

## PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG WAKAF UANG TERHADAP MINAT BERWAKAF UANG DI KOTA SURABAYA

**Yuliana Ismawati**

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email: yulianaismawati@mhs.unesa.ac.id

**Moch. Khoirul Anwar**

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email: khoirulanwar@unesa.ac.id

### **Abstrak**

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat tentang wakaf uang terhadap minat berwakaf uang di Kota Surabaya. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari 1 variabel yakni variabel persepsi tentang wakaf uang diukur menggunakan indikator pengalaman, pengetahuan, pemahaman dan evaluasi atau penilaian. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat dan diukur menggunakan indikator Dorongan dari dalam diri, motif sosial dan faktor emosional atau perasaan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif asosiatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik accidental sampling. Penelitian ini menggunakan kuisioner dengan skala likert.*

*Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi masyarakat tentang wakaf uang berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwakaf uang di Kota Surabaya. Adapun berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel persepsi memiliki pengaruh sebesar 36,9% terhadap variabel minat berwakaf uang.*

**Kata Kunci : Persepsi, Minat, Wakaf Uang**

### **Abstract**

*The purpose of this study was to determine the effect of public perceptions of cash waqf on interest in representing money in the city of Surabaya. The independent variable in this study consisted of one variable, namely the perception variable about money waqf was measured using indicators of experience, knowledge, understanding and evaluation or assessment. The dependent variable in this study is interest and is measured using indicators of Inner Self, social motives and emotional or feeling factors. This research was conducted with an associative quantitative approach. The sample in this study amounted to 100 respondents using accidental sampling technique. This study uses a questionnaire with a likert scale.*

*The results of this study indicate that the public perception variable about money waqf has a significant effect on interest variables representing money in the city of Surabaya. As for based on the test results of the coefficient of determination ( $R^2$ ) shows that the perception variable has an influence of 36,9% on interest variables representing money.*

**Keywords: Perception, Interest, Cash Waqf**

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduknya beragama islam terbesar di dunia. Banyaknya penduduk muslim, merupakan salah satu potensi yang bisa dimanfaatkan untuk menerapkan peran wakaf demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan juga untuk membantu mengentas kemiskinan (Hazami, 2016).

Salah satu bentuk ibadah untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT yang berkaitan dengan harta benda ialah wakaf. Terkait perkembangannya wakaf di Indonesia sudah banyak dikenal oleh masyarakat muslim. Wakaf sendiri tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah dan makam, melainkan wakaf juga memiliki fungsi sosial dan manfaat yang dapat menunjang kesejahteraan sosial ekonomi. Fungsi sosial wakaf digunakan untuk membantu pembangunan sosial. Sedangkan manfaat dari dana wakaf digunakan untuk menyantuni anak-anak yatim, fakir miskin serta digunakan untuk pengembangan lembaga pendidikan, rumah sakit dan panti asuhan (Kementerian Agama RI, 2013).

Menurut data yang terdapat pada sistem informasi wakaf Kementerian Agama mencatat Jumlah aset tanah wakaf di Indonesia untuk saat ini terdapat 350.250 lokasi tanah wakaf yang tersebar diseluruh Indonesia dengan luas mencapai 48.913.84 Ha dan bersertifikat sebanyak 63,10 %. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwasannya Indonesia memiliki potensi wakaf yang cukup besar untuk dimanfaatkan dan dikelola secara optimal sebagai lembaga ekonomi yang potensial untuk dikembangkan. Akan tetapi dalam pengelolaannya sampai saat ini masih belum mengarah pada pemberdayaan ekonomi umat (Hazami, 2016).

Penggunaan tanah wakaf di Indonesia lebih dari 50 % digunakan untuk tempat ibadah yaitu masjid 45,02 % dan mushola sebesar 28,17%. Sisanya 10,60 % digunakan untuk sekolah, 4,60 % makam, 3,23 % pesantren dan 8,39 % pemanfaatan tanah wakaf digunakan untuk kegiatan sosial. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa orientasi pemanfaatan tanah wakaf masih banyak dikelola dengan sangat sederhana yaitu, terbatas pada pemanfaatan yang berkaitan dengan ibadah, belajar dan mengaji. 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 (Triyanta & Zakie, 2014).

Salah satu sumber potensial wakaf saat ini yaitu wakaf uang. Karena wakaf uang lebih mudah untuk dikelola yaitu bisa di investasikan ke berbagai sektor usaha yang halal dan produktif maupun keuangan. Wakaf uang memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan, karena dengan produk wakaf uang ini daya jangkau serta penggunaannya akan jauh lebih mudah dan merata di tengah - tengah masyarakat dibandingkan dengan model wakaf tradisional yakni wakaf dalam bentuk tanah dan bangunan. Sebab wakaf yang berupa tanah dan bangunan hanya dapat dilakukan oleh kalangan keluarga yang memiliki harta lebih dan terbilang mampu atau kaya (Lubis, 2010). Adanya wakaf uang juga dapat membantu kemaslahatan umat muslim serta mempermudah masyarakat untuk

bersedekah jariyah dan wakaf uang jauh lebih mudah dilakukan dari pada ketika harus berwakaf tanah (Nisa' & Anwar, 2019).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik BPS (2010) Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim sebanyak 207.176.162. Banyaknya masyarakat Indonesia yang beragama islam, dapat menjadi peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan wakaf guna untuk membantu kesejahteraan rakyat. Apabila wakaf uang dapat dilakukan oleh semua umat islam, maka penghimpunan wakaf uang jauh lebih banyak.

Wakaf uang menurut definisi Departemen Agama adalah wakaf yang dilakukan oleh orang, kelompok orang atau lembaga, baik itu berbadan hukum ataupun tidak berbadan hukum dalam bentuk uang tunai, termasuk juga mencakup surat-surat berharga (Hasan, 2011). Terkait hukum wakaf uang di Indonesia saat ini sudah diatur dalam Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 dan Peraturan Pemerintah No. 41 Tahun 2006, serta Majelis Ulama Indonesia sendiri telah mengeluarkan fatwa mengenai kebolehan wakaf uang pada tahun 2002 (Kementerian Agama RI, 2013).

Masyarakat Indonesia umumnya lebih banyak mengetahui bahwa wakaf itu hanya berbentuk tanah atau benda tidak bergerak. Namun, saat ini wakaf bisa berupa uang, dimana dengan adanya wakaf uang semua masyarakat dapat melakukannya tanpa menunggu kaya atau memiliki tanah yang luas (Ilham, 2014). Hal itu sesuai dengan yang diungkapkan oleh Nafis bahwasannya 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. Sedangkan wakaf untuk tujuan pemberdayaan seperti wakaf untuk pemberdayaan ekonomi, pendidikan dan kesejahteraan masyarakat belum dipandang penting (Handayani & Kurnia, 2015).

Menurut Hasan (2011), apabila dapat dihimpun potensi wakaf uang yang ada di Indonesia pertahunnya bisa mencapai angka potensi wakaf uang sebesar 3 triliun. Namun, pada realitanya penerimaan wakaf uang yang dapat dihimpun oleh Badan Wakaf Indonesia pada tahun 2017 belum mencapai angka potensi wakaf uang yakni hanya sebesar 199.094.773.196. berbeda halnya dengan penerimaan zakat, infak dan sedekah yang setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup banyak. Rendahnya penerimaan wakaf uang dikarenakan adanya keterbatasan pemahaman masyarakat tentang wakaf jika dibandingkan dengan pengertian maupun pengetahuan masyarakat tentang zakat, infak, sedekah. Hal ini, karena kurangnya pengetahuan agama, akses media informasi ataupun kajian tentang wakaf uang yang dirasa masih kurang diberikan kepada masyarakat. Sehingga banyak masyarakat yang kurang faham terhadap keberadaan lembaga wakaf, berbeda dengan pemahaman mereka terhadap lembaga zakat, sehingga jarang umat islam yang melakukannya (Nizar, 2014).

Menurut Nasution (2005), wakaf uang masih kurang dikenal dan mendapat perhatian dari sebagian besar kalangan baik dari sisi masyarakat, tokoh agama maupun pemerintah. Untuk saat ini, masyarakat pada umumnya lebih mengetahui

bahwasannya wakaf hanya berupa benda tidak bergerak atau aset tidak bergerak seperti tanah dan bangunan. Hal ini karena kurangnya informasi maupun sosialisasi yang diperoleh dari lembaga pengelolah wakaf terkait wakaf uang. Sehingga wakaf atau produk wakaf uang belum banyak dikenal oleh kalangan masyarakat dan hanya beberapa dari masyarakat yang mengetahui adanya wakaf uang. Hal ini disebabkan juga karena adanya persepsi masyarakat yang berbagai macam pendapat terhadap wakaf uang, yang berakibat pada kurangnya minat seseorang untuk membayar wakaf uang.

Peneliti mengambil objek penelitian di Surabaya, karena Surabaya merupakan salah satu kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta yang memiliki jumlah penduduk muslim terbanyak. Maka dengan banyaknya jumlah penduduk muslim potensi wakaf uang yang dapat dihimpun juga akan banyak, apabila masyarakat Surabaya faham akan manfaat dari adanya wakaf uang. Masyarakat di Surabaya masih belum banyak yang melakukan wakaf uang yakni berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti di Kementrian Agama Kota Surabaya pada tahun 2018 orang yang melakukan wakaf uang masih terbilang sedikit kurang lebih masih sekitar 30 berdasarkan laporan yang diberikan oleh kepala pemberdayaan wakaf dan penerimaan wakaf uang yang terkumpul masih terbilang sedikit juga yaitu sebesar 13.050.000. Hal tersebut tidak sebanding dengan banyaknya penduduk yang mayoritas beragama islam seharusnya penerimaan wakaf juga banyak. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan kepala pemberdayaan wakaf pada kantor kementrian agama Kota Surabaya bahwasannya wakaf uang belum banyak dikenal oleh kalangan masyarakat dan hanya beberapa masyarakat saja yang mengetahui adanya wakaf dalam bentuk uang.

Menurut Ekawaty & Muda (2015), mengemukakan bahwa sebagian besar masyarakat Kota Surabaya lebih dari 50% tidak faham wakaf uang. Hal ini karena sebagian masyarakat kota Surabaya mengikuti mazhab syafi'i yang tidak membolehkan wakaf uang dan juga berkembangnya budaya di kalangan masyarakat bahwa harta yang dapat diwakafkan hanya benda tidak bergerak. Kebanyakan dari masyarakat Surabaya yang mereka ketahui wakaf hanya berbentuk tanah, bangunan dan sarana ibadah saja belum pada kegiatan sosial. Disebabkan juga karena adanya persepsi yang berbeda-beda disetiap kalangan masyarakat dan juga sosialisasi yang masih kurang dilakukan sehingga belum banyak masyarakat yang faham bahwa wakaf boleh dalam bentuk uang. Sehingga orang yang berminat berwakaf uang masih sedikit.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu : Bagaimana pengaruh persepsi masyarakat tentang wakaf uang terhadap minat berwakaf uang di Kota Surabaya ?

## **2. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dikatakan penelitian kuantitatif karena informasi yang didapatkan dalam bentuk angka, kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik dan hubungan variabel berupa sebab akibat (Sugiyono, 2018). Menggunakan pendekatan kuantitatif karena ingin mengetahui pengaruh variabel X1 (persepsi masyarakat) terhadap Y (minat berwakaf).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

dengan keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Sehingga perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini sebagai berikut :

$$n = 2.619.094 / 1 + 2.619.094 \times (0,1)^2$$

$$n = 2.619.094 / 26.191,94$$

$$n = 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan menggunakan teknik sampling berupa *cluster sampling*, yang artinya dalam pengambilan sampel apabila populasi yang digunakan sangat luas dan untuk menentukan penduduk mana saja yang akan digunakan sebagai sumber data. Kemudian teknik *cluster sampling* dilakukan dengan dua tahap yakni tahap penentuan sampel daerah yang dilakukan secara random dengan melihat jumlah muslim terbanyak pada setiap kecamatan yang telah dipilih dan tahap penentuan sampel individu dilakukan secara *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan spontanitas artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai karakteristik pada setiap kecamatan yang terpilih maka akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan data primer yang berupa kuisisioner atau angket yang disebarakan secara langsung kepada 100 responden penelitian dan menggunakan data sekunder yang didapatkan dari dokumen kementerian agama kota Surabaya serta pada website sistem informasi wakaf (SIWAK) dan BPS. Penelitian ini menggunakan jenis angket tertutup dengan menggunakan skala likert. Dalam pengujian instrument penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Selain itu dalam pengujian hipotesis peneliti menggunakan uji T (Parsial) dan uji koefisien determinasi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di kota Surabaya, untuk responden yang digunakan yaitu masyarakat kota Surabaya yang beragama islam. Penelitian ini dalam melakukan uji instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Sehingga diperoleh hasil dari penelitian ini bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel persepsi masyarakat tentang wakaf uang terhadap minat berwakaf uang di kota Surabaya. Adapun pengaruh dari persepsi masyarakat tentang wakaf uang terhadap minat berwakaf uang di kota Surabaya yaitu sebanyak 36,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

### Uji T (Uji Parsial)

Uji T ini digunakan oleh peneliti untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini suatu variabel dikatakan memiliki pengaruh apabila nilai dari t hitung yang didapatkan > dari t tabel atau nilai signifikansi yang diperoleh < 0,05. Adapun hasil dari Uji T yang telah dilakukan sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Uji T (Uji Parsial)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9,626	3,515			2,738	,007
	Persepsi Masyarakat	,503	,066	,608		7,576	,000

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil uji t pada penelitian ini didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t hitung sebesar 7,576. Sehingga dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh < 0,05 dan untuk nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 1,9844, yang artinya variabel persepsi masyarakat tentang wakaf uang berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang di kota Surabaya.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar adanya pengaruh dari variabel independen (persepsi masyarakat) terhadap variabel dependen (minat berwakaf). Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dapat diketahui pada tabel berikut ini :

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,608 <sup>a</sup>	,369	,363	2,543

Berdasarkan pengujian diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi pada penelitian ini untuk nilai R<sup>2</sup> adalah sebesar 0,369. dengan demikian mengandung pengertian bahwa variabel bebas persepsi masyarakat memberikan pengaruh sebesar 0,369 atau sebanyak 36,9% terhadap variabel terikat minat berwakaf dan sisanya dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu sebesar 63,1 %.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan menggunakan uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi masyarakat terhadap minat berwakaf uang di Kota Surabaya. Hal ini diketahui dari jawaban responden yang menyatakan setuju bahwa melalui media informasi seperti kajian atau banner terkait wakaf uang yang diperoleh dapat mendukung persepsi masyarakat. Pengalaman yang dirasakan masyarakat mengungkapkan kalau berwakaf uang itu jauh lebih mudah untuk

dilakukan. Sehingga tidak ada halangan bagi siapapun yang ingin berwakaf. Oleh karena itu, dengan adanya pengalaman seseorang dimasa lalu terhadap suatu objek baik itu yang dia lihat maupun didengarnya dapat mendukung persepsi seseorang dalam melakukan tindakannya, yang nantinya dapat membentuk sebuah persepsi positif maupun negatif terhadap objek wakaf uang.

Pengetahuan juga dapat mempengaruhi persepsi. Hal tersebut diketahui dari adanya respon positif dari masyarakat terkait dibolehkannya mengeluarkan wakaf uang. Majelis Ulama Indonesia sendiri telah mengeluarkan fatwa terkait hukum kebolehan mengeluarkan wakaf uang. Sehingga Masyarakat tidak perlu merasa ragu ketika Ingin Mengeluarka Wakaf Uang, Karena sebagian besar dari masyarakat jika sudah terdapat fatwa Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan terkait hukum kebolehan mengeluarkan wakaf uang maka mereka akan menganutnya. Terdapat salah satu hadis terkait hukum kebolehan berwakaf uang yang diriwayatkan oleh Ahmad, yang berbunyi :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِذَا مَاتَ ابْنُ آدَمَ انْقَطَعَ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثٍ، صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ، أَوْ عِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ، أَوْ وَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ

Artinya : *“Apabila anak adam meninggal dunia, maka putuslah amalnya, kecuali tiga perkara, shadaqah jariyah, ilmu yang bermanfaat, dan anak shaleh yang mendoakan orang tuanya”*.

Hadis tersebut menerangkan bahwa manusia diharapkan dapat menyisihkan sebagian dari rezeki yang dimilikinya untuk disedekahkan sebagai bentuk tabungan akhirat yang disebut sebagai sedekah jariyah. Hal ini merupakan sarana yang paling mudah untuk dapat dilakukan masyarakat baik itu kalangan menengah atas maupun bawah untuk bersedekah jariyah dalam bentuk wakaf uang, dimana wakaf merupakan bagian dari rangkain sedekah jariyah yang sifatnya kekal dan salah satu amal yang pahalanya tetap mengalir walaupun yang memberi telah meninggal dunia. Oleh karena itu, mengeluarkan wakaf uang dapat mempermudah masyarakat ketika ingin berwakaf, karena semua masyarakat bisa melakukan tanpa menunggu kaya dan memiliki tanah yang luas. Selain kebolehan dalam mengeluarkan wakaf uang, masyarakat juga mengetahui bahwa wakaf tidak hanya berupa tanah dan bangunan saja melainkan wakaf dapat berupa uang. Sehingga dapat diketahui bahwa seseorang dalam mempersepsikan sebuah objek tentunya dipengaruhi oleh pengetahuan yang nantinya dapat memberikan persepsi positif maupun negatif. Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2015) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan yang digunakan berpengaruh dalam membentuk persepsi sehingga menumbuhkan minat dalam diri seseorang. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukhor, dkk (2017) yang menjelaskan bahwasanya pengetahuan yang dimiliki seseorang mempengaruhi persepsi masyarakat selangor dalam mendonasikan uangnya untuk berwakaf uang.

Pemahaman seseorang terhadap suatu objek merupakan salah satu dari faktor yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap minat untuk melakukan suatu perbuatan. Seseorang dalam melakukan akvitasnya sangat dipengaruhi oleh

pemahaman yang dimiliki. Pemahaman yang dimaksud ialah pemahaman terkait pengelolaan yakni wakaf uang, manfaat dan ketentuan yang harus dilakukan bahwa nilai pokok wakaf uang harus dijamin kelestariannya. Sehingga pemahaman tersebut dapat menjadi pertimbangan untuk seseorang dalam melakukan perbuatan sesuai persepsi yang dimiliki.

Pernyataan diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekawaty & Muda (2015), dilakukan pada masyarakat muslim kota Surabaya yang menyatakan bahwa kesediaan masyarakat untuk melakukan wakaf uang sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman seseorang tentang wakaf uang tersebut. Serta sesuai juga dengan penelitian dari Adeyami, dkk (2016), yang menunjukkan hasil bahwa faktor yang menentukan rendahnya kesadaran dalam berwakaf uang adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang wakaf uang.

Terbentuknya persepsi juga dapat diketahui melalui penilaian seseorang terhadap suatu objek. Sehingga, adanya penilaian dapat menentukan baik buruknya persepsi seseorang terhadap objek yang dilihatnya. Pada penelitian ini penilaian atau evaluasi ialah yang berhubungan dengan pemberian makna atau kesimpulan berdasarkan pengetahuan dan pemahaman yang diperoleh seseorang tentang gambaran wakaf uang. Oleh karena itu, persepsi yang timbul dari dalam diri masyarakat memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi minat seseorang terhadap suatu objek atau produk yang mereka ketahui.

Schiffman dan Kanuk (2008) mendefinisikan persepsi sebagai proses individu untuk memilih, mengorganisasi dan mengintegrasikan stimuli ke dalam gambaran yang mempunyai arti dan masuk akal sehingga dapat dimengerti. Hasil penelitian ini mendukung teori tersebut, dimana masyarakat muslim Surabaya melalui proses memilih, memahami dan mengevaluasi dapat mengartikan bahwa wakaf uang sebagai salah satu wakaf yang bermanfaat bagi kesejahteraan umat. Artinya proses persepsi ini begitu membantu masyarakat untuk memahami wakaf uang.

Apabila seseorang memiliki persepsi yang baik terhadap wakaf uang maka terdapat kemungkinan bahwa akan timbul sebuah minat dalam diri seseorang untuk melakukannya dan sebaliknya apabila persepsi yang timbul dalam diri individu tersebut buruk terkait adanya wakaf uang maka orang tersebut tidak akan berminat untuk melakukannya.

Hasil penelitian ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Sholiha & Fatma (2017), dimana penelitian tersebut dilakukan pada masyarakat muslim Kota Surabaya yang menyatakan bahwa persepsi dari masyarakat dapat mempengaruhi sikap seseorang untuk tertarik pada objek yaitu wakaf uang. Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Umah, Supriyatin & Hubeis (2018), menyatakan bahwa variabel persepsi memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel minat.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan adanya persepsi pada diri individu dapat berakibat pada timbulnya minat dalam diri seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi dapat menyebabkan perubahan pada minat dalam diri masyarakat terhadap wakaf. Adanya persepsi yang baik dari masyarakat tentang wakaf uang dapat meningkatkan minat untuk berwakaf uang (Handayani & Kurnia, 2015).



Maka dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya persepsi yang baik dari masyarakat terkait wakaf uang dapat berpengaruh pada keinginan untuk melakukan suatu perbuatan yakni berminat untuk berwakaf. Hasil dari uji koefisien determinasi yang telah dilakukan menunjukkan besarnya pengaruh variabel X yakni persepsi masyarakat dalam mempengaruhi variabel Y yakni minat berwakaf uang hanya sebesar 36,9%, dan untuk sisanya sebesar 63,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi masyarakat tentang wakaf uang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berwakaf uang di Kota Surabaya. Hal ini berdasarkan data dari masyarakat menyatakan bahwa berwakaf uang adalah yang sangat penting dan juga masyarakat memberikan respon positif kalau wakaf uang dapat mempermudah umat islam untuk berwakaf dan menjalankan syariat islam.

Penulis berharap sebaiknya lembaga pengelola wakaf uang dalam upaya meningkatkan penghimpunan wakaf uang, alangkah baiknya lembaga memberikan sosialisasi tentang wakaf uang kepada masyarakat untuk menambah wawasan masyarakat terkait pemahaman wakaf uang. Penulis juga mengharapkan agar peneliti selanjutnya menambahkan variabel lain agar dapat memberikan gambaran atau penjabaran yang lebih luas terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwakaf uang.

#### 5. REFERENSI

- Adeyami, A.A., Nurul, A. I. & Siti, S.B.H. (2016). An Empirical Investigation of the Determinants of Cash Waqf Anawareness in Malaysia. Intellectual Discourse, Special Issue. IIUM Press. Gombak, Malaysia.
- Badan Pusat Statistik. (2010). *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang dianut Indonesia*. Diperoleh 12 Januari 2019, dari <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>
- Ekawaty, M. & Muda, A.W. (2015). Wakaf Uang: Tingkat Pemahaman Masyarakat dan Faktor Penentunya (Studi Masyarakat Muslim Kota Surabaya, Indonesia). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Handayani, R. P. & Kurnia, T. (2015). Analisis Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Wakaf Tunai. *Jurnal Syarikah*, 1 (2).
- Hasan, A. (2009). *SBY Luncurkan Wakaf Uang Di Indonesia*. Online. Diperoleh 31 Mei 2019, dari <https://news.okezone.com/read/2009/09/01/1/253392/sby-luncurkan-wakaf-uang-pertama-di-indonesia>
- Hazami, B. (2016). Peran dan Aplikasi Wakaf Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Umat di Indonesia. *Jurnal Analisis*, XVI (1).
- Ilham. (2014). Persepsi Masyarakat Kota Palopo Mengenai Wakaf Tunai. *Jurnal Muamalah*, 4(2).

- Kementerian Agama RI. (2013). *Wakaf Uang dan Prospek Ekonomi di Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Wakaf.
- Lubis, S.K.dkk. (2010). *Wakaf & Pemberdayaan Umat*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Nasution M.E, Hasanah U. (2005). *Wakaf Tunai Inovasi Finansial Islam, Peluang dalam Mewujudkan Kesejahteraan Umat*. Jakarta: PKTTI-UI.
- Nisa', K. & Anwar, M. K. (2019). Hubungan Pendapatan dan Sikap Masyarakat Muslim Kecamatan Semampir Surabaya Dengan Minat Membayar Wakaf Uang. *Jurnal Ekonomi Islam*,2(2).
- Nizhar, A. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Wakif Tentang Wakaf Uang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4 (1).
- Schiffman, L. & Kanuk, L.L. (2008). *Perilaku Konsumen, Edisi 7*. Jakarta: PT Indeks.
- Sholihah, E.K.S. & Fatmah. (2017). Pengaruh Potensi, Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Wakaf Uang Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal El-Qist*, 7 (1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Shukor, S.A., dkk. (2017). Giving Behaviour: Who Donates Cash Waqf. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*.
- Triyana, A. & Zakie, M. (2014). Problematika Pengelolaan Tanah Wakaf: Konsep Klasik dan Keterbatasan Inovasi Pemanfaatan di Indonesia. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 4 (21).
- Umah, R., Supriyatna, R.K. & Hubeis, M. (2018). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INAIS Bogor Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis islam*, 1(1).