

# POTENSI, PREFERENSI DAN PERILAKU MASYARAKAT MUSLIM SURABAYA TERHADAP WAKAF TUNAI SEBAGAI INSTRUMEN PEMBIAYAAN PEMBANGUNAN

Dr. Fatmah, MM

Pascasarjana, UIN Sunan Ampel Surabaya | fatmah.azis@gmail.com

**Abstrak** : Cash waqf in Indonesia has a great potential to be explored and developed into a solution in order to empower the people's economy. To that end, the purpose of this study is to provide information about the potential development of cash waqf based on the analysis of the potential of demographic, economic and social values. The study also analyzes how patterns of preferences and behaviors the community against cash waqf. Respondents used in this research is the 349 moslem community at Surabaya. Analytical techniques descriptive analysis is used. The results showed the potential cash waqf moslem society of Surabaya are very high based on indicators of demographic, economic and social values. Patterns of community preference in choosing cash waqf is based on consideration of the relative advantages, information disclosure, compatibility, complexity and triability. The fulfillment of such preference indicator against the formation of the moslem society of Surabaya positive behaviors that are ready to accept cash waqf in the concept level and run it in the practice level.

**Keywords** : cash waqf, potential, preferences, behaviors

## Pendahuluan

Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia beberapa waktu lalu, hingga saat ini masih menyisakan dampak. Masalah kemiskinan dan kesenjangan ekonomi masih menjadi agenda yang belum dapat diselesaikan. Pada tahun 2015, jumlah penduduk miskin di Indonesia mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2014 yakni dari 27,73 juta jiwa menjadi 28,59 juta jiwa atau meningkat dari 10,95% menjadi 11,22% pada tahun 2015.

Kemiskinan dan kesenjangan ekonomi harus mendapat perhatian kita bersama, karena dampak negatif yang terjadi dari dua hal ini sangatlah besar. Dampak pertama, adalah masalah-masalah sosial, seperti kecemburuan sosial akibat jurang pemisah antara miskin dan kaya begitu lebar. Kedua, adalah tentang kriminal, di mana akibat kemiskinan, maka jalan pintas yang dilakukan adalah melakukan perampokan, yang tidak jarang disertai dengan penganiayaan dan bahkan pembunuhan.

Kenyataan di atas mendorong para pemikir dan pengambil kebijakan di Indonesia untuk mencari solusi dari fenomena sosial tersebut. Maka

dimulailah meskipun belum sepenuhnya, implementasi dari sistem ekonomi Islam.

Diawali dari zakat. Diskusi dan penelitian mengenai peran zakat terhadap pengentasan kemiskinan sudah banyak dilakukan, terutama di negara-negara muslim mayoritas. Secara umum, berbagai penelitian menemukan adanya pengaruh implementasi zakat terhadap penurunan tingkat kemiskinan pada level mikro, yaitu dampak terhadap penerima zakat. Oleh karena itu, zakat idealnya dapat dijadikan sumber pendapatan yang dapat mengangkat harkat dan martabat penduduk miskin Indonesia yang sebagian besar adalah muslim. Namun, faktanya kontribusi pembayaran zakat yang berhasil dihimpun Indonesia saat ini masih relatif kecil jika dibandingkan dengan perekonomian nasional.

Satu potensi besar lain yang belum optimal implementasinya di Indonesia adalah wakaf tunai. Meskipun secara simbolik disahkannya UU No. 41 Tahun 2004 tentang Wakaf menandai kemauan negara untuk memperhatikan permasalahan sosial umat Islam. Seyogyanya, berdasarkan asumsi jika 1 juta umat Islam (angka yang sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah umat Islam di Indonesia yang mencapai 200 juta) mau mengumpulkan wakaf tunai sebesar Rp 100.000,- per bulan, maka akan diperoleh pengumpulan dana wakaf tunai Rp 100 milyar setiap bulan atau Rp 1,2 triliun per tahun. Sebuah angka yang cukup signifikan untuk menekan jumlah penduduk miskin di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa wakaf tunai sebagai salah satu instrumen ekonomi Islam memiliki potensi pengembangan yang cukup besar sehingga pada akhirnya akan dapat mengurangi jumlah penduduk miskin dan menurunkan angka kesenjangan ekonomi yang ada di Indonesia. Namun seberapa besar potensi tersebut, faktor-faktor apa yang mempengaruhi pengambilan keputusan untuk melaksanakan wakaf tunai dan bagaimana perilakunya, perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian ini didesain untuk memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut. Hal ini penting bagi pengambil kebijakan untuk memutuskan strategi pengembangan yang bertujuan mengoptimalkan pengelolaan wakaf tunai sehingga dapat menjadi instrumen pelengkap pembiayaan pembangunan. Hasil penelitian ini diharapkan juga bermanfaat bagi lembaga pengelola wakaf (nazhir) untuk dapat mendesain strategi pengumpulan dan penyaluran wakaf tunai sesuai preferensi dan perilaku masyarakat sehingga pengelolaan wakaf tunai dapat dilakukan dengan efektif, profesional (melalui pendekatan sosio-ekonomi) dan amanah.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Memberikan informasi tentang potensi pengembangan wakaf tunai yang didasarkan pada analisis potensi demografi, ekonomi dan nilai sosial; (2) Mengetahui pola preferensi masyarakat terhadap wakaf tunai; dan (3) Menganalisis perilaku masyarakat terhadap wakaf tunai.

Masyarakat muslim Surabaya dipilih sebagai subjek penelitian karena Surabaya memiliki fakta dan permasalahan empiris yang sesuai dengan masalah penelitian. Berdasarkan data Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur, dari tahun 2009 hingga 2015 penganut agama Islam terbesar berada di kota Surabaya yakni mencapai 2.499.116 jiwa dari total penduduk Surabaya yang berjumlah 2.943.528 jiwa. Namun, pertumbuhan jaringan layanan nazhir dan besarnya jumlah masyarakat muslim faktanya belum berpengaruh signifikan terhadap jumlah penerimaan wakaf tunai di Surabaya.

## **2. KAJIAN LITERATUR**

### **Wakaf Tunai**

Wakaf tunai adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang dan lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. Hukum mewakafkan uang tunai merupakan permasalahan yang diperdebatkan di kalangan ulama fiqih. Hal ini disebabkan karena cara yang lazim dipakai oleh masyarakat dalam mengembangkan harta wakaf berkisar pada penyewaan harta wakaf, seperti tanah, gedung, rumah dan sebagainya (wakaf dalam bentuk benda tidak bergerak).

Di Indonesia, dalam hal wakaf tunai pada tanggal 11 Mei 2002, Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia telah menetapkan fatwa sebagai berikut: (1) Wakaf uang (Cash Waqf/ Waqf al-Nuqud) adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai; (2) Termasuk ke dalam pengertian uang adalah surat-surat berharga; (3) Wakaf uang hukumnya jawaz (boleh); (4) Wakaf uang hanya boleh disalurkan dan digunakan untuk hal-hal yang dibolehkan secara syar'i; dan (5) Nilai pokok wakaf uang harus dijamin kelestariannya, tidak boleh dijual, dihibahkan dan atau diwariskan.

### **Potensi**

Potensi adalah kemampuan yang memiliki kemungkinan untuk dikembangkan. Pengukuran potensi dapat dilakukan dengan menggunakan ukuran tingkat demografi, ekonomi dan nilai sosial.

Potensi demografi dapat dideskripsikan dengan indikator umur, jenis kelamin dan pendidikan. Sedangkan potensi ekonomi diukur dengan penghasilan, status pekerjaan dan aksesibilitas wilayah. Selanjutnya nilai sosial menggunakan ukuran kedudukan sosial, tipologi keluarga dan status perkawinan.

### **Preferensi**

Preferensi adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen. Preferensi konsumen merupakan hal yang penting dalam pemasaran karena berhubungan erat dengan keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya, yaitu keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atas dasar preferensi konsumen.

Preferensi dapat diukur dengan menggunakan 5 (lima) indikator yang meliputi: (1) Keuntungan relatif, adalah keadaan dimana produk yang ditawarkan itu tampak lebih menguntungkan daripada produk yang sudah ada; (2) Keterbukaan informasi, adalah keadaan dimana informasi tentang kinerja produk dalam bentuk laporan pertanggungjawaban disampaikan secara terbuka kepada masyarakat secara berkala; (3) Kompatibilitas, adalah tingkatan dimana produk dirasa telah sesuai dengan nilai yang dianut, kepercayaan, pengalaman dan keinginan dari masyarakat; (4) Kompleksitas, dapat diartikan sebagai kondisi dimana produk yang ditawarkan dirasa mudah dimengerti dan digunakan; dan (5) Triabilitas, merupakan tingkat dimana pencarian informasi mengenai produk mudah didapatkan.

Perilaku

Perilaku adalah tindakan masyarakat yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk, termasuk didalamnya proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan itu.

### 3. METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh gambaran yang holistik mengenai potensi, preferensi dan perilaku masyarakat muslim Surabaya terhadap wakaf tunai, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei dalam pengumpulan datanya.

Survei terhadap masyarakat muslim Surabaya dilakukan di 5 wilayah, yakni Surabaya Selatan, Surabaya Utara, Surabaya Barat, Surabaya Timur dan Surabaya Pusat. Jumlah sampel dalam survei ini adalah 349 orang. Dengan jumlah sampel sebesar ini, hasil survei diharapkan dapat merepresentasi masyarakat muslim Surabaya dengan margin of error  $\pm 5\%$  dan pada tingkat kepercayaan 95% (Tabel Pendekatan Isac dan Michel). Sampel tersebut didistribusikan secara proporsional ke seluruh wilayah survei dengan mempertimbangkan jumlah populasi masyarakat muslim di masing-masing wilayah. Adapun teknik pemilihan sampel adalah secara acak.

Teknik analisis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Sebagaimana disebutkan di atas, hasil penelitian ini diharapkan mampu menyajikan deskripsi potensi, preferensi dan perilaku masyarakat muslim Surabaya terhadap wakaf tunai secara luas dan mendalam. Metode analisis yang dilakukan diharapkan dapat memenuhi kriteria tersebut. Setelah mendeskripsikan temuan, maka akan dianalisis melalui data kepustakaan untuk memberikan makna dibalik angka-angka yang tertera di dalam tabel atau grafik yang ada. Dengan demikian, gambaran yang holistik mengenai potensi, preferensi dan perilaku masyarakat muslim Surabaya terhadap wakaf tunai dapat dipetakan secara jelas.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data Badan Wakaf Indonesia, saat ini total wakaf tunai yang berhasil dihimpun baru sekitar 145,8 milyar. Data ini menunjukkan bahwa perolehan wakaf tunai di Indonesia masih kurang dari 1% jika dibandingkan dengan potensinya yang sebesar 60 triliun per tahun. Namun, jika diamati trend jumlah penerimaan dana wakaf tunai per tahun, maka dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan penerimaan pada setiap tahunnya. Artinya, wakaf tunai masih memiliki potensi untuk dikembangkan.

##### Potensi Wakaf Tunai di Surabaya

Analisis potensi pengembangan wakaf tunai di Surabaya dilakukan dengan memadukan perkembangan indikator dari variabel demografi, ekonomi dan nilai sosial. Variabel demografi diukur dengan indikator tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan. Sedangkan variabel ekonomi meliputi indikator total penghimpunan dan penyaluran dana wakaf tunai serta jumlah nazhir wakaf uang. Selanjutnya variabel nilai sosial diukur dengan menggunakan indikator jumlah penduduk muslim dan jumlah tempat ibadah.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Surabaya diketahui tingkat pendidikan penduduk kota Surabaya terdiri dari tidak tamat SD (13,37%), SD (21,74%), SMP (19,17%), SMA/SMK (33,23%) dan PT (12,48%). Jenis pekerjaan penduduk kota Surabaya didominasi oleh karyawan swasta (sektor perdagangan dan jasa). Sedangkan tingkat pendapatan dilihat dari pengeluaran konsumsi rumah tangga per kapita per bulan cukup tinggi yakni sebesar 1.388.848 rupiah. Secara umum dapat dideskripsikan penduduk kota Surabaya memiliki karakteristik tingkat pendidikan yang tinggi, aktif bekerja dan ditopang oleh semakin bertumbuhnya kelas menengah muslim.

Yuswohady menamai sosok masyarakat kelas menengah muslim dengan karakteristik tersebut sebagai universalist. Sosok masyarakat kelas menengah muslim ini di satu sisi memiliki pengetahuan/wawasan luas, pola pikir global dan melek teknologi, namun di sisi lain secara teguh menjalankan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Mereka memahami dan menerapkan nilai-nilai Islam secara substansif bukan normatif. Hasil survei Inventure menunjukkan bahwa pengeluaran kelas menengah untuk zakat dan sumbangan mencapai 5,4% dari total pengeluaran bulanan, sebuah angka yang cukup besar. Diperkuat dengan data Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) yang menyebutkan bahwa dalam 5 tahun terakhir rata-rata kenaikan penghimpunan zakat mencapai 24%. Kenaikan perolehan zakat tersebut merupakan wujud nyata kesadaran masyarakat kelas menengah muslim dalam mengadopsi nilai-nilai Islam serta menerapkannya ke dalam kehidupan bermasyarakat.

Ekuivalen dengan kondisi di atas, maka wakaf tunai sebagai salah satu instrumen ekonomi Islam seperti halnya zakat juga memiliki potensi besar untuk berkembang di Surabaya, kota metropolitan dengan dominasi kalangan masyarakat kelas menengah muslim.

Menurut data Badan Wakaf Indonesia (BWI), saat ini di Surabaya terdapat 8 nazhir wakaf tunai yang sudah terdaftar di BWI yakni Yayasan Yatim Mandiri, KJKS BMT Teladan, KJKS Sari Anas, KJKS Bersih dan Amanah, KJKS Manfaat, KJKS Sri Sejahtera, KJKS Wanita Khadijah dan Yayasan Masjid Al-Falah. Sedangkan untuk Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU), menteri agama telah menetapkan 15 bank meliputi Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, Bank Mega Syariah, Bank DKI Syariah, Bank BTN Syariah, Bank Syariah Bukopin, BPD Jogja Syariah, BPD Kalbar Syariah, BPD Jateng Syariah, BPD Kepri Riau Syariah, BPD Jatim Syariah, BPD Sumut Syariah, Bank CIMB Niaga Syariah dan Panin Bank Syariah.

Pada prinsipnya, semakin banyak LKS-PWU dan nazhir yang terlibat sebagai penerima setoran wakaf dan penyalur wakaf, maka semakin mudah masyarakat mengakses wakaf tunai. Dengan demikian, menyimak data BWI dan Kementerian Agama tersebut dapat dimaknai bahwa Surabaya memiliki potensi besar untuk berkembangnya wakaf tunai seiring dengan peningkatan jumlah nazhir dan LKS-PWU.

Berdasarkan data Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur, dari tahun 2009 hingga 2015 penganut agama Islam terbesar berada di kota Surabaya yakni mencapai 2.499.116 jiwa dari total penduduk Surabaya yang berjumlah 2.943.528 jiwa. Selanjutnya menurut data Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, sampai dengan tahun 2015 di Surabaya terdapat 1.596 masjid dan 1.657 mushola.

Berdasarkan fakta besarnya jumlah penduduk muslim dan banyaknya tempat ibadah yang ada di Surabaya maka semakin kuat simpulan bahwa Surabaya memiliki potensi besar untuk pengembangan wakaf tunai. Seyogyanya, masyarakat Surabaya yang mayoritas beragama Islam seharusnya merupakan captive market yang menguntungkan bagi pengembangan wakaf tunai.

Begitu pula jumlah tempat ibadah baik masjid maupun mushola yang sedemikian banyak. Seperti diketahui, saat ini masjid tidak lagi hanya menjadi tempat untuk menjalankan kegiatan ibadah, tetapi juga menjadi tempat untuk menjalankan berbagai kegiatan positif yang membawa kemanfaatan universal kepada masyarakat luas. Masjid dapat digunakan sebagai tempat mengkaji ilmu dan nilai-nilai Islam (pusat edukasi). Sehingga edukasi mengenai wakaf tunai kepada masyarakat dapat dilakukan secara lebih luas sejumlah ribuan tempat ibadah yang tersedia. Dan pada akhirnya akan semakin memperkuat

potensi wakaf tunai untuk berkembang di kalangan masyarakat muslim Surabaya.

### **Preferensi Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Wakaf Tunai**

Analisis preferensi masyarakat muslim Surabaya terhadap wakaf tunai dilakukan dengan mengidentifikasi variabel-variabel yang secara signifikan memengaruhi mereka dalam menerima dan memutuskan untuk melaksanakan wakaf tunai. Adapun variabel yang membentuk pola preferensi masyarakat muslim Surabaya terhadap wakaf tunai berdasarkan hasil penelitian ini meliputi keuntungan relatif, keterbukaan informasi, kompatibilitas, kompleksitas dan triabilitas.

Keuntungan relatif, adalah keadaan dimana produk yang ditawarkan itu tampak lebih menguntungkan daripada produk yang sudah ada. Pertanyaan terpenting untuk diajukan dalam mengevaluasi keberhasilan potensial dari suatu produk baru adalah "Apakah produk bersangkutan akan dirasakan menawarkan keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?". Persoalannya bukanlah apakah produk bersangkutan lebih baik secara objektif dibandingkan produk yang sudah ada, melainkan apakah masyarakat mungkin merasakan keuntungan relatif atau tidak. Sejauh mana produk baru tersebut akan menggantikan produk yang sudah ada atau melengkapi jajaran produk yang sudah ada di dalam inventori masyarakat. Secara ekonomi, wakaf tunai memiliki potensi besar untuk dikembangkan jika keuntungan relatifnya diedukasikan kepada masyarakat. Pemahaman masyarakat sangat terbatas jika dibandingkan dengan pemahaman mereka tentang zakat, infaq, sadaqah dan wakaf tradisional (wakaf dalam bentuk tanah dan bangunan), sehingga masyarakat (75% responden) tidak mengetahui bahwa wakaf tunai memiliki keuntungan relatif dibandingkan wakaf tradisional. Daya jangkauan dan mobilitas wakaf tunai jauh lebih merata dibandingkan model wakaf tradisional. Wakaf dalam bentuk tanah ataupun bangunan hanya dapat dilakukan oleh keluarga atau individu yang terbilang mampu (kaya) saja. Sedangkan wakaf tunai dapat dilaksanakan oleh semua masyarakat meskipun dengan dana terbatas.

Keterbukaan informasi, adalah keadaan dimana informasi tentang kinerja produk dalam bentuk laporan pertanggungjawaban disampaikan secara terbuka kepada masyarakat secara berkala. Nazhir wajib melaporkan setiap aktivitasnya. Sebagai lembaga pengelola dana wakaf, nazhir memiliki fungsi sebagai agen of trust. Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra yang dipercayai. Sehingga kepercayaan secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan. Kaitannya dengan hal ini, nazhir harus senantiasa menunjukkan kesungguhannya dalam pengelolaan dana wakaf tunai serta terus membangun reputasi yang baik sehingga wakif memiliki

keyakinan untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nazhir. Intinya, nazhir harus selalu menjaga kepercayaan dan bisa dipercaya. Kedua hal ini merupakan modal terbesar. Apabila nazhir sudah tidak dipercaya oleh masyarakat, upaya apapun yang dilakukan dalam rangka mengembangkan wakaf tunai di masyarakat tidak akan ada gunanya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kepercayaan yang demikian besar telah digantungkan masyarakat kepada nazhir wakaf uang. Hal ini mengandung makna masyarakat telah memiliki sikap positif kepada wakaf uang dan siap untuk menyisihkan uang mereka, dan untuk dapat mempertahankan sikap positif ini masyarakat berharap nazhir transparan mensosialisasikan penerimaan dan pemanfaatan dana wakaf tunai melalui media baik cetak maupun elektronik serta media sosial.

Kompatibilitas, adalah tingkatan dimana produk dirasa telah sesuai dengan nilai yang dianut, kepercayaan, pengalaman dan keinginan dari masyarakat. Dengan semakin meningkatnya penghasilan, kini mulai muncul kesadaran di kalangan kelas menengah muslim untuk mengembalikan sebagian penghasilannya kepada orang-orang yang membutuhkan. Alasannya cukup meyakinkan, karena mereka semakin memercayai bahwa semakin banyak mereka memberi, maka semakin banyak pula mereka diberi rezeki oleh Allah. Begitu pula dengan wakaf tunai, masyarakat muslim kelas menengah Surabaya percaya bahwa wakaf tunai ada sebuah pilihan "memberi" yang mereka yakini akan terus menjadi amalan bagi mereka bahkan saat mereka sudah tidak lagi berada di dunia. Selain itu mereka juga memercayai bahwa dengan berwakaf maka mereka akan terus diberi kebaikan yang lebih (barakah), serta akan selalu mendapat kemudahan terhadap apapun yang mereka lakukan di jalan Allah.

Kompleksitas, dapat diartikan sebagai kondisi dimana produk yang ditawarkan dirasa mudah dimengerti dan digunakan. Dengan kata lain, semakin kompleks produk baru bersangkutan maka akan semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa masyarakat muslim kelas menengah Surabaya meyakini bahwa wakaf tunai hukumnya boleh. Wakaf tunai mengandalkan aset lancar (likuid) berupa uang. Dengan demikian, pelaksanaannya lebih mudah apabila dibandingkan dengan wakaf tanah dan bangunan. Dalam segi jumlah, wakaf tunai hanya membutuhkan porsi kecil kekayaan sehingga dapat menarik semakin banyak orang untuk berwakaf. Namun demikian, hasil penelitian ini juga menemukan bahwa masyarakat kelas menengah muslim Surabaya menginginkan kemudahan dalam operasionalnya. Jemput bola dan wakaf online menjadi preferensi utama mereka dalam berwakaf tunai.

Triabilitas, merupakan tingkat dimana pencarian informasi mengenai produk mudah didapatkan. Masyarakat muslim kelas menengah Surabaya berubah dengan sangat cepat dan fundamental. Mereka makin makmur, makin



pintar, dan makin religius. Karena itulah triabilitas menjadi salah satu indikator kuat preferensi mereka. Informasi online yang lengkap menjadi tuntutan mereka untuk semakin meningkatkan literasi dan inklusi wakaf tunai.

## 5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan:

- 1) Berdasarkan analisis demografi, ekonomi dan nilai sosial diketahui bahwa Surabaya memiliki potensi besar untuk pengembangan wakaf tunai.
- 2) Analisis preferensi masyarakat muslim Surabaya terhadap wakaf tunai dilakukan dengan mengidentifikasi variabel-variabel yang secara signifikan memengaruhi mereka dalam menerima dan memutuskan untuk melaksanakan wakaf tunai, meliputi keuntungan relatif, keterbukaan informasi, kompatibilitas, kompleksitas dan triabilitas.
- 3) Perilaku masyarakat muslim Surabaya terhadap wakaf tunai menunjukkan respon positif yakni siap menerima wakaf tunai dalam tataran konsep dan menjalankannya dalam tataran praktik.

## REFERENSI

- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia dan Departemen Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. 2016. *Wakaf: Pengaturan dan Tata Kelola yang Efektif*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia dan P3EI Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. 2016. *Pengelolaan Zakat yang Efektif: Konsep dan Praktik di Berbagai Negara*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Fatmah. 2008. *Bank Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah Bukan Bank: Analisis Historis, Teoretis dan Praktis*. Surabaya: Unesa Press.
- Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Nomor Dj.II/420 Tahun 2009 tentang Administrasi Pendaftaran Wakaf Uang.
- Najib, Tuti A. dan al-Makassary, Ridwan. 2006. *Wakaf, Tuhan, dan Agenda Kemanusiaan: Studi tentang Wakaf dalam Perspektif Keadilan Sosial di Indonesia*. Jakarta: Center for the Study of Religion and Culture (CSRC) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2009 tentang Administrasi Pendaftaran Wakaf Uang.
- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 105.
- Sudirman. 2013. *Total Quality Management (TQM) untuk Wakaf*. Malang: UIN Maliki Press.
- Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 159.
- Yuswohady, Dewi Madyani, Iryan Ali Herdiansyah dan Ikhwan Alim. 2014. *Marketing to The Middle Class Muslim: Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.