

PENGARUH POTENSI, PERSEPSI, PREFERENSI DAN PERILAKU MASYARAKAT MUSLIM SURABAYA TERHADAP WAKAF UANG DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Ellen Kurnia Sari Sholihah¹
ellenakurniasari@gmail.com
Fatmah²
Fatmahazis@gmail.com

Abstrak

Wakaf tunai di Indonesia memiliki potensi besar untuk di gali dan di kembangkan menjadi sebuah solusi dalam rangka memberdayakan ekonomi rakyat. Untuk itu, tujuan dari penelitian ini adalah memberikan informasi tentang potensi pengembangan wakaf uang yang didasarkan pada analisis potens demografi dan ekonomi. penelitian ini juga menganalisis bagaimana pola persepsi, preferensi dan perilaku masyarakat terhadap wakaf uang. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 349 masyarakat muslim Surabaya. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan potensi wakaf uang masyarakat muslim Surabaya sangat tinggi berdasarkan indikator demografi dan ekonomi. pola preferensi masyarakat dalam memilih wakaf uang didasarkan pada pertimbangan keuntungan relatif, eterbukaan informasi, kompatibilitas, kompleksitas dan triabilitas. Pemenuhan terhadap indikator preferensi tersebut menyebabkan terbentuknya perilaku positif masyarakat muslim Surabaya yang siap menerima wakaf uang dalam tataran konsep maupun praktik.

Keywords: wakaf uang, potensi, persepsi, preferensi, perilaku

PENDAHULUAN

Kegiatan bersedekah bermacam-macam, salah satunya dengan wakaf, yang mana bagi banyak orang wakaf itu tergolong sulit untuk dilakukan. Qahaf mendefinisikan wakaf dengan kegiatan memindahkan harta dari upaya konsumtif menuju reproduksi dan investasi dalam bentuk modal produksi yang dapat memproduksi dan menghasilkan sesuatu yang dapat di konsumsi pada masa-masa mendatang, baik oleh pribadi maupun kelompok, dengan demikian wakaf merupakan kegiatan menabung dan berinvestasi secara bersamaan.

¹ Operating Sales PT FAC Sekuritas

² Dosen Pascasarja Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya

Jenis-jenis harta benda wakaf ada berbagai macam bentuk. Dalam hadis yang membahas tentang wakaf, diriwayatkan oleh Al-Bukhari dan Muslim dalam kitab “As-Sunan” tentang tanah Umar bin Al-Khatab RA di Khaibar: Rasulullah bersabda, “Apabila kamu mau, kamu bisa mewakafkan pokoknya dan menyedekahkannya”. Maka Umar pun mewakafkan tanah itu, yang tidak untuk dijual atau diberikan, melainkan hasilnya dibagikan kepada fakir miskin, kerabat, para tamu dan orang-orang dalam perjalanan. Dari uraian diatas, diketahui bentuk wakaf jenisnya bervariasi dalam berbagai bentuk aset, yang jika di qiyaskan (persamaan hukum) dapat dikelompokkan menjadi aset tidak bergerak (tanah), aset bergerak (kuda), dan aset dalam bentuk uang (dinar). Dengan semakin beragamnya jenis wakaf yang dapat dikelola dan dikembangkan, peluang meningkatkan penghimpunan wakaf terbuka lebar.

Salah satu sumber potensial wakaf adalah dari wakaf uang. Keunggulan wakaf uang adalah lebih fleksibel dalam pengelolaan yaitu dapat di investasikan ke berbagai sektor yaitu sektor riil maupun keuangan. Wakaf uang menurut Departemen Agama adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, dan lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang. Mengenai hukum wakaf uang di Indonesia sendiri sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004, Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006, serta fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) membolehkan wakaf uang.

Berdasarkan asumsi Nafis pada tahun 2009, jika 20 Juta umat Islam Indonesia mau mengumpulkan wakaf uang senilai Rp 100 Ribu setiap bulan, maka dana yang terkumpul berjumlah Rp 24 Trilyun setiap tahun. Jika 50 Juta orang yang berwakaf, maka setiap tahun akan terkumpul dana wakaf sebesar Rp 60 Trilyun. Jika saja terdapat 1 Juta umat muslim yang mewakafkan dananya sebesar Rp 100.000 per bulan, maka akan diperoleh pengumpulan dana wakaf sebesar Rp 100 Milyar setiap bulannya (Rp 1,2 Trilyun per tahun).

Secara ekonomi, wakaf uang ini sangat besar potensinya untuk dikembangkan, karena dengan model wakaf uang ini daya jangkauan dan mobilitasnya akan jauh lebih merata di tengah-tengah masyarakat dibandingkan dengan model wakaf tradisional (wakaf dalam bentuk tanah dan bangunan). Sebab wakaf dalam bentuk tanah dan bangunan hanya dapat dilakukan oleh

keluarga atau individu yang terbilang mampu (kaya) saja. Namun sayangnya, berdasarkan data yang ada di Badan Wakaf Indonesia, penerima wakaf uang pada periode 31 Desember 2007 s.d 31 Desember 2011 berjumlah 2.973.393.876. Jumlah penerimaan wakaf uang dari tahun 2007 sampai tahun 2010 memang cenderung meningkat namun pada tahun 2011 mengalami penurunan. Jumlah tersebut cenderung sedikit jika dibandingkan dengan jumlah masyarakat muslim di Indonesia saat itu yang berjumlah 207.176.162.

Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta dan telah mengklaim dirinya sebagai Kota Jasa dan Perdagangan. Surabaya dapat dijadikan acuan kota-kota lain dalam mengetahui perilaku konsumen masyarakat Indonesia apapun yang dilakukan kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung dan Medan akan menjadi rujukan karena hasil penelitian di Surabaya akan menjadi referensi kota-kota kecil yang ada di Indonesia. Berdasarkan data Kemenag Provinsi Jawa Timur dari Tahun 2009-2015 penganut agama Islam paling banyak berada di kota Surabaya yakni sejumlah 2.499.116 dari total penduduk Surabaya mencapai 2.943.528, sehingga kota Surabaya memiliki aset yang cukup berpotensi untuk mengembangkan wakaf uang. Jika di asumsikan terdapat sekitar 65 ribu rumah tangga yang mau membayar wakaf uang dengan nominal 10.000 rupiah per bulan selama setahun maka akan terkumpul dana wakaf yang besar yaitu 7,8 milyar rupiah. Dana sebesar itu dapat diinvestasikan dan dikelola secara produktif sehingga hasilnya dapat disalurkan untuk kemaslahatan umat melalui subsidi pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial dan pelayanan publik.

Tujuan penelitian yang diharapkan bisa dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) Menjelaskan dan menganalisis bahwa potensi suatu daerah dapat mempengaruhi sikap masyarakat muslim Surabaya untuk wakaf uang. (2) Menjelaskan dan menganalisis bahwa persepsi dapat mempengaruhi sikap masyarakat muslim Surabaya untuk berwakaf uang (3) Menjelaskan dan menganalisis bahwa preferensi dapat mempengaruhi sikap masyarakat muslim Surabaya untuk berwakaf uang. (4) Menjelaskan dan menganalisis bahwa sikap masyarakat muslim Surabaya dapat mempengaruhi perilaku masyarakat muslim Surabaya untuk berwakaf uang.

KAJIAN LITERATUR

Wakaf Uang

Wakaf uang 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 wakif kepada nadzir dalam bentuk uang kontan.

Adapun pengertian wakaf uang terbaru adalah versi Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2009 tentang Administrasi pendaftaran Wakaf uang, pasal 1 angka (1). Wakaf uang dalam PMA ini diartikan sebagai perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian uang miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah.³

Majelis Ulama Indonesia telah mengeluarkan fatwa tentang Wakaf Uang.⁴

- 1) Wakaf Uang (*Cash Wakaf/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.
- 5) Nilai pokok Wakaf Uang harus dijamin kelestariannya, tidak boleh dijual, dihibahkan, dan atau diwariskan.

Mengenai hukum wakaf uang yang bersifat dibolehkan dijelaskan dalam firman Allah, hadis Nabi dan Pendapat Ulama, yaitu: Firman Allah

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ
مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٥٧﴾

³ Sudirman Hasan. “*Wakaf Uang Perspektif Fiqih, Hukum Positif dan Manajemen*”. (Malang: UIN maliki Press, 2011), 21-22

⁴ Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang wakaf uang tahun 2002

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah⁵ adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang dia kehendaki. dan Allah Maha luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahu”⁶.

Hadis

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

Dari Abu Hurairah r.a sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda: “Apabila anak adam (manusia) meninggal dunia, maka putuslah amalnya kecuali tiga perkata: shadaah jariyah, ilmu yang bermanfaat dan anak sholeh yang mendoakan orang tuanya”. (H.R Muslim)

Pendapat Ulama

Selain Ulama mazhab Hanafi, sebagian ulama mazhab Syafi’i juga membolehkan wakaf tunai.

وَرُوِيَ أَبُو ثَوْرٍ نِ الشَّافِعِيِّ جَوَّزَ وَفَّهَهَا أَي الدَّيْنَةَ نَيْزُ والدَّرَاهِمِ

“Abu Tsaur meriwayatkan dari Imam Syafi’i tentang dibolehkannya wakaf dinar dan dirham (uang)

Potensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia potensi merupakan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan.⁷ Pengukuran potensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu.

- Demografi, meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan.
- Ekonomi, meliputi penghasilan dan status pekerjaan .

Dalam bahasa ekonomi kependudukan, bonus demografi dimaknai sebagai keuntungan ekonomis yang disebabkan oleh semakin besarnya jumlah tabungan dari penduduk produktif. Hal ini dapat memacu investasi dan pertumbuhan ekonomi. Kondisi tersebut juga lazim dikenal sebagai jendela kesempatan (*windows of opportunity*) bagi suatu negara untuk melakukan akselerasi ekonomi dengan menggenjot industri manufaktur, infrastruktur, maupun UKM karena berlimpahnya angkatan kerja. Banyak negara menjadi kaya karena berhasil

⁵ pengertian menafkahkan harta di jalan Allah meliputi belanja untuk kepentingan jihad, pembangunan perguruan, rumah sakit, usaha penyelidikan ilmiah dan lain-lain.

⁶ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: Fajar Mulia, 2007), 45

⁷Desy Anwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Amelia, 2003), 329.

memanfaatkan jendela peluang bonus demografinya untuk memacu pendapatan per kapita sehingga kesejahteraan masyarakat tercapai.

Persepsi

Menurut Webster sebagaimana dikutip oleh Sutisna yang menyatakan persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan.

Persepsi setiap orang terhadap suatu obyek akan berbeda-beda, oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subyektif yang dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu yang tersimpan dalam memori. Satu hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa persepsi secara substansial bisa sangat berbeda dengan realitas. Stimulus adalah setiap bentuk fisik atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Salah satu stimulus yang penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya) karena persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subjektif. Persepsi seorang konsumen akan berbagai stimulus yang diterimanya di pengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya.⁸

Preferensi

Assael mendefinisikan 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, antara lain: (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, merupakan kondisi dimana produk

⁸ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), 68.

yang ditawarkan mudah dimengerti dan digunakan. (5) Triabilitas, merupakan tingkat pencarian informasi mengenai suatu produk mudah didapatkan.

Sikap

Sikap menurut Kotler dan Amstrong merupakan evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang yang secara konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan.⁹

Sikap dalam pembahasan penelitian ini termasuk dalam variabel *intervening*, yaitu variabel antara variabel stimulus dan variabel respons. Variabel *intervening* berfungsi untuk memodifikasi respons

Perilaku

Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian asosiatif deskriptif dan metode survei untuk pengumpulan datanya.

Survei penelitian ini dilakukan untuk responden masyarakat muslim Surabaya yang dilakukan di 5 wilayah di Surabaya, yakni Surabaya Selatan, Surabaya Utara, Surabaya Timur, Surabaya Barat dan Surabaya Pusat. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh warga muslim Surabaya yang berjumlah 2.499.116. diperoleh sampe 349 orang dengan *margin of error* = 5% pada tingkat kepercayaan 95%. (Tabel Pendekatan Isac dan Michel).

Metode dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster sampling*. Sampel tersebut didistribusikan secara proporsional ke seluruh wilayah survei dengan mempertimbangkan jumlah populasi masyarakat muslim di masing-masing wilayah Surabaya. Adapun teknik pemilihan sampel ini dilakukan secara acak.

⁹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Alih Bahasa David Octarevia (Jakarta: Bumi Aksara), 173

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui angket atau kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, regresi liner berganda, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian adalah masyarakat Muslim kota Surabaya yang berada di Kecamatan Bubutan, Sawahan, Tambaksari, Semampir dan Sukomanunggal. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan sebanyak 349 kuisisioner yang berisi tentang pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan pemahaman masyarakat terhadap wakaf uang, faktor-faktor yang mempengaruhinya dan pertanyaan-pertanyaan tentang wakaf uang. Jumlah pernyataan keseluruhan adalah 32 butir. Responden didominasi oleh usia 21-30 tahun, tingkat pendidikan didominasi oleh SMA, jenis pekerjaan di dominasi oleh Ibu rumah tangga dan Mahasiswa, pendapatan berkisar antara 0 s.d 1,5 juta.

Hasil Analisi Data

Regresi Linier berganda

Tabel 4.16
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,446	,817		1,770	,078
1 POTENSI	-,213	,077	-,120	-2,764	,006
PERSEPSI	,335	,046	,421	7,345	,000
PREFERENSI	,150	,036	,238	4,135	,000

a. Dependent Variable: SIKAP

Dari pengujian di atas, potensi berpengaruh negatif/ berbanding terbalik terhadap sikap, semakin tinggi pendidikan dan berpenghasilan banyak maka sikap untuk berwakaf uang semakin sedikit, sedangkan persepsi dan preferensi berpengaruh positif terhadap sikap. Ketiga variabel ini mempunyai pengaruh

yang signifikan dikarenakan nilai Sig. di bawah 5%. Atau 0,05 Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Z = 1,446 - 0,213X_1 + 0,335X_2 + 0,150X_3 + \varepsilon$$

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel intervening sikap (Z) terhadap variabel terikat yang dalam hal ini adalah perilaku masyarakat (Y), maka digunakan analisis regresi berganda dengan model persamaan sebagai berikut:

Tabel 4. 17
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,108	,920		8,817	,000
1 POTENSI	-,248	,087	-,124	-2,845	,005
PERSEPSI	,147	,055	,163	2,668	,008
PREFERENSI	,290	,042	,404	6,942	,000
SIKAP	,163	,061	,144	2,667	,008

a. Dependent Variable: PERILAKU MASYARAKAT

Dari hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa pengaruh variabel potensi, persepsi dan preferensi terhadap sikap memiliki pengaruh positif terhadap perilaku masyarakat. Pengujian ini dapat diketahui dengan melihat Sig. yang mana nilai Sig. Sikap sebesar $0,008 < 0,05$. Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 8,108 - 0,248X_1 + 0,147X_2 + 0,290X_3 + 0,163Z + \varepsilon$$

Koefesien Determinasi Berganda (R^2)

Untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh variabel potensi (X1), persepsi (X2) dan preferensi (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap sikap (Z) dapat diketahui dari determinasi berganda (R^2). Dari hasil pengujian dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.18
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,608 ^a	,370	,364	2,03306

a. Predictors: (Constant), PREFERENSI, POTENSI, PERSEPSI

b. Dependent Variable: SIKAP

Hasil dari penelitian ini hanya mewakili koefisien korelasi berganda (R^2) sebesar 37%, hal ini dikarenakan masyarakat yang menjadi responden kurang mewakili sehingga pengaruh variabel-variabel terikat ini kecil, sisanya 63% diwakili sumber lain dan nilai koefisien determinasi berganda (R^2) x dan z sebesar 0,608 cukup kuat.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh variabel sikap (Z) terhadap perilaku masyarakat (Y) dapat diketahui dari determinasi berganda (R^2). Dari pengujian dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.19
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,624 ^a	,389	,381	2,27882

a. Predictors: (Constant), SIKAP, POTENSI, PREFERENSI, PERSEPSI
 b. Dependent Variable: PERILAKU MASYARAKAT

Koefisien korelasi berganda (R^2) hanya diwakili sebesar 38,9% sisanya 61,1% diwakili sumber lain, dan Nilai koefisien determinasi berganda (R^2) z dan y sebesar 0,624 cukup kuat.

Uji hipotesis

Uji t statistik

Tabel 4.20
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,446	,817		1,770	,078
1 POTENSI	-,213	,077	-,120	-2,764	,006
PERSEPSI	,335	,046	,421	7,345	,000
PREFERENSI	,150	,036	,238	4,135	,000

a. Dependent Variable: SIKAP

Pengujian hipotesis t-test dinyatakan diterima apabila nilai -t hitung > t tabel dan Sig. < 0,05. Dari tabel di atas diketahui bahwa dengan n = 339 dengan nilai t tabel yaitu 1,962 diperoleh t hitung potensi sebesar -2,764 disesuaikan positif dengan t-tabel, sehingga 2,764 > 1,962 dan nilai Sig. 0,006 < 0,05 sehingga potensi berpengaruh negatif terhadap sikap. Selanjutnya dari tabel di atas

diketahui bahwa t hitung persepsi sebesar 7,345, sehingga $7,345 > 1,962$ dan Sig. $0,000 < 0,05$ sehingga persepsi mempengaruhi sikap. Serta dari tabel di atas diketahui bahwa t hitung preferensi sebesar $4,135 > 1,962$ Sig. $0,000 < 0,05$ sehingga preferensi mempengaruhi sikap.

Tabel 4. 21
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,108	,920		8,817	,000
1 POTENSI	-,248	,087	-,124	-2,845	,005
PERSEPSI	,147	,055	,163	2,668	,008
PREFERENSI	,290	,042	,404	6,942	,000
SIKAP	,163	,061	,144	2,667	,008

a. Dependent Variable: PERILAKU MASYARAKAT

Pengujian hipotesis t-test dinyatakan diterima apabila nilai -t hitung > t tabel dan Sig. < 0,05. Dari tabel di atas diketahui bahwa dengan $n = 339$ dengan nilai t tabel yaitu 1,962 diperoleh t hitung variabel sikap sebesar 2,667, sehingga $2,667 > 1,962$ dan Sig. $0,008 < 0,05$ yang artinya sikap memiliki pengaruh positif terhadap perilaku masyarakat untuk berwakaf uang.

Pembahasan

Analisis Pengaruh Potensi Terhadap Sikap Masyarakat Muslim Surabaya Untuk Berwakaf Uang

Hasil pengujian pengaruh variabel potensi terhadap sikap menyatakan bahwa potensi memiliki pengaruh yang negatif terhadap sikap yang artinya potensi berbanding terbalik dengan teori yang ada, yakni semakin tinggi potensi masyarakat maka kesadaran untuk berwakaf uang cenderung sedikit. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Bank Indonesia dengan Universitas Diponegoro Semarang mengenai Bank Syariah yang menyebutkan bahwa bahwa variabel potensi memiliki pengaruh yang relatif kecil, adapula indikator pendidikan yang berpengaruh negatif, hasil ini mencerminkan mereka yang menginginkan untuk menabung justru mempunyai karakteristik yang bervariasi. Selain itu, indikator lainnya memiliki pengaruh

positif yang cukup signifikan untuk mempengaruhi perilaku menggunakan Bank Syariah.¹⁰

Hasil tersebut tentunya bertentangan dengan teori yang ada, menurut Adioetomo dan Moertiningsih faktor ekonomi dan demografi dapat memacu investasi dan pertumbuhan ekonomi.¹¹ Selain itu, secara ekonomi wakaf uang ini sangat besar potensinya untuk dikembangkan, karena dengan model wakaf uang ini daya jangkau dan mobilitasnya akan jauh lebih merata di tengah-tengah masyarakat dibandingkan dengan model wakaf tradisional (wakaf dalam bentuk tanah dan bangunan). Sebab wakaf dalam bentuk tanah dan bangunan hanya dapat dilakukan oleh keluarga atau individu yang terbilang mampu (kaya) saja.¹² Namun realitanya, teori tersebut justru berbanding terbalik, yakni jika faktor demografi dan ekonomi daerah tinggi justru keinginan berwakaf uang itu sedikit.

Analisis Pengaruh Persepsi Terhadap Sikap Masyarakat Muslim Surabaya Untuk Berwakaf Uang

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas kemudian diadakan analisis yang merupakan pengolahan lebih lanjut dari hasil uji hipotesis. Dari hasil pengujian hipotesis 2 menyatakan bahwa persepsi memiliki pengaruh positif terhadap sikap, yang artinya persepsi masyarakat Surabaya yang terbentuk dari pernyataan persepsional yang distimuli oleh indra memutuskan untuk menyikapi wakaf uang. Oleh karena itu, persepsi masyarakat yang meliputi penyerapan informasi, evaluasi dan pemahaman informasi berpengaruh sangat kuat terhadap sikap masyarakat muslim Surabaya untuk berwakaf uang. Namun, penelitian yang didapat oleh Peneliti berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Raihatul Quddus menyatakan bahwa informasi dan pemahaman wakaf tidak berpengaruh secara signifikan, hal ini dikarenakan masih adanya keraguan pesantren mengenai wakaf uang itu sendiri dengan berbagai pertimbangan yang

¹⁰Bank Indonesia dengan Pusat Penelitian Kajian Pembangunan Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro “*Penelitian Potensi, Preferensi dan perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan D.I.Y*”, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2000),16

¹¹ Adioetomo dan Sri Moertiningsih, *Bonus Demografi : Hubungan antara Pertumbuhan Penduduk dengan Pertumbuhan Ekonomi*, (Jakarta : BKKBN, 2005),4

¹² Hasan Mansyur Nasution, et al., *Wakaf dan Pemberdayaan Umat* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010),109.

ada di pesantren. Selain itu, kota yang digunakan untuk meneliti juga berbeda, tahunnya juga sudah terlalu lama.

Hasil variabel persepsi yang sangat kuat dalam mempengaruhi sikap, semestinya menunjukkan bahwa masyarakat muslim Surabaya sudah banyak yang mengetahui wakaf uang. Namun dalam pandangan peneliti, sebenarnya responden belum banyak yang paham akan wakaf uang, masih banyak dari mereka yang bertanya “wakaf uang itu apa?, apakah hukumnya boleh?, kok belum pernah dengar,” banyak juga yang berkata “jawabannya saya nggak tau mbak, saya isi seadanya saja, karena saya nggak paham”. Dari hasil diatas, tentunya perlu dikaji mendalam bahwa banyak dari responden yang bertanya secara langsung kepada peneliti mengenai ketidak pahaman mereka terhadap wakaf uang, akan tetapi hasil dalam penelitian ini banyak dari responden yang menjawab setuju, tentunya hal ini menjadi rumit sehingga perlu dikembalikan lagi kepernyataan angket yang diedarkan peneliti yang mendorong mereka memutuskan untuk memahami wakaf uang. Mereka beranggapan bahwa pernyataan yang diberikan oleh peneliti merupakan pengetahuan yang benar sehingga mereka menyetujuinya. Oleh karena itu, persepsi disini belum sepenuhnya mewakili hasil hipotesis yang ada.

Selain faktor pemahaman mengenai wakaf uang, juga terdapat indikator evaluasi masyarakat yang menyatakan masih banyak keraguan mengenai pendapat bahwa wakaf uang mempunyai kelebihan di bandingkan wakaf tanah. Padahal dalam hadis yang diriwayatkan oleh Bukhori Muslim dan Nasa’i telah dijelaskan manfaat yang besar dari wakaf uang:

Menurut persepsi beberapa responden, “wakaf uang terlalu rumit, lebih mudah untuk langsung disalurkan dalam infaq atau sedekah”. Padahal menurut teori di atas, dapat diketahui bahwa jika disalurkan dalam wakaf uang maka hasilnya lebih optimal dan juga dapat terus berkembang untuk kesejahteraan masyarakat. Beda halnya dengan infaq/shodaqoh yang langsung habis karena

tidak ada pengelolaan yang terus menerus untuk dihasilkan manfaatnya. Dalam pengelolaan wakaf uang, paling tidak mencakup dua aspek pokok yaitu :¹³

1. Aspek Keamanan ; yaitu terjaminnya keamanan nilai pokok dana Abadi sehingga tidak terjadi penyusutan (jaminan keutuhan).
2. Aspek Kemanfaatan/Produktifitas; yaitu investasi dari dana Abadi tersebut harus bermanfaat dan produktif yang mampu mendatangkan hasil atau pendapatan yang dijamin kehalalannya (*incoming generating allocation*), karena dari pendapatan inilah pembiayaan kegiatan dan program organisasi wakaf dilakukan.

Oleh karena itu, wakaf uang memiliki kemampuan yang fleksibel dibandingkan wakaf yang lain. Sehingga pembentukan persepsi masyarakat pada penelitian ini diharapkan dapat membantu pengambilan sikap yang tepat untuk berwakaf uang.

Analisis Pengaruh Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Muslim Surabaya Untuk Berwakaf Uang

Preferensi memiliki pengaruh positif terhadap sikap, sehingga dari kesukaan tersebut tentunya sikap untuk berwakaf uang semakin banyak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rossi Prasetyo Indarto juga menyatakan bahwa terdapat beberapa alasan yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen seperti kompleksitas produk operator seluler yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih produk.

Pengaruh preferensi terhadap sikap, dibuktikan oleh indikator-indikator preferensi, antara lain: Pertama, keuntungan relatif yakni masyarakat muslim Surabaya banyak yang berpendapat setuju dengan mengetahui manfaat wakaf uang yang cukup besar bagi masyarakat. Kedua keterbukaan informasi, masyarakat muslim Surabaya banyak yang mempercayai bahwa wakaf uang dikelola dengan benar. Namun, masih banyak pula masyarakat muslim Surabaya yang ragu atas informasi pengelolaan wakaf uang, karena banyak pengelola wakaf yang tidak terbuka kepada masyarakat. Menurut mereka “wakaf uang lebih mudah diselewengkan, karena berbentuk uang tunai dan pengelolaannya

¹³ A. Faisal Haq, *Wakaf Kontemporer dari Teori ke Aplikasi* (Maliyah, Vol 2 No 2 Des 2012), 398

tidak jelas”. Hal ini seharusnya menjadi perhatian lembaga pengelola wakaf uang, baik lembaga maupun perorangan harus menerapkan sistem ketebukaan kepada *wakif* ataupun masyarakat. Seperti yang telah dijelaskan oleh Departemen Agama melalui pengelolaan wakaf uang sebagai dana publik yaitu “Tiga syarat ini (profesional, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan) tidak bisa ditawar lagi dalam pengelolaan wakaf, lebih-lebih wakaf tunai. Lembaga apapun yang telah memenuhi tiga syarat tersebut, pantas untuk mengelola wakaf tunai”.¹⁴

Faktor ketiga yaitu kompleksitas, mayoritas masyarakat muslim Surabaya menganggap bahwa wakaf uang memiliki dimensi yang lebih kompleks dalam hal ekonomi dan sosial, seperti halnya dana wakaf uang dapat dialokasikan baik di sektor riil maupun keuangan.

Faktor terakhir yaitu triabilitas, yakni informasi mengenai wakaf uang dan juga lembaga yang mempunyai produk wakaf uang masih tergolong sedikit dirasakan oleh masyarakat muslim Surabaya. Meskipun perbankan dan lembaga keuangan lainnya sudah diberi wewenang untuk menghimpun dana wakaf uang, namun dalam realitanya masih banyak masyarakat muslim Surabaya yang belum tahu menahu mengenai prosedur dan juga lembaga mana saja yang memiliki produk wakaf uang.

Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Muslim Untuk Berwakaf Uang

Berdasarkan analisa data diatas, pengujian hipotesis 4 diketahui bahwa hasil koefisien regresi variabel potensi, persepsi dan preferensi ke sikap (Z) terhadap variabel terikatnya perilaku (Y) berpengaruh positif. Dengan demikian setiap terjadi peningkatan variabel sikap maka masyarakat muslim Surabaya dalam berwakaf uang juga akan mengalami kenaikan. Dengan kata lain, bahwa sikap berbanding lurus dengan perilaku masyarakat muslim Surabaya untuk berwakaf uang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dani Panca Setiasih menyatakan bahwa sikap berpengaruh terhadap perilaku dosen Fakultas Syariah IAIN Semarang untuk menggunakan Bank Syariah. Hal ini

¹⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia *Panduan Pengelolaan Wakaf Tunai*...,48

berarti sikap mampu memberikan dorongan untuk mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengambil keputusan.

Menurut fakta yang ada di lapangan, bahwa orang yang melakukan wakaf uang masih tergolong rendah. Bisa dilihat dari masyarakat miskin yang jumlahnya kian bertambah. Wakaf uang yang tujuan utama untuk kesejahteraan masyarakat namun kegiatannya kurang begitu tercapai. Dapat dilihat dari jumlah kemiskinan yang ada di Surabaya Jumlah penduduk miskin di kota Surabaya diambil berdasarkan keputusan walikota yang ditetapkan secara berkala. Perkembangan jumlah penduduk miskin mulai tahun 2011 s.d. 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1

Jumlah Penduduk Miskin Surabaya

INDIKATOR KINERJA UTAMA	2011	2012	2013	2014	2015
Jumlah Penduduk Miskin	112.465	112.465	112.465	291.686	291.686

Sumber Data: Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Keluarga Berencana 2015

Data jumlah penduduk miskin menurut hasil pendataan tahun 2010 dan tahun 2014, jumlah penduduk miskin tahun 2010 sampai dengan 2013 menurut Keputusan Walikota Nomor : 188.45/158/436.1.2/2011 sebanyak 112.465 kepala keluarga. Jumlah penduduk miskin tahun 2014 sampai dengan 2015 menurut Keputusan Walikota Nomor : 188.45/363/436.1.2/2014 sebanyak 291.686 orang.¹⁵ Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa masyarakat Surabaya angka kemiskinannya semakin bertambah setiap tahunnya. Hal ini sangat bertentangan dengan manfaat dari wakaf uang yang dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat miskin.¹⁶

Ada beberapa alasan dalam hasil penelitian ini, yaitu: Alasan pertama responden dalam penelitian ini didominasi oleh lulusan SMA, usia kisaran 21-30, jenis pekerjaan yang didominasi oleh Ibu Rumah tangga dan Mahasiswa, serta berpenghasilan antara 0 s/d 1,5 juta, yang artinya sikap untuk menuju ke perilaku

¹⁵ Keputusan Walikota Nomor : 188.45/363/436.1.2/2014 tentang jumlah masyarakat miskin di Surabaya

¹⁶ Jaih Mubarak, Wakaf Produktif (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008),125.

berwakaf masih terhambat dengan responden tersebut yang tingkat berfikirnya menuju wakaf uang masih cenderung rendah. Alasan kedua yaitu pemahaman masyarakat muslim Surabaya terhadap wakaf uang masih tergolong rendah. Alasan ketiga yaitu kesukaan masyarakat terhadap wakaf uang dipengaruhi oleh angket yang sifatnya persepsional, sehingga kesukaan yang benar-benar murni dari diri mereka belum tercapai, yang akhirnya berakibat tidak bisa membawa keperilaku berwakaf uang. Selain hal di atas, adanya indikator selektivitas yang menuntut masyarakat bersikap jeli dalam memilih untuk melakukan wakaf uang juga merupakan faktor penghambat masyarakat muslim Surabaya untuk berwakaf uang. Selain itu, pengalaman-pengalaman masyarakat muslim Surabaya yang menganggap banyaknya penyelewengan dana sehingga mereka enggan untuk melakukan wakaf uang.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari berbagai macam hasil temuan di pembahasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa: (1) Hasil pembahasan variabel potensi suatu daerah memiliki pengaruh negatif terhadap sikap berwakaf uang atau berbanding terbalik dengan teori yang ada, yakni semakin tinggi potensi suatu daerah maka semakin rendah kesadaran masyarakat untuk berwakaf uang. (2) Hasil pembahasan variabel persepsi masyarakat terhadap sikap untuk berwakaf uang memiliki pengaruh positif, ini berarti pemahaman masyarakat dapat mendorong sikap untuk berwakaf uang. (3) Hasil pembahasan variabel preferensi masyarakat terhadap sikap untuk wakaf uang memiliki pengaruh positif, ini berarti kesukaan masyarakat dapat mendorong sikap masyarakat untuk berwakaf uang. (4) Hasil variabel sikap terhadap perilaku masyarakat untuk berwakaf uang memiliki pengaruh positif, yang berarti banyak masyarakat yang berkeinginan untuk melakukan wakaf uang.

Saran

Perlu lebih ditingkatkan upaya sosialisasi yang intensif terutama ditujukan kepada para kepala rumah tangga. Karena kepala rumah tangga memiliki peran penting dalam keputusan untuk melakukan wakaf uang. Strategi fundrasingnya

bisa ditingkatkan dengan jemput bola atau mengadakan even-even sehingga dapat menarik masyarakat untuk berwakaf uang. Pemerintah atau Badan Wakaf Indonesia juga harus mengoptimalkan informasi seputar wakaf uang, seperti jumlah wakaf uang, pengelolaan dan juga pendistribusian. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat atas wakaf uang tersebut.

Keterbatasan penelitian ini diharapkan dapat ditindaklanjuti oleh peneliti selanjutnya agar wakaf uang dapat berkembang pesat untuk kesejahteraan umat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adioetomo dan Moertiningsih, Sri. *Bonus Demografi : Hubungan antara Pertumbuhan Penduduk dengan Pertumbuhan Ekonomi*. Jakarta : BKKBN, 2005.
- Agama, Departemen. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Fajar Mulia, 2007.
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang wakaf uang tahun 2002
- Hasan, Sudirman. “ *Wakaf Uang Perspektif Fiqih, Hukum Positif dan Manajemen*”. Malang: UIN maliki Press, 2011.
- Haq, A. Faisal. *Wakaf Kontemporer dari Teori ke Aplikasi*. Maliyah, Vol 2 No 2 Des 2012.
- Indonesia, Bank dengan Pusat Penelitian Kajian Pembangunan Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro “*Penelitian Potensi, Preferensi dan perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan D.I.Y*”. Semarang: Universitas Diponegoro, 2000.
- Keputusan Walikota Nomor : 188.45/363/436.1.2/2014 tentang jumlah masyarakat miskin di Surabaya
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Alih Bahasa David Octarevia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Mubarok, Jaih. *Wakaf Produktif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008.
- Nasution, Hasan Mansyur. et al., *Wakaf dan Pemberdayaan Umat*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002)*