

Pengaruh Persepsi Jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung terhadap Minat Wakaf Uang di Wakaf Daarut Tauhiid

Dewi Hairunnisa, Ifa Hanifia Senjiati, Yayasan Rahmat Hidayat

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

dewihairunnisa35@gmail.com, ifa.wahyudin@gmail.com, yayatrahmat92@gmail.com

Abstract—Cash waqf is a type of potential waqf. However, the receipt of waqf funds has not reached its potential. This is due to the majority of people knowing endowments on immovable objects. Actions in realizing this potential are related to someone's interest in representing money. As for the emergence of one's interest is needed influencing factors such as perception factors. If someone has a good perception of money endowments, there will be an interest in representing money. The purpose of this study: To determine the perception of pilgrims about cash waqf, interest in money endowments, and the influence of perceptions of money endowment interests. The research method is quantitative. Data sources are primary and secondary. The type of data is field data. Data collection techniques using questionnaires, study of literature, documentation. Data analysis uses simple regression analysis and processing through SPSS software. The results showed that the perception regarding cash waqf was good and had a very high interest in cash waqf. Based on regression testing, t value is 4.458, a significance level of 0.000 (<0.05), which means that perceptions have a significant positive effect on the interests of cash waqf. The coefficient of determination is 0.169, which means the effect of perception variables on the interests of endowment is 16.9% and the remaining 83.1% is influenced by other.

Keywords—cash waqf, perception, interest.

Abstrak—Wakaf uang merupakan jenis harta wakaf yang potensial. Akan tetapi, penerimaan dana wakaf belum mencapai angka potensi. Hal ini disebabkan mayoritas masyarakat hanya mengetahui wakaf pada benda tidak bergerak. Tindakan dalam merealisasikan potensi tersebut berkaitan dengan minat seseorang dalam berwakaf uang. Adapun dalam memunculkan minat seseorang diperlukan faktor yang mempengaruhi seperti faktor persepsi. Apabila seseorang memiliki persepsi yang baik terhadap wakaf uang maka akan timbul sebuah minat untuk berwakaf uang. Tujuan penelitian ini: Untuk mengetahui persepsi jemaah tentang wakaf uang, minat terhadap wakaf uang, dan pengaruh persepsi jemaah terhadap minat wakaf uang. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif. Sumber data berupa primer dan sekunder. Jenis datanya ialah data lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, studi literatur, dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dan pengolahan data melalui software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan persepsi jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung mengenai wakaf uang ialah baik dan jemaah memiliki minat yang sangat tinggi terhadap wakaf uang. Berdasarkan pengujian regresi, diperoleh nilai t sebesar

4,458 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) yang artinya bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wakaf uang. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,169 yang berarti pengaruh variabel persepsi terhadap minat wakaf uang 16,9% dan sisanya 83,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci—wakaf uang, persepsi, minat..

I. PENDAHULUAN

Wakaf merupakan salah satu instrumen ekonomi Islam yang sangat berperan dalam pemberdayaan ekonomi umat. Wakaf telah berperan dalam pengembangan sosial, budaya, pendidikan, kesehatan, dan ekonomi. Seperti di Mesir, Saudi Arabia, Turki, dan beberapa negara lainnya, pembangunan dan berbagai sarana prasarana ibadah, pendidikan, dan kesehatan dibiayai dari hasil pengembangan wakaf (Lubis 2010).

Pengelolaan *asset* wakaf di Indonesia lebih dari 50% digunakan untuk tempat ibadah yaitu masjid 54,17%, prasarana sekolah sebesar 16,84%, sisanya 16,36% digunakan untuk sosial, 7,35% makam, dan 5,28% pesantren (Triyanta dan Zakie 2014). Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa orientasi pemanfaatan *asset* wakaf masih banyak dikelola dengan terbatas. Padahal, untuk dapat membantu menunjang keberlangsungan fungsi aset wakaf tersebut, diperlukan pembiayaan yang terkadang juga berakibat terlantarnya aset wakaf karena kurangnya biaya pemeliharaan. Sedangkan apabila harta wakaf tersebut dikelola dengan baik maka hasilnya dapat dimanfaatkan untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat (Ismawati dan Anwar 2019).

Wakaf uang merupakan salah satu sumber potensial dari wakaf. Keunggulan wakaf uang adalah lebih fleksibel dalam pengelolaan, dan dapat membantu menunjang keberlangsungan *asset* wakaf tersebut. Selain itu, semua masyarakat dapat melakukannya tanpa menunggu kaya atau memiliki tanah yang luas. Wakaf uang dalam konteks regulasi di Indonesia adalah wakaf berupa harta benda bergerak uang dengan mata uang rupiah melalui lembaga keuangan syariah yang ditunjuk pemerintah (Ash-Shiddiqi 2018).

Sebagian besar masyarakat Indonesia (50%) lebih mengetahui terhadap wakaf benda tidak bergerak, 38% terhadap wakaf melalui uang, dan sisanya 12% yang mengetahui wakaf uang (Sulistianti 2020). Wakaf uang belum dapat dilakukan oleh sebagian besar masyarakat karena adanya persepsi dari mayoritas umat Islam di Indonesia yang menyakini bahwa wakaf keagamaan jauh lebih penting dari pada wakaf untuk pemberdayaan sosial. Sehingga banyak dari mereka yang mengeluarkan wakaf untuk kegiatan keagamaan, seperti untuk pembangunan masjid, mushola, makam dan sebagainya (Handayani dan Kurnia 2015). Wakaf uang juga mengalami berbagai masalah dalam pengembangannya. Potensi wakaf uang di Indonesia tahun 2018 mencapai Rp.180 Triliun, sedangkan realisasinya hanya Rp.400 Miliar. Pada tahun 2019, potensi wakaf uang bertambah Rp.77 Triliun dengan target realisasi Rp.800 Miliar(Sulistianti 2020).

Wakaf Daarut Tauhiid merupakan salah satu lembaga pengelola wakaf di Kota Bandung yang memfokuskan pada strategi penggalangan dana, pengelolaan asset, dan pemanfaatan hasil. Ada lima strategi penggalangan dana wakaf yang dilakukan oleh Wakaf Daarut Tauhiid, yaitu layanan langsung, layanan jemput wakaf, sorban wakaf, kotak wakaf, dan layanan perbankan. Di bawah ini terdapat data mengenai penghimpunan dana wakaf lembaga Wakaf Daarut Tauhiid Bandung.

TABEL 1. PENGHIMPUNAN DANA WAKAF LEMBAGA WAKAF DAARUT TAUHIID BANDUNG

No.	Tahun	Target	Realisasi	Pencapaian
1.	2011 (I)	3.760.000.000	1.760.000.000	46,81%
2.	2011 (II)	3.760.000.000	797.013.193	21,20%
3.	2012 (I)	3.000.000.000	904.557.274	30,15%
4.	2012 (II)	3.000.000.000	592.001.672	19,73%
5.	2013 (I)	5.660.000.000	1.010.000.000	17,85%
6.	2013 (II)	5.660.000.000	1.580.000.000	27,91%
7.	2014 (I)	10.520.000.000	6.650.000.000	63,21%

Sumber: Laporan Keuangan Pusat Pengembangan Wakaf Daarut Tauhiid (Jannah, et al 2015).

Berdasarkan laporan penerimaan dana wakaf pada tabel 1 di atas, realisasi penghimpunan dana wakaf dari setiap tahunnya belum mencapai target penghimpunan dana wakaf. Adapun pada tahun 2018, realisasi penghimpunan dana wakaf di Wakaf Daarut Tauhiid hanya memperoleh 1.100.904.054 (lebih kecil dari tahun 2014) (*Wakaf Daarut Tauhiid* 2019).

Besarnya target/potensi dalam mengumpulkan dana wakaf tersebut, seharusnya dapat direalisasikan. Tindakan dalam merealisasikan potensi wakaf uang berkaitan dengan minat seseorang dalam berwakaf uang. Minat merupakan

salah satu hal penting dalam mempengaruhi tindakan, karena jika tidak ada minat maka tidak ada hal yang terjadi (Amalia dan Puspita 2018). Selain itu, adanya persepsi masyarakat terhadap wakaf uang dapat mempengaruhi tindakan seseorang untuk memunculkan minat dalam berwakaf. Karena, jika persepsi masyarakat keliru terhadap wakaf uang maka minat untuk berwakaf dan potensi penghimpunan dana wakaf tidak akan terealisasikan. Dari persepsi inilah yang menjadi landasan seseorang dalam memutuskan pilihan untuk berminat terhadap wakaf uang.

Peneliti mengambil survei kepada masyarakat kota Bandung yang menjadi jemaah Masjid Daarut Tauhiid. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari beberapa lembaga wakaf yang ada di kota Bandung, lembaga Wakaf Daarut Tauhiid memiliki lokasi yang paling berdekatan dengan masjid. Jarak antara masjid dan lembaga wakaf ialah hanya 16 meter. Selain itu, banyak orang berlalu lalang seperti para santri, mahasiswa, atau warga lainnya disekitaran masjid dan lembaga wakaf. Artinya, dengan keadaan lingkungan yang banyak dilalui orang dan lokasi lembaga wakaf yang mudah dijangkau, dapat berpotensi terhadap penghimpunan wakaf uang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi jemaah persepsi jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung mengenai wakaf uang?
2. Bagaimana minat wakaf uang di lembaga Wakaf Daarut Tauhiid?
3. Bagaimana pengaruh persepsi jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung terhadap minat wakaf uang di lembaga Wakaf Daarut Tauhiid?

Adapun berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung mengenai wakaf uang.
2. Untuk mengetahui minat wakaf uang di lembaga Wakaf Daarut Tauhiid.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung terhadap minat wakaf uang di lembaga wakaf Daarut Tauhiid

II. LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum tentang Wakaf

Wakaf (jamaknya *Awqaf*) menurut terminologi Hukum Islam didefinisikan sebagai suatu tindakan penahanan dari penggunaan dan penyerahan aset dimana seseorang dapat memanfaatkan atau menggunakan hasilnya untuk tujuan amal sepanjang barang tersebut masih ada (Munib 2014). Dasar hukum wakaf salah satunya terdapat pada surat Al-Imran ayat 92 :

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Artinya:

“Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebahagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya.” (Q.S. Al-Imran [3] : 92).

Harta benda wakaf terdiri dari benda tidak bergerak (tanah, bangunan, rumah, dll) dan benda bergerak (uang, logam mulia, saham, kendaraan, dll).

B. Wakaf Uang

Wakaf Uang atau *cash waqf* dalam definisi Departemen Agama adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, dan lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang. Dengan demikian, wakaf uang merupakan salah satu bentuk wakaf yang diserahkan oleh seorang *waqif* kepada nazhir dalam bentuk uang kontan (Ismawati dan Anwar 2019, hlm.130). Hadis mengenai wakaf uang yaitu: “Diriwayatkan dari Ibnu Umar r.a, Ia berkata Umar r.a berkata kepada Nabi SAW, “saya mempunyai seratus saham (tanah, kebun) di Khaibar, belum pernah saya mendapatkan harta yang lebih saya kagumi melebihi tanah itu, saya bermaksud menyedekahkannya”. Nabi SAW berkata “tahanlah pokoknya dan sedekahkan buahnya pada sabilillah”. (H.R. An-Nasa’i dan Ibnu Majah) (Muhammad, t.t.).

Wakaf uang mulai gencar disosialisasikan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) sejak disahkannya Undang-Undang (UU) No 41 tahun 2004 tentang wakaf. UU ini diperkuat dengan terlebih dahulu terbitnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tanggal 11 Mei 2002. Konsep wakaf uang menurut madzhab Hanafi ialah dengan menjadikannya modal usaha dengan cara mudharabah, sedangkan keuntungannya disedekahkan kepada pihak wakaf atau diinvestasikan di perusahaan dan keuntungannya disalurkan sebagai hasil wakaf (Munib 2014).

Wakaf uang memiliki kekuatan yang bersifat umum dimana setiap orang bisa menyumbangkan harta tanpa batas-batas tertentu. Demikian juga fleksibilitas wujud dan pemanfaatannya dapat menjangkau seluruh potensi untuk dikembangkan secara maksimal. Dana wakaf tidak akan berkurang jumlahnya, akan tetapi terus berkembang melalui

investasi yang aman dan sesuai syariah. Wakaf uang tidak hanya bisa menjadi investasi di dunia, akan tetapi wakaf uang juga bisa menjadi salah satu investasi di akhirat bagi umat Islam yang berwakaf. Wakaf uang dapat menjadi amal jariyah bagi seseorang yang berwakaf. Keunggulan wakaf uang yang memiliki manfaat berlipat, akan memberikan pahala yang terus mengalir kepada *waqif*, meskipun seorang *waqif* sudah meninggal dunia.

C. Konsep Minat

Minat adalah suatu rasa atau sikap ketertarikan, kesukaan dan kesenangan akan suatu hal, objek maupun aktivitas tertentu tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Minat mengandung makna yang paling penting yakni adanya perhatian lebih pada suatu objek serta adanya usaha untuk mendekati, mengetahui dan berhubungan dengan objek tersebut (Shaleh 2004).

Adapun maksud minat berwakaf dalam penelitian ini adalah suatu ciri atau kriteria seseorang dalam berwakaf yang meliputi:

1. Pemilik sah harta benda wakaf
2. Memiliki jiwa sosial yang tinggi kepada sesama
3. Memiliki sifat religius (Husniyah 2019).

Minat seseorang yang akan berwakaf uang dapat menjadi perilaku berwakaf uang, sehingga seseorang tidak hanya berwakaf uang sekali saja. Perilaku berwakaf uang tentu saja dapat menaikkan dana wakaf uang sehingga dapat dikelola untuk kepentingan bersama (Amalia dan Puspita 2018).

Minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal. Faktor eksternal adalah dorongan seseorang untuk berwakaf yang dipengaruhi oleh faktor luar seperti lingkungan dan strategi *marketing* dari suatu lembaga. Faktor internal adalah dorongan dari dalam diri seseorang yang berhubungan dengan rasa sakit, rasa takut, rasa ingin tahu dan sebagainya. Faktor internal disini dapat dipengaruhi oleh tingkat keberagaman seseorang atau religiusitas (Rochimi 2018).

D. Teori Persepsi

Persepsi menurut Desirato adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rahmat 2007, hlm.51). Persepsi dalam pandangan Islam adalah suatu proses kognitif yang dialami individu dalam memahami informasi baik melalui panca indra maupun pemahaman dengan hati dan akal (Ningsih 2017). Adapun Firman Allah SWT yang menjadi dasar untuk memahami persepsi yaitu sebagai berikut

يَعْلَمُ خَائِنَةَ الْأَعْيُنِ وَمَا تُخْفِي الصُّدُورُ

“Dia mengetahui (pandangan) mata yang khianat dan apa yang disembunyikan oleh hati” (Q.S Ghafir ayat 19).

Dengan persepsi, individu dapat menyadari tentang keadaan lingkungan disekitarnya maupun hal yang ada dalam diri individu tersebut. Maka dari itu, persepsi sedikit banyak akan mempengaruhi bagaimana seseorang berperilaku. Salah satu cara untuk mengetahui perilaku masyarakat (*waqif*) dalam berwakaf adalah dengan menganalisis persepsi *waqif* terhadap wakaf. Oleh karena itu, dengan persepsi *waqif* kita dapat mengetahui hal – hal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, kesempatan ataupun ancaman untuk melakukan wakaf (Hutomo 2018).

Adapun faktor – faktor dalam persepsi ialah pengetahuan, pengalaman, dan lingkungan. Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu (Hutomo 2018). Indikator dari pengetahuan ialah *know, comprehension, application, analysis, syynthesis, evaluation*. Faktor selanjutnya ialah pengalaman, pengalaman merupakan suatu kejadian yang pernah dialami, dijalani, dirasakan, ditanggung, dan sebagainya. Pengalaman konsumen sebelumnya akan mempengaruhi harapan – harapan mereka. Indikator pengalaman menurut Schmitt (Ariestyan 2014) ada 5, yaitu *sense, feel, think, act, relate*. Faktor terakhir ialah lingkungan, lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada disekitar manusia yang mempengaruhi perkembangan kehidupan manusia baik langsung maupun tidak langsung. Lingkungan terbagi menjadi dua, yaitu makro dan mikro. Lingkungan mikro adalah lingkungan yang sangat dekat dengan konsumen yang berinteraksi langsung dengan konsumen seperti ayah, ibu, adik, kakak dan anggota keluarga yang lain yang tinggal bersama dengan konsumen. Sedangkan, lingkungan makro adalah lingkungan yang jauh dari konsumen yang bersifat umum dan berskala luas, misalnya sistem politik dan hukum, kondisi ekonomi, dan budaya. Maka dari itu lingkungan memiliki pengaruh luas terhadap masyarakat (Ariestyan 2014).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner yang terdiri dari 13 pernyataan untuk variabel X (persepsi) dan 10 pernyataan untuk variabel Y (minat), jumlah keseluruhan pernyataan adalah 23 pernyataan. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandung yang menjadi jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung dengan sampel sebanyak 100 responden.

A. Persepsi Jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung Mengenai Wakaf Uang

Jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai wakaf uang. Persepsi tersebut diberikan berdasarkan pengetahuan, pengalaman dan lingkungan yang mempengaruhi.

Berikut hasil perolehan skor masing-masing skala dari

13 pernyataan mengenai variabel persepsi:

TABEL 2. SKOR VARIABEL X (PERSEPSI)

Skala/Kriteria	Skor Total 13 Pernyataan	Skor (Nilai Skala*Skor Total Pernyataan)
Sangat Setuju (5)	534	2670
Setuju (4)	421	1684
Cukup/Netral (3)	278	834
Tidak Setuju (2)	57	114
Sangat Tidak Setuju (1)	10	10
Total Skor Variabel		5312

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Tabel 2. diatas menunjukkan bahwa dari 13 pernyataan kuesioner mengenai variabel persepsi (X), diperoleh skor Sangat Setuju (SS) 2670, Setuju (S) 1684, Netral/Cukup 834, Tidak Setuju (TS) 114, dan Sangat Tidak Setuju (STS) 10. Maka dari itu, total skor variabel persepsi (X) sebesar 5312.

Selanjutnya, hasil skor variabel tersebut dilakukan perhitungan untuk mengetahui kategori variabel dalam garis kontinum.

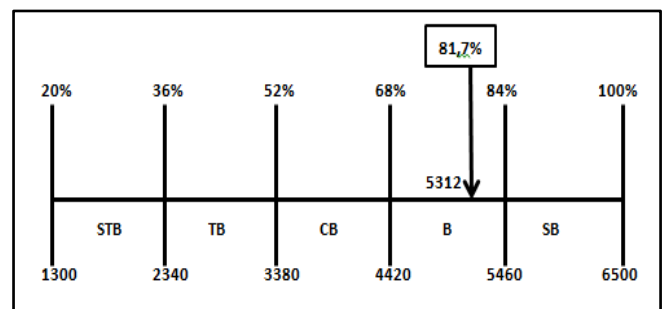
$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai Tertinggi} &= \text{Skala tertinggi} \times \text{jumlah pernyataan} \times \text{responden} \\ &= 5 \times 13 \times 100 \\ &= 6500 (100\%) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai Terendah} &= \text{Skala terendah} \times \text{jumlah pernyataan} \times \text{responden} \\ &= 1 \times 13 \times 100 \\ &= 1300 (20\%) \end{aligned}$$

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = (6500-1300) : 5 = 1.040$$

$$\begin{aligned} \text{Variabel (X)} &= (\text{Skor Variabel} : \text{N.Max}) \times 100\% \\ &= (5312 : 6500) \times 100\% \\ &= 81,7\% \end{aligned}$$



Gambar 1. Garis Kontinum Variabel X (Persepsi)

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Berdasarkan Gambar 1. di atas, dapat dijelaskan bahwa skor variabel persepsi (X) ialah sebesar 5312 dengan persentase 81,7%. Dimana hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi jemaah mengenai wakaf uang termasuk dalam kategori “Baik”. Meskipun secara keseluruhan sudah masuk

pada kategori baik, akan tetapi dari segi pengetahuan masih ada jemaah yang belum mampu menjabarkan informasi terkait wakaf uang dimulai dari cara mewakafkan sampai wakaf uang itu disalurkan. Karena, jemaah Daarut Tauhiid lebih sering berwakaf uang dengan layanan sorban wakaf. Dimana, dengan penghimpunan melalui sorban wakaf, jemaah hanya ikut berwakaf uang tanpa tahu proses penyaluran wakaf uang tersebut.

B. Minat Jemaah terhadap Wakaf Uang di Wakaf Daarut Tauhiid

Minat adalah suatu rasa atau sikap ketertarikan, kesukaan dan kesenangan akan suatu hal, objek maupun aktivitas tertentu tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Adapun Minat jemaah terhadap wakaf uang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal (religiusitas) dan eksternal (strategi marketing lembaga dan kondisi lingkungan).

Berikut hasil perolehan skor masing-masing skala dari 10 pernyataan mengenai variabel minat wakaf uang:

Tabel 3. Skor Variabel Y (Minat)

Skala	Hasil Skor Pernyataan	Skor (Nilai Skala*Skor Pernyataan)
Sangat Setuju (5)	677	3385
Setuju (4)	226	904
Cukup/Netral (3)	69	207
Tidak Setuju (2)	21	42
Sangat Tidak Setuju (1)	7	7
Total Skor Variabel		4545

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Tabel 3. diatas menunjukkan bahwa dari 10 pernyataan kuesioner mengenai variabel persepsi (X), diperoleh skor Sangat Setuju (SS) 3385, Setuju (S) 904, Netral/Cukup 207, Tidak Setuju (TS) 42, dan Sangat Tidak Setuju (STS) 7. Maka dari itu, total skor variabel persepsi (X) sebesar 4545.

Selanjutnya, hasil skor variabel tersebut dilakukan perhitungan untuk mengetahui kategori variabel dalam garis kontinum.

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

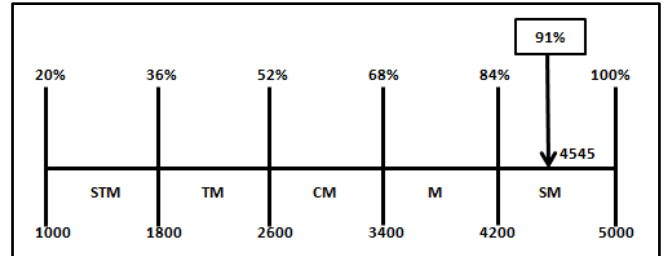
$$\begin{aligned} \text{Nilai Tertinggi} &= \text{Skala tertinggi} \times \text{jumlah pernyataan} \times \text{responden} \\ &= 5 \times 10 \times 100 \\ &= 5000 \text{ (100\%)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai Terendah} &= \text{Skala terendah} \times \text{jumlah pernyataan} \times \text{responden} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= 1 \times 1 \times 100 \\ &= 1000 \text{ (20\%)} \end{aligned}$$

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = (5000-1000) : 5 = 800$$

$$\begin{aligned} \text{Variabel (Y)} &= (\text{Skor Variabel} : \text{N.Max}) \times 100\% \\ &= (4545 : 5000) \times 100\% \\ &= 91\% \end{aligned}$$



Gambar 2. Garis Kontinum Variabel Y (Minat)
Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Berdasarkan Gambar 2. di atas, dapat dijelaskan bahwa skor variabel minat (Y) ialah sebesar 4545 dengan persentase 91%. Dimana hal tersebut menunjukkan bahwa minat jemaah terhadap wakaf uang di lembaga Wakaf Daarut Tauhiid termasuk kategori “Sangat Berminat”. Artinya ialah, jemaah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan strategi marketing lembaga juga lingkungannya pun mendorong jemaah untuk berwakaf uang di Wakaf Daarut Tauhiid.

C. Pengaruh Persepsi Jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung terhadap Minat Wakaf Uang di Wakaf Daarut Tauhiid

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi sederhana. Tujuannya ialah untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi (X) terhadap variabel minat (Y). Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu kuesioner dan data sekunder yaitu dokumentasi dan berbagai sumber literatur yang mendukung penelitian.

Hasil penelitiannya ialah diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut: $Y = 30,745 + 0,277X$. Nilai konstanta (Y) mendapatkan hasil sebesar 30,745, artinya jika variabel persepsi (X) nilainya adalah 0 (nol), maka variabel minat wakaf uang (Y) bernilai 30,745. Adapun koefisien X (persepsi) sebesar 0,277 menunjukkan bahwa jika variabel persepsi ditingkatkan sebesar satu, maka minat wakaf uang akan meningkat sebesar 0,277.

Selain itu, pengujian individual (Uji t) dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa variabel persepsi mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 4,458 sedangkan nilai t_{tabel} 1,660. Dengan demikian $t_{hitung} (4,458) > t_{tabel} (1,660)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap minat wakaf uang (H_0 ditolak dan H_a diterima). Lalu, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) persepsi sebesar 0,169 atau 16,9%. Hal ini menunjukkan bahwa 16,9% variabel minat berwakaf uang dapat dijelaskan oleh variabel persepsi. Sedangkan sisanya 83,1% dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Persepsi jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung mengenai wakaf uang termasuk kategori baik (81,7%). Penilaian persepsi tersebut didasari oleh beberapa faktor yang berpengaruh, yaitu faktor pengetahuan, pengalaman, dan lingkungan. Meskipun secara keseluruhan sudah masuk pada kategori baik, akan tetapi dari segi pengetahuan masih ada jemaah yang belum mampu menjabarkan informasi terkait proses wakaf uang terutama dalam penyaluran wakaf uang tersebut.
2. Minat jemaah terhadap wakaf uang di lembaga Wakaf Daarut Tauhiid termasuk kategori sangat berminat (91%). Adapun dalam penentuan minat tersebut dipengaruhi oleh faktor internal (religiusitas) dan eksternal (strategi marketing lembaga dan lingkungan). Berdasarkan penilaian tersebut, jemaah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan strategi marketing lembaga juga lingkungannya pun mendorong jemaah untuk berwakaf uang di Wakaf Daarut Tauhiid.
3. Pengaruh persepsi jemaah terhadap minat wakaf uang di Wakaf Daarut Tauhiid hasilnya ialah berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan hasil Uji T menunjukkan bahwa variabel persepsi (X) berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang (Y), artinya jika persepsi responden baik mengenai wakaf uang maka minat wakaf uang akan meningkat (hipotesis diterima). Adapun berdasarkan hasil Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel persepsi (X) sebesar 0,169 atau 16,9%. Hal ini menunjukkan bahwa 16,9% variabel minat berwakaf uang dapat dijelaskan oleh variabel persepsi sedangkan sisanya 83,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

V. SARAN

1. Untuk Wakaf Daarut Tauhiid, hendaknya lebih transparansi mengenai dana wakaf yang terkumpul dari jemaah untuk sasaran penyalurannya. Selain itu, Wakaf Daarut Tauhiid sebaiknya memperluas strategi marketing agar masyarakat umum ikut berminat untuk berwakaf uang.
2. Untuk lembaga wakaf di kota Bandung, hendaknya dapat turut andil dalam menghilangkan hambatan kelirunya persepsi masyarakat atas wakaf uang dengan cara bekerja sama dengan para DKM masjid untuk menyebarkan brosur informasi wakaf uang atau memberikan kajian seputar Fiqih Muamalah dan Wakaf Uang.

3. Untuk peneliti selanjutnya disarankan memasukkan variabel lain dan memperluas responden. Selain itu bisa juga mengkaji topik permasalahan wakaf uang ini dari sisi yang berbeda, misalnya dari sisi peran lembaga wakaf sebagai nadzir.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amalia, Alvien Nur, dan Puspita Puspita. 2018. "Minat Masyarakat Jakarta dalam Berwakaf Uang pada Lembaga Wakaf." *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* 2 (2): 3.
- [2] Ariestyan, Fahmi. 2014. "Pengaruh Pengalaman dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang." Skripsi Universitas Lampung, hlm.19-21.
- [3] Ash-Shiddiqy, Muhammad. 2018. "Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat untuk Berwakaf Uang di BWUT MUI DIY." *Jurnal FEBI UIN Sunan Kalijaga* Vol.2 No.2.
- [4] Handayani, R.P, dan T. Kurnia. 2015. "Analisis Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Wakaf Tunai." *Jurnal Syarikah* Vol.1 No.2.
- [5] Husniyah, Prastika Zakiyatul. 2019. "Literasi Wakaf pada masyarakat untuk memunculkan minat berwakaf: studi pada Badan Wakaf Indonesia Jawa Timur."
- [6] Hutomo, Dorojatyas Nuroska. 2018. "Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap, Religiusitas, Pengetahuan Terhadap Keputusan Wakif dalam Melakukan Wakaf." Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, hlm.17.
- [7] Ismawati, Yuliana, dan Moch. Khoiril Anwar. 2019. "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Wakaf Uang Terhadap Minat Berwakaf Uang di Kota Surabaya." *Jurnal Ekonomi Islam* Vol.2 No.3.
- [8] Jannah, Gina Roudhotul, N. Eva Fauziah, dan Ratih Tresnati. 2015. "Pengaruh Bauran Promosi yang Islami terhadap Peningkatan Penghimpunan Dana Wakaf di Pusat Pengembangan Wakaf Daarut Tauhiid." *Prosiding Penelitian Spesia UNISBA* 2015, 147.
- [9] Lubis, Suhrawardi K. 2010. *Wakaf & Pemberdayaan Umat*. Jakarta: Sinar Grafika.
- [10] Muhammad, Abu Abdullah. t.t. *Sunnah Ibnu Majah*. Juz II. Mesir: Isa Al-babi Al-halabi.
- [11] Munib, A Arif Khoiril. 2014. "Studi tentang Praktek Wakaf Tunai pada Yayasan Wakaf Bina Amal Semarang." Skripsi UIN Walisongo, 17.
- [12] Ningsih, Julia Sri. 2017. "Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah." Skripsi UIN Raden Intan Lampung, hlm.22.
- [13] Rahmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [14] Rochimi, Hidayatur. 2018. "Pengaruh Strategi Penggalangan Wakaf Tunai dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat untuk Berwakaf pada Pengelolaan Wakaf Ranting Muhammadiyah." Tesis IAIN Ponorogo, hlm.51.
- [15] Shaleh, Abdul Rahman. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Kencana.
- [16] Sulistianti, Siska Lis. 2020. "Regulasi Wakaf Uang di Indonesia (Untuk Membangun Ekonomi di Masa Pandemi)." Dipresentasikan pada Webinar Nasional Filantropi Islam di Masa Pandemi untuk Memajukan Perekonomian di Indonesia edisi Wakaf, Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung, Juli 28. <https://meet.google.com/sdr-rcen-mze>.
- [17] Triyanta, Agus, dan Mukmin Zakie. 2014. "Problematika Pengelolaan Tanah Wakaf: Konsep Klasik dan Keterbatasan Inovasi Pemanfaatannya di Indonesia." *Jurnal Hukum IUS QUIA*

IUSTUM Vol.21 No.4.

- [18] Wakaf Daarut Tauhiid. 2019. "Laporan Penerimaan dan Penggunaan Dana Wakaf Periode Bulan Desember 2018," 2019, Maret edisi.