah satu konsep fundamental dalam Islam yang memiliki peranan yang strategis dalam pembangunan sosial dan ekonomi umat. Wakaf secara umum merujuk pada penyerahan hak kepemilikan atas suatu aset atau properti untuk digunakan pada kegiatan sosial yang bermanfaat, baik dalam bentuk harta benda atau uang. Dalam konteks Islam, wakaf tidak hanya sekedar amal jariyah, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dapat memberikan manfaat jangka panjang[4]. Selama ini, wakaf umumnya dilakukan dalam bentuk tanah atau bangunan, namun dalam beberapa dekade terakhir, wakaf uang mulai berkembang sebagai alternatif baru yang lebih fleksibel dan mudah diterapkan[5].

Niat merupakan faktor penting yang memengaruhi seseorang dalam melakukan suatu tindakan, terutama ketika perilaku tersebut dinilai positif dan didukung oleh lingkungan sosialnya dan meyakini bahwa orang-orang di sekitarnya berpendapat bahwa perilaku tersebut seharusnya dilakukan[6]. *Teori Planned Behavior* (TPB) mengemukakan bahwa niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol[7].

Mahasiswa yang memiliki niat berwakaf sangat relevan dalam situasi saat ini, mengingat wakaf tidak hanya menyalurkan manfaat sosial bagi masyarakat, akan tetapi juga menjadi

[1] RISSC, *Muslim 500 The World's 500 Most Influential Muslims 2025*, ed. Dr Tarek Elgawhary, 2025.
[2] Ade Nurhidayah, "Wakaf Uang Untuk Infrastruktur Merata Tahun 2025," 2024.
[3] Muhammad Zuhirsyan et al., *Pengembangan Pengelolaan Ziswaf Kontemporer*, 2022.
[4] Hakim Muttaqim, Loso Judijanto, and Illa Susanti, "Efektivitas Wakaf Produktif Dalam Mendukung Pembangunan Ekonomi Umat," *Jurnal Ekonomi Utama* 4, no. 1 (2025)
[5] Mohammad Iqbal Irfany, Abi Nubli Albajili, and Asep Nurhalim, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Wakaf Uang," *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam* 15, no. 2 (2022): 1–25.
[6] Dwi putri Adelia, "Pengaruh Literasi Wakaf, Persepsi Masyarakat, Dan Sikap Altruisme Terhadap Intensi (Niat) Berwakaf Uang Di Kelurahan Lebung Gajah Kota Palembang" (2022).
[7] Shafra Ainurrahman, "Pengaruh Tingkat Literasi Wakaf, Akses Media Informasi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Berwakaf Uang (Studi Pada Asn Ditjen Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia)" (2025).

ladang amal jariyah yang pahalanya terus mengalir hingga akhirat [8]. Mahasiswa sebagai agen perubahan, diharapkan dapat menyebarluaskan literasi dan praktik wakaf produktif sejak dini.

Penelitian yang dilakukan oleh Adisti (2025) menunjukkan bahwa literasi wakaf memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwakaf uang[9]. Namun, hasil ini berbeda dengan temuan Irtifau'ul Ulum (2022) yang menyimpulkan bahwa literasi wakaf tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat seseorang untuk berwakaf uang[10].

Masyarakat, terutama generasi muda, kini lebih banyak mengakses berita dan informasi melalui media digital dibandingkan media cetak. Media online dinilai lebih efisien, mudah diakses kapan saja, serta menyajikan informasi yang selalu diperbarui. Selain itu, berita-berita lama pun dapat dengan mudah ditemukan kembali melalui media daring.

Dalam era digital yang semakin maju, keberadaan media online dan media sosial di Indonesia telah menjadi sangat penting dan memegang peranan yang signifikan[11]. Para pembaca terutama generasi muda, kini lebih banyak mengakses berita dan informasi melalui media digital dibandingkan media cetak. Media online dinilai lebih efisien, mudah diakses kapan saja, serta menyajikan informasi yang selalu diperbarui. Selain itu, berita-berita lama pun dapat dengan mudah ditemukan kembali melalui media daring[12].

Kedudukan media daring dan media sosial memegang peran penting dalam membentuk pemahaman dan mendorong niat masyarakat, khususnya mahasiswa, dalam berwakaf uang. Media online berperan sebagai sumber informasi yang bersifat formal dan edukatif, seperti situs berita atau portal web resmi, yang menyajikan konten mengenai wakaf uang secara akurat, relevan, dan mudah diakses. Media ini banyak dimanfaatkan mahasiswa dalam kegiatan pembelajaran, seperti menyusun tugas akademik. Sementara itu, media sosial memiliki peran yang berbeda namun saling melengkapi, yakni sebagai saluran penyebaran informasi yang bersifat interaktif. Melalui platform seperti WhatsApp, YouTube, TikTok, dan Instagram, mahasiswa terlibat dalam interaksi digital yang memperkuat nilai-nilai keagamaan dan filantropi, termasuk informasi terkait wakaf.

Sebagai individu yang telah memasuki usia dewasa, mahasiswa diharapkan mampu mengelola keuangan secara bijak sesuai dengan ajaran Islam. Perguruan tinggi seperti Politeknik Negeri Medan berperan penting melalui edukasi yang terintegrasi tentang wakaf[13].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana pengaruh literasi wakaf, media online, dan media sosial terhadap niat berwakaf uang, khususnya di kalangan mahasiswa. Hal ini menjadi penting mengingat karena mahasiswa merupakan generasi muda yang memiliki potensi besar dalam perkembangan wakaf di masa depan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Literasi

[8] muhammad Ferry Rizki, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Untuk Berwakaf Uang Di Lembaga Wakaf Uang Unisia" 33, no. 1 (2022): 1–12.
[9] Dinda Adistii, Dewi Susilowati, and Permata Ulfah, "Peran Akuntabilitas Sebagai Moderasi Hubungan Religiusitas Dan Literasi Wakaf Terhadap Minat Berwakaf Uang," *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 5, no. 2 (2021): 122–37,
[10] Mukhammad Irtifa'ul Ulum, "Pengaruh Literasi Wakaf, Religiusitas, Opinion Leader Terhadap Minat Berwakaf Tunai Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderasi" (2022).
[11] Nova Rio Redondo, "Menelusuri Perkembangan Dan Tantangan Keberadaan Media Online Di Indonesia," *Kompas.Com*, 2023.
[12] Ekky Saputra, Nuraida Nuraida, and Sumaina Duku, "Peran Media Online Sripoku.Com Dalam Mendukung Pemasaran Media Cetak Sriwijaya Post," *Jurnal Multidisipliner Kapalamada* 2, no. 01 (2023): 42–54.
[13] Y Irliani, M F AK, and H Wathan, "Pengaruh Islamic Lifestyle Terhadap Keputusan Berinfak Dan Bersedekah Mahasiswa Muslim," *Prosiding Konferensi Nasional Social &Engineering* …, 2023, 24–30.

Wakaf, Media Online, dan Media Sosial Terhadap Niat Berwakaf Uang pada Mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menghasilkan data dalam bentuk angka serta dianalisis menggunakan teknik statistik. Pendekatan ini termasuk ke dalam kategori metode ilmiah (scientific method) karena memenuhi karakteristik penelitian ilmiah yang bersifat konkret atau empiris, objektif, terukur, rasional, serta sistematis. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang diteliti, sehingga dalam pelaksanaannya digunakan variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen)[14]. Dimana variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas Literasi Wakaf (X1), Media Online (X2), dan Media Sosial (X3). Sedangkan variabel dependen adalah Niat Berwakaf Uang (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan yang berjumlah 262 orang mahasiswa. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur tanggapan responden terhadap setiap pernyataan. Skala ini terdiri dari lima kategori penilaian, mulai dari Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1 hingga Sangat Setuju (SS) dengan skor 5. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner dalam format digital menggunakan Google Form atau kode barcode. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara sistematis untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Responden-Responden

Penelitian ini melibatkan 75 responden mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan dengan karakteristik yang beragam. Dari segi jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan, sehingga terlihat bahwa kelompok ini lebih dominan dalam memberikan tanggapan pada penelitian tentang wakaf. Berdasarkan semester, sebagian besar responden berada di semester akhir, yang berarti mereka sudah mendapat bekal mata kuliah terkait wakaf sehingga pemahamannya lebih matang.

Distribusi responden berdasarkan berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa perempuan mendominasi dengan persentase 79%, sedangkan laki-laki hanya 21% Hal ini menggambarkan bahwa mahasiswa perempuan lebih banyak mengisi kuesioner penelitian ini. Fakta tersebut selaras dengan fenomena bahwa perempuan lebih aktif dalam kegiatan akademik maupun sosial, termasuk dalam memberikan tanggapan terhadap topik wakaf yang menjadi fokus penelitian.

Usia mayoritas berada pada rentang 18–21 tahun, yaitu kelompok usia muda yang akrab dengan teknologi digital. Hal ini penting karena mereka lebih mudah menerima informasi dari media online maupun media sosial, yang menjadi fokus utama penelitian. Seluruh responden beragama Islam, sesuai dengan objek penelitian yang memang berhubungan langsung dengan ajaran syariah. Namun demikian, seluruh responden juga pernah mengikuti pendidikan non formal seperti madrasah atau pengajian, sehingga nilai-nilai keislaman sudah tertanam sejak dini.

[14] Sugiyono, *Meode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, ed. Sutopo, Kedua (Bandung: Alfabeta, 2023).

Secara keseluruhan, karakteristik ini menunjukkan bahwa responden adalah kelompok mahasiswa muda yang potensial untuk digerakkan dalam literasi dan praktik wakaf uang, terutama melalui pendekatan digital lewat media online dan media sosial.

Uji Validitas

Sebuah kuesioner dinyatakan valid apabila setiap pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu mengukur secara tepat apa yang seharusnya diukur sesuai dengan tujuan penelitian[15]. Setiap butir pernyataan dianggap valid apabila nilai r hitung > r tabel. Maka, didapat nilai r tabel = 0.2272 atau dengan kata lain nilai korelasi masing-masing butir pernyataan harus > 0,2272. Setelah dilaksanakan uji validitas, maka dapat dikatakan 24 butir pernyataan pada penelitian ini valid karena nilai korelasinya > 0,2272. Hasil lengkap pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Literasi Wakaf (X1)	LW1	0,866	0,2272	Valid
	LW2	0,716	0,2272	Valid
	LW3	0,817	0,2272	Valid
	LW4	0,780	0,2272	Valid
Media Online (X2)	MO1	0,681	0,2272	Valid
	MO2	0,684	0,2272	Valid
	MO3	0,796	0,2272	Valid
	MO4	0,789	0,2272	Valid
	MO5	0,822	0,2272	Valid
	MO6	0,765	0,2272	Valid
	MO7	0,698	0,2272	Valid
	MO8	0,636	0,2272	Valid
Media Sosial (X3)	MS1	0,641	0,2272	Valid
	MS2	0,839	0,2272	Valid
	MS3	0,851	0,2272	Valid
	MS4	0,862	0,2272	Valid
	MS5	0,851	0,2272	Valid
	MS6	0,744	0,2272	Valid
Niat Berwakaf Uang (Y)	NBU1	0,689	0,2272	Valid
	NBU2	0,688	0,2272	Valid
	NBU3	0,702	0,2272	Valid
	NBU4	0,807	0,2272	Valid
	NBU5	0,569	0,2272	Valid
	NBU6	0,496	0,2272	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Tujuan dari pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat konsistensi internal dari instrumen penelitian yang digunakan. Teknik pengujian dilakukan dengan menghitung nilai koefisien Cronbach's Alpha menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh >

[15] Budi Darma, "Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)," 2021.

0,60 setelah dilakukan uji reliabilitas. Hasil lengkap pengujian tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Item	Keterangan
Literasi Wakaf (X1)	0,805	4	Reliabel
Media Online (X2)	0,877	8	Reliabel
Media Sosial (X3)	0,883	6	Reliabel
Niat Berwakaf Uang (Y)	0,707	6	Reliabel

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi nilai residual dari suatu regresi tersebut normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan pendekatan Kolmogrov-Smirnov *Monte carlo*. Apabila signifikansi di atas 0,05 atau 5% maka data dinyatakan terdistribusi normal[16]. Berikut adalah hasil uji normalitas Kolmogrov-Smirnov:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			75
Normal Parametersa,b	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1,94425582
Most Extreme Differences	Absolute		,142
	Positive		,142
	Negative		-,079
Test Statistic			,142
Asymp. Sig. (2-tailed)			,001c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,092d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,084
		Upper Bound	,099

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,092. Maka dapat dinyatakan nilai signifikansi sebesar 0,092 > 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa nilai residual dinyatakan memiliki distribusi normal

Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas melalui scatterplot, maka dilakukan uji Spearman's Rho. Dasar pengambilan keputusan pada uji Spearman's Rho, yaitu Nilai Sig. 2-tailed > 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan nilai Sig. 2-tailed < 0,05, maka terjadi gejala heteroskedastisitas Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan uji Spearman's Rho:

Tabel 4 Hasil Uji Heterokedasitas

Correlations

[16] Ghozali, *Aplikasi Anal Isis Multivariate*, 2018.

			Literasi Wakaf	Media Online	Media Sosial	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Literasi Wakaf	Correlation Coefficient	1,000	,560**	,507**	,032
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,787
		N	75	75	75	75
	Media Online	Correlation Coefficient	,560**	1,000	,551**	,145
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,216
		N	75	75	75	75
	Media Sosial	Correlation Coefficient	,507**	,551**	1,000	,083
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,478
		N	75	75	75	75
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,032	,145	,083	1,000
		Sig. (2-tailed)	,787	,216	,478	.
		N	75	75	75	75

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel bebas terhadap nilai residual > 0,05 dengan masing-masing nilai signifikansi variabel literasi wakaf sebesar 0,787, nilai signifikansi variabel media online sebesar 0,216 dan nilai signifikansi variabel media sosial sebesar 0,487. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas di uji dengan dengan ketentuan Jika nilai Tolerance > 0,1 maka dinyatakan model regresi bebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas dan Jika nilai Variance Inflation Factor kurang dari 10 (VIF < 10), maka dinyatakan bebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	*Tolerance*	VIF	Kesimpulan
Literasi Wakaf (X1)	**0,639**	**1,564**	**Tidak terjadi multikolinieritas**
Media Online (X2)	**0,489**	**2,045**	**Tidak terjadi multikolinieritas**
Media Sosial (X3)	**0,503**	**1,986**	**Tidak terjadi multikolinieritas**

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk masing-masing variabel independen adalah > 0,1 dan nilai VIF < 10. Maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada variabel independen (bebas) tersebut.

Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 6 Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,636	2,365		3,652	,000
	Literasi Wakaf (X1)	,125	,153	,088	,815	,418
	Media Online (X2)	,289	,089	,402	3,268	,002
	Media Sosial (X3)	,189	,079	,288	2,376	,020

Berdasarkan tabel 6 hasil uji analisis regresi linear berganda diatas, maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

NBU = 8,639 + 0,125LW + 0,289MO + 0,189MS

Dari persamaan regresi diatas, dapat dinyatakan nilai koefisien regresinya sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 8,639 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai literasi wakaf, media online dan media sosial maka niat berwakaf uang sebesar 8,639.
2. Nilai koefisien regresi variabel literasi wakaf (X1) sebesar 0,125. Artinya penambahan satu satuan literasi wakaf maka akan mempengaruhi niat berwakaf uang sebesar 0,125 dengan asumsi variabel lain tetap. Tingkat signifikansi sebesar 0,418 > 0,05 dapat diartikan bahwa variabel literasi wakaf (X1) mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat berwakaf uang (Y).
3. Nilai koefisien regresi variabel media online (X2) sebesar 0,289. Artinya penambahan satu satuan media online maka akan mempengaruhi niat berwakaf uang sebesar 0,289 dengan asumsi variabel lain tetap. Tingkat signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 dapat diartikan bahwa variabel media online (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwakaf uang (Y).
4. Nilai koefisien regresi variabel media sosial (X3) sebesar 0,189. Artinya penambahan satu satuan media sosial maka akan mempengaruhi media sosial sebesar 0,189 dengan asumsi variabel lain tetap. Tingkat signifikansi sebesar 0,020 < 0,05 dapat diartikan bahwa variabel media sosial (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwakaf uang (Y)

Uji-T (Parsial)

Uji statistik t (uji parsial) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah setiap variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Penentuan ada atau tidaknya pengaruh dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada tabel 6, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

Pengaruh Literasi Wakaf Terhadap Niat Berwakaf Uang

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa variabel literasi wakaf 0,815 < 1,993 dan diketahui nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau 0,418 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} diterima dan Ha_1 ditolak, yang artinya literasi wakaf secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf uang studi pada mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi wakaf pada mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan sangat baik tetapi tidak mempengaruhi niat berwakaf uang. Pengaruh variabel literasi wakaf yang diukur dengan pengetahuan dasar dan pengetahuan lanjutan tentang wakaf terbukti tidak

memiliki hubungan yang signifikan dengan niat berwakaf uang di kalangan mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan.

Kondisi tersebut dipengaruhi oleh faktor eksternal, terutama terkait kepercayaan terhadap lembaga pengelola wakaf. Oleh karena itu, keberadaan nazhir atau lembaga wakaf yang memiliki akuntabilitas tinggi, transparansi dalam pengelolaan dana, serta reputasi yang baik menjadi determinan penting dalam pembentukan niat berwakaf. Tanpa adanya keyakinan terhadap integritas dan profesionalisme lembaga pengelola, literasi wakaf yang tinggi sekalipun tidak mampu mendorong partisipasi aktif dalam praktik wakaf uang. Hal ini didukung oleh data temuan penelitian yang menunjukkan bahwa sebanyak 94,1% responden menyatakan bahwa mereka merasa perlu mengetahui terlebih dahulu lembaga yang akan dipilih untuk berwakaf.

Pengaruh Media Online Terhadap Niat Berwakaf Uang

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa variabel media online 3,268 > 1,993 dan diketahui nilai probabilitas (sig) < 0,05 atau 0,002 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, yang artinya media online secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf uang studi pada mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan secara aktif memanfaatkan media online sebagai sumber informasi dalam proses pembelajaran dan melaksanakan tugas-tugas *(class work)* terkait wakaf.

Pengaruh signifikan media online terhadap niat berwakaf uang dapat dijelaskan melalui kecenderungan mahasiswa untuk mengakses situs-situs berita dan informasi seperti *Kompas.com*, *Waspada*, maupun portal web lainnya dalam rangka menyelesaikan tugas akademik, seperti pembuatan jurnal ilmiah atau penyelesaian soal materi wakaf. Aktivitas ini secara tidak langsung mendorong peningkatan literasi wakaf mahasiswa melalui media online, yang pada akhirnya membentuk sikap positif dan intensi yang lebih kuat untuk berpartisipasi dalam wakaf uang. Hal ini diperkuat oleh hasil tanggapan responden, di mana sebanyak 88,2% mahasiswa menyatakan bahwa mereka mengakses informasi melalui media online seperti *Kompas.com*, *Waspada*, dan situs web serupa ketika diberikan soal atau materi terkait wakaf.

Penelitian yang dilakukan oleh Ainurrahman, pada tahun 2025 bahwa media online berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwakaf uang.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Niat Berwakaf Uang

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa variabel media sosial 2,376 > 1,993 dan diketahui nilai probabilitas (sig) < 0,05 atau 0,020 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, yang artinya media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf uang studi pada mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa terpapar secara langsung oleh konten digital yang berkaitan dengan wakaf, yang pada akhirnya membentuk keyakinan serta dorongan internal untuk berpartisipasi dalam praktik wakaf. Pengaruh media sosial dalam mendorong niat berwakaf juga diperkuat dengan data bahwa sebanyak 94,1% mahasiswa mempunyai grup *whatsapp* bernuansa islam dan terlibat aktif dalam grup *whatsAp*p

bernuansa Islami, yang kerap menjadi sarana diskusi, penyebaran informasi keagamaan, dan ajakan berwakaf. Selain itu, seluruh responden (100%) pernah melihat iklan, unggahan, atau konten terkait wakaf uang di platform media sosial seperti YouTube, Instagram, maupun TikTok.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Lutfiyah, 2024) media sosial berpengaruh signifikan dan signifikan terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital

Uji-F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen, yaitu literasi wakaf, media online, dan media sosial, secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yakni niat berwakaf uang. Tingkat signifikansi yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan adalah 5% (0,05)

Tabel 7 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	253,257	3	84,419	21,427	,000[b]
	Residual	279,730	71	3,940		
	Total	532,987	74			

Berdasarkan tabel 7 diperoleh hasil uji statistik f sebesar 21,427. maka diperoleh nilai f tabel sebesar 2,734. Karena f hitung > f tabel atau 21,427 > 2,734 dan diketahui nilai probabilitas (sig) lebih kecil dari nilai alpha (α) yaitu 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima, yang artinya literasi wakaf, media online dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf uang pada mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model penelitian dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Nilai koefisien determinasi berada dalam rentang 0 hingga 1, di mana nilai yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model semakin baik dalam menjelaskan variabel terikat. Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 8 berikut.

Tabel 8 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,689[a]	,475	,453	1,98491

Berdasarkan tabel 8, maka dapat diketahui hasil Koefisien korelasi R sebesar 0,689 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dengan variabel dependen karena mendekati angka 1 (satu)

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dengan mengacu pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel literasi wakaf secara parsial tidak berpengaruh terhadap niat berwakaf uang sedangkan

media online dan media sosial secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap niat berwakaf uang secara simultan variabel literasi wakaf, media online dan media sosial berpengaruh dan signifikan terhadap niat berwakaf uang pada mahasiswa Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan. Dengan demikian, peningkatan literasi wakaf perlu diiringi dengan pemanfaatan media digital agar pesan dan nilai wakaf dapat tersampaikan secara lebih efektif kepada generasi muda maka peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian dengan menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi niat berwakaf uang, sehingga hasil penelitian di masa depan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam.

REFERENSI

Adelia, Dwi putri. "Pengaruh Literasi Wakaf, Persepsi Masyarakat, Dan Sikap Altruisme Terhadap Intensi (Niat) Berwakaf Uang Di Kelurahan Lebung Gajah Kota Palembang," 2022.

Adistii, Dinda, Dewi Susilowati, and Permata Ulfah. "Peran Akuntabilitas Sebagai Moderasi Hubungan Religiusitas Dan Literasi Wakaf Terhadap Minat Berwakaf Uang." *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 5, no. 2 (2021): 122–37.

Ainurrahman, Shafra. "Pengaruh Tingkat Literasi Wakaf, Akses Media Informasi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Berwakaf Uang (Studi Pada Asn Ditjen Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia)," 2025.

Darma, Budi. "Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)," 2021.

Ferry Rizki, Muhammad. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Untuk Berwakaf Uang Di Lembaga Wakaf Uang Unisia" 33, no. 1 (2022): 1–12.

Ghozali. *Aplikasi Anal Isis Multivariate*, 2018.

Irfany, Mohammad Iqbal, Abi Nubli Albajili, and Asep Nurhalim. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Wakaf Uang." *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam* 15, no. 2 (2022): 1–25.

Irliani, Y, M F AK, and H Wathan. "Pengaruh Islamic Lifestyle Terhadap Keputusan Berinfak Dan Bersedekah Mahasiswa Muslim." *Prosiding Konferensi Nasional Social &Engineering …*, 2023, 24–30.

Irtifa'ul Ulum, Mukhammad. "Pengaruh Literasi Wakaf, Religiusitas, Opinion Leader Terhadap Minat Berwakaf Tunai Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderasi," 2022.

Muttaqim, Hakim, Loso Judijanto, and Illa Susanti. "Efektivitas Wakaf Produktif Dalam Mendukung Pembangunan Ekonomi Umat." *Jurnal Ekonomi Utama* 4, no. 1 (2025): 108–117.

Nurhidayah, Ade. "Wakaf Uang Untuk Infrastruktur Merata Tahun 2025," 2024.

Redondo, Nova Rio. "Menelusuri Perkembangan Dan Tantangan Keberadaan Media Online Di Indonesia." *Kompas.Com*, 2023.

RISSC. *Muslim 500 The World's 500 Most Influential Muslims 2025*. Edited by Dr Tarek Elgawhary, 2025.

Saputra, Ekky, Nuraida Nuraida, and Sumaina Duku. "Peran Media Online Sripoku.Com Dalam Mendukung Pemasaran Media Cetak Sriwijaya Post." *Jurnal Multidisipliner Kapalamada* 2, no. 01 (2023): 42–54.

Sugiyono. *Meode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edited by Sutopo. Kedua. Bandung: Alfabeta, 2023.

Zuhirsyan, Muhammad, Politeknik Negeri Medan, Nurlinda Nurlinda, and Politeknik Negeri Medan. *Pengembangan Pengelolaan Ziswaf Kontemporer*, 2022.