

ABSTRAK

Wakaf uang memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, namun realisasinya masih rendah akibat minimnya literasi masyarakat yang masih menganggap wakaf hanya berupa aset tidak bergerak. Bank Mega Syariah sebagai LKS-PWU telah berinovasi dalam penghimpunan dan pengelolaan wakaf uang melalui platform digital dan program seperti cash wakaf link sukuk(cwls) yang berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat. Namun, masih terdapat kesenjangan antara potensi dan realisasi wakaf uang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat dalam berwakaf uang di Bank Mega Syariah.

Pendekatan kuantitatif adalah metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner skala likert dibagikan kepada nasabah bank mega syariah sebagai bagian dari strategi pengumpulan data. Pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Hair et al*, sehingga sampel penelitian ini berjumlah 55 Responden. Adapun yang menjadi sampel atau responden dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Mega Syariah KC Palembang Transmart. Teknik pengolahan data menggunakan SPSS Versi 26.

Hasil akhir dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang melalui bank mega syariah. Variabel pengetahuan memiliki pengaruh sebesar 10% terhadap minat berwakaf uang, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,100. Sisanya 90% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: Bank Mega Syariah, Minat, Pengetahuan, wakaf uang,

ABSTRACT

Cash waqf has great potential to improve societal welfare. However, its realization remains low due to the lack of public literacy, as many still perceive waqf as only involving immovable assets. Bank Mega Syariah, as an Islamic Financial Institution for Cash Waqf (LKS-PWU), has innovated in the collection and management of cash waqf through digital platforms and programs such as the Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS), which has successfully increased public participation. However, there is still a gap between the potential and realization of cash waqf. Therefore, this study aims to analyze the influence of knowledge on public interest in cash waqf at Bank Mega Syariah.

A quantitative approach is used as the research methodology. A Likert-scale questionnaire was distributed to Bank Mega Syariah customers as part of the data collection strategy. The sample size was determined using Hair et al.'s formula, resulting in 55 respondents. The respondents in this study are customers of Bank Mega Syariah KC Palembang Transmart. Data processing was conducted using SPSS Version 26.

The final results of this study indicate that knowledge has a positive and significant influence on interest in cash waqf through Bank Mega Syariah. The knowledge variable contributes 10% to the interest in cash waqf, as indicated by an R Square value of 0.100. The remaining 90% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Bank Mega Syariah, interest, Knowledge, cash waqf.