

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI NAZHIR TERHADAP WAKAF UANG

**Rahmat Dahlan**

Universitas Muhamadiyah Prof. Dr. HAMKA Jakarta  
e-mail: rhahmat@yahoo.com

## *Abstract*

*This research is motivated by the low level of understanding the cash waqf, nazhir and understanding of the Law number 41 of 2004 on endowments. The purpose of this study is to analyze what factors are influencing perceptions cash waqf of nazhir. This research is a descriptive type of research-correlational (causal) by looking at the factors that have the independent variable to see is there a relationship and how much influence each independent variable to the variable binding. The method used to analyze the data are descriptive analysis and logistic regression. This research done in Kebayoran baru district of South Jakarta through questionnaires from 60 respondents. The result of this study showed that perception nazhir influenced by the media access information and understanding of charitable regulation.*

**Keywords:** *Cash waqf, education, media information and regulation*

## Pendahuluan

Wakaf adalah salah satu lembaga ekonomi Islam yang sangat erat kaitannya dengan masalah sosial dan ekonomi nazhir. Wakaf merupakan bentuk ibadah yang dilakukan dengan memisahkan harta milik pribadi untuk dijadikan harta milik umum. Berdasarkan maknanya yang umum, wakaf adalah memberikan harta atau pokok benda yang produktif terlepas dari campur tangan pribadi, menyalurkan hasil dan manfaatnya secara khusus sesuai dengan tujuan wakaf, baik untuk kepentingan perorangan, nazhir, agama atau umum (Qahaf: 2007).

Indonesia menyimpan potensi wakaf yang besar, tetapi, potensi itu belum dikelola dan dimanfaatkan secara optimal. Menurut data Badan wakaf Indonesia hingga 2016, aset wakaf yang berupa tanah berjumlah 475.768 lokasi dengan luas mencapai 4.359.443.170 m<sup>2</sup>. Tanah wakaf tersebut sebagian besar baru dimanfaatkan untuk pendirian masjid, panti asuhan, sarana pendidikan dan kuburan dan hanya sebagian kecil yang dikelola secara produktif (BWI, 2017)

Potensi tanah wakaf tersebut belum termasuk potensi wakaf benda tak bergerak misalnya wakaf uang. Wakaf uang ini merupakan implementasi produk baru dalam sejarah perekonomian Islam yang dipelopori oleh MA. Mannan, di Bangladesh. Menurut Mannan, wakaf uang mendapat perhatian serius karena memiliki akar panjang dalam sejarah Islam. Sebagai instrumen keuangan, wakaf uang merupakan produk baru dalam sejarah perbankan Islam. Pemanfaatan wakaf uang yang dipelopori Mannan dibedakan menjadi dua, yaitu pengadaan barang privat dan barang sosial. Karena itu wakaf uang membuka peluang yang unik bagi penciptaan investasi di bidang keagamaan, pendidikan dan pelayanan sosial. Tabungan dari warga yang berpenghasilan tinggi dapat dimanfaatkan melalui penukaran sertifikat wakaf uang. Gagasan Mannan dianggap sebuah momentum menghidupkan kembali ruh wakaf yang telah hilang di persada nusantara, termasuk Indonesia. (Manan: 2002)

Menurut perhitungan Nasution (2005) tentang potensi wakaf uang di Indonesia dengan jumlah umat muslim dermawan diperkirakan sebesar 10 juta jiwa dengan rata-rata penghasilan perbulan Rp. 500.000 hingga Rp. 10.000.000, maka paling tidak akan terkumpul dana per bulan sekitar Tiga Triliun Rupiah pertahun dari dana wakaf (Nasution dan Hasanah, 2005).

Dana wakaf yang terkumpul tersebut dapat digulirkan dan diinvestasikan oleh nazhir ke dalam berbagai sektor usaha yang halal dan produktif, misalnya membangun sebuah kawasan perdagangan yang sarana dan prasarananya dibangun di atas lahan wakaf dan dari dana wakaf. Proyek ini ditujukan bagi kaum miskin yang memiliki bakat bisnis untuk terlibat dalam perdagangan pada kawasan yang strategis dengan biaya sewa tempat yang relatif murah. Sehingga akan mendorong penguatan pengusaha muslim pribumi dan sekaligus menggerakkan sektor riil secara lebih masif. Dan keuntungannya dapat dimanfaatkan untuk pembangunan umat dan bangsa secara keseluruhan (Nasution: 2006).

Keberadaan nazhir memegang peranan yang sangat penting bagi berkembang tidaknya suatu harta wakaf. Dalam literatur fikih, pengelola wakaf disebut nazhir dan sering juga disebut dengan *mutawalli*. Sebesar apapun aset wakaf yang dimiliki bila tidak ditangani oleh Sumber Daya Manusia (SDM) nazhir yang handal dan profesional, maka aset wakaf tetap diam, dan tidak bergerak ke arah produktif. Seperti yang terjadi pada aset wakaf berupa tanah. Kondisi pengelolaan tanah wakaf yang kurang produktif itu berbanding lurus dengan kualitas pengelolanya.

Artikel ini mengkaji tentang wakaf di kawasan Jakarta Selatan. Kawasan ini dipilih karena merupakan salah satu wilayah di DKI Jakarta yang memiliki banyak tanah wakaf. Di mana selama ini potensi tanah wakaf belum dimanfaatkan secara maksimal, kebanyakan tanah wakaf ini dimanfaatkan untuk masjid, musalla, sekolah atau tempat-tempat belajar lainnya.

Seharusnya dengan potensi wakaf uang yang begitu besar apabila dikelola dengan baik maka akan menghasilkan penghimpunan dana wakaf uang yang besar tapi kenyataannya terjadinya *gap* yang sangat lebar antara realisasi dana wakaf yang dihimpun dengan potensi wakaf uang yang ada. Rendahnya pemanfaatan wakaf ini identik dengan rendahnya kemampuan nazhir. Masih rendahnya tingkat pemahaman nazhir mengenai wakaf uang dan pemahaman Undang-undang No.41 Tahun 2004 tentang wakaf merupakan suatu realita yang tidak dapat terbantahkan.

## **Pembahasan**

### **Dasar hukum wakaf**

Dalil yang menjadi disyariatkannya ajaran wakaf bersumber dari pemahaman teks ayat al-Qur'an dan juga as-Sunnah. Tidak ada ayat al-Qur'an yang secara tegas menjelaskan tentang ajaran wakaf. Yang ada adalah pemahaman konteks terhadap ayat al-Qur'an yang dikategorikan sebagai amal kebaikan seperti yang terdapat dalam surat Ali Imran ayat 92.

Ar-Ramli (wafat 1004 H.) dalam bukunya *Nihayatu Al-Muhtaj* meyakini bahwa ayat 92 surah Ali Imran menjelaskan tentang wakaf. Sehingga ia yakin bahwa wakaf dalam Islam bukan hasil pemikiran ahli fikih, tetapi lahir langsung dari al-Quran. Di antara buktinya, ar-Ramli mengemukakan bahwa Abu Thalhah, setelah mendengar ayat di atas, Abu Thalhah mewakafkan hartanya yang sangat dicintainya, berupa kebun, di Bairuha' ( as-Syarqawi, tt.: 173).

Sedangkan hadis yang menjelaskan tentang wakaf adalah: *Telah diriwayatkan dari Abu Hurairah, bahwa Rasulullah SAW bersabda: Apabila manusia wafat, terputuslah amal perbuatannya, kecuali dari tiga hal, yaitu dari sedekah jariah (wakaf) atau ilmu yang dimanfaatkan, atau anak saleh yang mendoakannya."* (HR. Muslim)

Para ulama menafsirkan sabda Rasulullah SAW “Shadaqah Jariyah” (sedekah jariah) dengan wakaf. Ulama juga menjelaskan tentang hadis ini dan mereka menegaskan bahwa: *“Amal perbuatan seseorang terhenti karena kematiannya. Begitu pula pahala perbuatannya kepadanya terhenti juga karena kematiannya. Namun amal perbuatan dan aliran pahala perbuatannya kepadanya tidak terhenti karena kematiannya pada tiga hal tersebut, karena dialah yang menyebabkan timbulnya tiga hal tersebut. Anaknya adalah buah perbuatannya. Begitu pula ilmu pengetahuan yang ditinggalkannya, baik melalui pengajaran maupun karangan. Demikian pula sedekah jariyahnya yaitu wakaf.”*

Jadi kematian seseorang yang telah berwakaf tidak mengakibatkan terhenti wakafnya, begitu pula tidak mengakibatkan terhentinya aliran pahala yang baru dari wakafnya. Demikian penjelasan para ulama, sebagaimana dikutip Nawawi dalam bukunya Syarah (ulasan) Shahih Muslim.

### **Sistem manajemen kenazhiran**

Dalam kitab-kitab fikih, ulama tidak mencantumkan nazhir wakaf sebagai salah satu rukun wakaaf, karena wakaf merupakan ibadah *tabarru'* (pemberian yang bersifat sunnah). Namun demikian, setelah memperhatikan tujuan wakaf yang ingin melestarikan manfaat maka keberadaan nazhir sangat dibutuhkan, bahkan menempati pada peran sentral. Terlalu banyak contoh pengelolaan harta wakaf yang dikelola oleh nazhir yang sebenarnya tidak memiliki kemampuan yang memadai, sehingga harta wakaf tidak berfungsi secara maksimal, bahkan tidak memberikan manfaat sama sekali kepada sasaran wakaf. Untuk itulah profesionalisme nazhir menjadi ukuran yang paling penting dalam pengelolaan wakaf jenis apapun.

Dalam rangka meningkatkan kemampuan nazhir diperlukan sistem manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang handal. Sistem tersebut bertujuan untuk:

1. Meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan kemampuan dan keterampilan para nazhir wakaf

di semua tingkatan dalam rangka membangun kemampuan manajerial yang tangguh, profesional dan bertanggung jawab.

2. Membentuk sikap dan perilaku nazhir sesuai dengan posisi yang seharusnya, yaitu pemegang amanat umat Islam yang mempercayakan harta benda untuk dikelola secara baik dan pertanggungjawaban di hadapan Allah kelak.
3. Menciptakan pola pikir atau pesepsi yang sama dalam memahami dan menerapkan pola pengelolaan wakaf, baik dari segi peraturan perundang-undangan maupun teknis manajerial sehingga lebih mudah diadakan kontrol, baik di daerah maupun pusat.
4. Mengajak para nazhir untuk memahami tata cara pengelolaan yang lebih berorientasi pada kepentingan Syariat Islam secara lebih luas dan dalam jangka panjang. Sehingga wakaf bias dijadikan sebagai salah satu elemen penting dalam menunjang penerapan sistem ekonomi Syariah secara terpadu.

Setelah diketahui persyaratan minimal seorang nazhir dan tujuan diperlukan upaya pembinaan agar mereka dapat menjalani tugas-tugas kenazhiran secara produktif dan berkualitas. Upaya pembinaan ini harus dilakukan berdasarkan standar pola manajemen terkini, antara lain:

1. Pendidikan formal. Melalui sekolah-sekolah umum dan kejuruan dapat dicetak calon-calon SDM kenazhiran yang siap pakai, dengan catatan sekolah itu sendiri harus dibentuk secara berkualitas dengan memberikan format kurikulum yang mantap dengan disiplin pengajaran yang tinggi, terarah menurut bidang yang dituju. Misalnya, sekolah menengah pertanian maupun tingkat perguruan tinggi yang diharapkan dapat mengelola tanah-tanah wakaf berupa persawahan, perkebunan, ladang pembibitan dan lain-lain.

2. Pendidikan non formal. Bentuk dari pendidikan model ini adalah dengan mengadakan kursus-kursus atau pelatihan-pelatihan SDM kenazhiran baik yang terkait dengan manajerial organisasi, atau meningkatkan keterampilan dalam bidang profesi seperti administrasi, teknik pengelolaan pertanian, teknik perbankan, pengelolaan kepariwisataan, perdagangan, pemasaran dan lain sebagainya. Pendidikan non formal ini perlu digalakkan oleh beberapa pihak yang terkait dengan dunia perwakafan.
3. Pendidikan informal. Berupa latihan-latihan dan kaderisasi langsung di tempat-tempat pengelolaan benda wakaf. Nazhir yang telah ada, ditingkatkan kemampuannya melalui latihan-latihan yang intensif dan bimbingan yang membuatnya kian maju dan mampu dalam bidang tugas dan tanggung jawabnya. Medan kerja itu sendiri menjadi "sekolah" dan taman belajar yang lebih praktis yang terkadang bobot dan mutunya lebih mantap dibandingkan dengan sekolah atau kursus.
4. Pembinaan mental. Spirit kerja harus terus menerus dibina agar para pemegang amanah perwakafan senantiasa bergairah dalam melaksanakan pekerjaannya. Demikian juga pembinaan mental budi pekerti (akhlak) yang luhur dibina melalui berbagai kesempatan seperti ceramah-ceramah agama, *out bond*, simulasi pengembangan diri dan organisasi untuk menjaga dan meningkatkan ketahanan mental supaya SDM kenazhiran bisa mengemban amanat untuk kesejahteraan nazhir banyak.

### Teori persepsi

Persepsi menurut Morgan (1986) sebagai segala hal yang berhubungan dengan pengalaman seseorang dalam hidupnya di dunia. Dengan demikian persepsi merupakan suatu aktifitas individu dalam mendeteksi dan menginterpretasikan segala

informasi dari lingkungannya yang sesuai dengan pengalamannya. Aktifitas tersebut adalah berfikir, mengingat, menerima, merencanakan dan memilih sesuatu. Jefry S. Turner (1995) berpendapat bahwa persepsi adalah aktifitas kognitif yang memungkinkan masing-masing individu mendeteksi dan menginterpretasikan informasi dari lingkungan sekitarnya.

Menurut Morris (1976) persepsi adalah proses penerimaan sejumlah sensasi melalui bekerjanya sistem syaraf. Sehingga kita dapat mengenal dan menyusun pola. Proses ini terjadi sebagai hasil dari proses penerimaan informasi melalui penarikan kesimpulan arti dan suatu kejadian saat ini, dikaitkan dengan ingatan untuk kejadian yang sama di masa lalu. Persepsi juga dapat berupa unsur dasar dari jiwa manusia. Selanjutnya dikatakan bahwa persepsi dapat menolong keseimbangan jiwa dan mendorong untuk bertingkah laku.

Dasar penilaian bagi seseorang dalam memandang sesuatu adalah bersifat subyektif. Karena itu munculnya perbedaan persepsi dan sikap, kebutuhan maupun dorongan dalam diri seseorang adalah runut dari cara pandang yang subyektif tersebut (Nugroho J. Setiadi: 2003). Disamping dilandasi oleh nilai-nilai yang terinternalisasi dalam dirinya melalui proses sosialisasi yang menyebabkan timbulnya perbedaan antara satu individu dengan individu yang lain dalam mempersepsikan sesuatu. Proses sosialisasi tersebut merupakan proses dimana seorang individu belajar tentang nilai-nilai yang ada di dalam nashir sehingga bias menjadi anggota nashir dan berperilaku serta berfikir sesuai dengan norma nashir. Media informasi juga dimaksudkan agar nilai-nilai yang ada dalam suatu nashir dapat diteruskan pada generasi berikutnya dan dilestarikan. Dimana pada prosesnya, sosialisasi selalu berjalan melalui pola interaksi dan komunikasi diantara anggota nashir.

Sosialisasi membutuhkan adanya agen sosialisasi (*agents of socialization*) yang melaksanakan proses sosialisasi tersebut (Soekanto: 202). Fuller dan Jacobs mengidentifikasi empat

agen sosialisasi utama: keluarga, kelompok bermain, media massa dan sistem pendidikan. Media informasi dalam keluarga menghasilkan *basic personality structure* dimana pola orientasi nilai yang ditanamkan pada seseorang akan sulit diubah lagi sepanjang hidupnya. Dalam keluarga seseorang akan memperoleh cara berperilaku, berperasaan dan bersikap melalui proses Media informasi yang dijalani dalam interaksinya dengan anggota keluarga yang lain. Nilai yang ditanamkan akan mempengaruhi individu dalam mempersepsikan sesuatu gejala dalam nazhir.

Teman bermain adalah agen sosialisasi berikutnya selain keluarga. Seorang individu akan mempelajari berbagai kemampuan baru. Dalam kelompok bermain seorang individu belajar berinteraksi dengan orang sederajat atau sebaya. Pada tahap inilah seorang individu mempelajari aturan yang mengatur peran orang yang kedudukannya sederajat. Terakhir, yang berpengaruh terhadap persepsi orang tentang sesuatu adalah agen sosialisasi melalui sekolah dan media masa. Di sekolah individu mempelajari hal baru yang belum dipelajarinya dalam keluarga dan teman sebaya. Sekolah menurut aliran fungsional disamping mengajarkan pengetahuan dan keterampilan juga berperan aktif dalam menanamkan nilai-nilai modern. Banyak faktor yang mempengaruhi terbentuknya persepsi seseorang. Sobur (2003) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi yang terjadi pada saat proses interpretasi informasi menjadi sebuah arti, yaitu: pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan

Persepsi itu sifatnya kompleks, apa yang terjadi diluar sangat berbeda apa yang tercapai oleh otak. Mempelajari bagaimana dan mengapa satu pesan yang sama dapat dipersepsi beda oleh masing-masing orang, disinilah pentingnya memahami proses terjadinya persepsi dalam komunikasi. Persepsi secara proses perceptual adalah penafsiran evaluasi. Kedua istilah ini digabungkan unntuk menegaskan bahwa keduanya tidak bisa dipisahkan. Penafsiran evaluasi tidak semata-mata didasarkan

pada rangsangan luar, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor: pengalaman masa lalu, kebutuhan, sistem nilai atau keyakinan tentang sesuatu yang seharusnya, keadaan fisik dan emosi pada saat itu, dan sebagainya.

Menurut Pareek (1996) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah faktor internal individu seseorang dan faktor eksternal atau objek persepsi. Setelah rangsangan atau informasi diterima, rangsangan atau data itu diseleksi. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi seleksi persepsi adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan psikologis. Kebutuhan psikologis seseorang mempengaruhi persepsinya. Kadang-kadang ada hal yang “kelihatan” (yang sebenarnya tidak ada) karena kebutuhan psikologis jadi tidak kelihatan.
2. Latar belakang. Latar belakang yang mempengaruhi hal-hal yang dipilih dalam persepsi. Contoh orang yang pendidikannya lebih tinggi yang memiliki cara tertentu untuk menyeleksi sebuah informasi.
3. Pengalaman. Hal yang sama dengan latar belakang ialah faktor pengalaman, pengalaman mempersiapkan seseorang untuk mencari orang-orang, hal-hal, dan gejala-gejala yang mungkin serupa dengan pengalaman pribadinya.
4. Kepribadian. Seseorang yang tertutup mungkin akan tertarik kepada orang-orang yang serupa. Berbagai faktor dalam kepribadian mempengaruhi seleksi dalam persepsi.
5. Nilai dan kepercayaan umum. Orang-orang yang memiliki sikap tertentu terhadap karyawan wanita data karyawan yang termasuk kelompok bahasa tertentu, besar kemungkinan akan melihat berbagai hal kecil yang tidak diperhatikan orang lain.
6. Penerimaan diri. Penerimaan diri merupakan sifat penting yang mempengaruhi persepsi.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi seleksi rangsangan secara eksternal atau datang dari luar objek persepsi adalah:

1. Intensitas. Umumnya, rangsangan yang lebih intensif, mendapatkan lebih banyak tanggapan daripada rangsangan yang kurang intens. Ini yang dimanfaatkan oleh marketer dengan memasang iklan yang menarik dan diberi pencahayaan yang penuh sehingga orang akan intensif melihatnya
2. Ukuran. Benda-benda yang lebih besar umumnya lebih menarik perhatian. Dengan membuat iklan yang besar akan menarik perhatian seseorang.
3. Kontras. Secara umum hal-hal lain yang biasa dilihat akan cepat menarik perhatian. Contohnya perilaku orang yang di luar kebiasaan akan menarik perhatian, karena adanya prinsip-prinsip perbedaan.
4. Gerakan. Benda yang bergerak lebih menarik perhatian dari hal yang diam. Kebanyakan iklan yang ditampilkan di televisi menggunakan prinsip ini dengan menciptakan ilusi gerak melalui berbagai pengaturan.
5. Ulangan. Biasanya hal yang terulang-ulang dapat menarik perhatian. Makanya tayangan iklan di televisi, radio sering diulang-ulang.
6. Keakraban. Suatu yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian. Ini bagian dari tabiat manusia, dia lebih mudah memahami dan memilih yang sudah akrab dengannya.
7. Sesuatu yang baru. Faktor ini kedengarannya bertentangan dengan keakraban. Unsur ini juga berpengaruh pada seseorang dalam menyeleksi informasi.

Pemahaman atau persepsi bisa salah, bisa benar, bisa sempit, bisa luas dan ini sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang terkait dengan proses terjadinya persepsi itu sendiri. Dapat dipahami, kesalahan atau tidak samanya pemahaman orang tentang wakaf uang juga disebabkan oleh faktor-faktor yang

terkait antara lain pendidikan, pemahaman tentang fikih wakaf, akses media informasi dan keterlibatan dalam pelatihan-pelatihan wakaf. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan dibawah ini:

1) Faktor keterlibatan dalam pelatihan-pelatihan Wakaf

Faktor-faktor sosial dan lingkungan merupakan faktor terpenting bagi pembentukan persepsi. Pengaruhnya apakah baik atau buruk tergantung kekuatan unsur pengaruh tiap-tiap individu. Keterlibatan nazhir wakaf pada pelatihan-pelatihan wakaf tentunya akan mempengaruhi persepsi nazhir terhadap wakaf uang. Kegiatan pelatihan tersebut dapat berupa pendidikan dan pelatihan, seminar, workshop dan lain sebagainya.

2) Faktor pendidikan

Pendidikan merupakan suatu hal yang penting dalam membentuk sikap dan pemikiran seseorang. Tiap orang yang mendapat pendidikan diharapkan mempunyai budi pekerti luhur dan berpandangan luas. Pendidikan yang diterima seseorang tidak hanya didapat dari sekolah, pendidikan juga diterima dari lingkungan sekitar. Pendidikan juga bisa berarti proses sosial yang terjadi pada orang yang dihadapkan pada pengaruh lingkungan yang terpilih dan terkontrol. Dalam penelitian ini penulis memakai tingkat pendidikan formal sebagai satu hal yang dapat mempengaruhi persepsi nazhir terhadap wakaf uang.

3) Faktor media informasi

Dalam dunia pemasaran dikenal sebuah objek kajian yaitu komunikasi dan pemasaran. Komunikasi adalah sebuah tahapan dari pemasaran dalam rangka membujuk konsumen supaya membeli produknya. Keputusan membeli adalah sebuah reaksi atau respon dari proses komunikasi pemasaran yang dilakukan marketer (penjual). Persepsi adalah inti komunikasi pemasaran karena akan menjadi kunci apakah responnya baik atau tidak terhadap sesuatu yang dipasarkan tersebut.

Media sosialisasi merupakan saluran komunikasi yang dipakai untuk menyampaikan pesan-pesan dari pengirim kepada

penerima. Tanpa adanya akses dengan media maka tidak akan pernah konsumen kenal dengan produk yang ditawarkan. Persepsi nazhir tentang wakaf uang akan dipengaruhi oleh intensitas dan keseringan nazhir mengakses media-media yang mempromosikan wakaf uang

4) Faktor regulasi

Dengan adanya Undang-undang No.41 tahun 2004 tentang wakaf dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 tentang pelaksanaannya, memberikan kepastian hukum tentang bolehnya wakaf uang serta bagaimana memproduktifkan asset wakaf semaksimal mungkin.

**Model regresi logistik (Logit)**

Regresi logistik digunakan untuk menguji probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya. Selanjutnya, untuk penjelasan lebih detailnya akan ditampilkan seluruh tabel dari pengolahan data program SPSS 13.

**Hasil Case Processing Summary**

Unweighted Cases <sup>a</sup>		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	60	100.0
	Missing Cases	0	.0
	Total	60	100.0
Unselected Cases		0	.0
Total		60	100.0

a. If weight is in effect, see classification tabel for the total number of cases.

*Output* diatas menunjukkan bahwa jumlah nazhir yang dijadikan sampel dalam pembuatan model berjumlah 60. Selanjutnya untuk menjelaskan kode variabel terikat yang digunakan adalah seperti yang dijelaskan pada tabel *dependent variabel encoding*.

*Dependent Variabel Encoding*

Original Value	Internal Value
.00	0
1.00	1

Variabel terikat menggunakan nilai 0 dan 1, dimana bernilai 0 apabila responden tidak setuju wakaf uang dan bernilai 1 bila responden setuju wakaf uang. Tabel selanjutnya menginformasikan bahwa variabel bebas yang dimasukkan pada saat pengolahan data, yaitu variabel keterlibatan dalam pelatihan wakaf, tingkat pendidikan, media informasi dan regulasi. Hasilnya pada *output* terlihat bahwa kategori yang dibuat telah diubah sesuai dengan definisi yang diinginkan. Supaya lebih jelas dapat dilihat pada Tabel *Categorical Variables Coding*

*Categorical Variables Coding*

		Frequency	Parameter Coding
		(1)	(2)
Regulasi	1.00	21	1.000
	2.00	39	.000
MI	1.00	30	1.000
	2.00	30	.000
Didik	1.00	37	1.000
	2.00	23	.000
Latih	1.00	25	1.000
	2.00	35	.000

Sumber: output SPSS 13

Variabel pendidikan yang menjadi referensi adalah kelompok pendidikan tinggi. Variabel kategori keterlibatan dalam pelatihan wakaf yang menjadi referensi adalah kelompok yang terlibat aktif dalam pelatihan wakaf. Variabel media informasi

yang menjadi referensi adalah kelompok yang sering mengakses media informasi wakaf uang. Variabel kategori regulasi yang menjadi refensi adalah kelompok yang paham akan regulasi wakaf uang.

Pada tabel selanjutnya, menjelaskan tentang proses pembentukan model. Pertama adalah pengujian konstanta dengan mengabaikan variabel lain seperti ditunjukkan dalam tabel variabel persamaan berdasarkan SPSS.

**Variabel Persamaan berdasarkan SPSS**

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 0 Constant	1.609	.346	21.586	1	.000	5.000

Sumber: output SPSS 13

Tabel di atas menjelaskan bahwa telah dilakukan uji signifikansi terhadap intersep dengan uji Wald, dan hasil koefisien intersep yang diperoleh yaitu bahwa konstanta mempunyai hasil signifikan secara statistik (angka signifikansi 0,000) pada  $\alpha = 5\%$ . Tabel selanjutnya adalah menginformasikan variabel-variabel yang tidak dimasukkan dalam persamaan sebagaimana yang disebutkan dalam penjelasan uji Wald di atas.

**Hasil SPSS Variabels not in the Equation**

Step	Variabels		Score	df	Sig.
0		Latih(1)	.672	1	.412
		MI(1)	7.680	1	.006
		Didik(1)	.353	1	.553
		Regulasi(1)	10.681	1	.001
	Overall Statistics		18.803	4	.001

Sumber: output SPSS 13

Variabel-variabel yang ditampilkan pada tabel tersebut adalah semua variabel model yang variabelnya adalah semua variabel bebas. Pada tahap selanjutnya, variabel-variabel bebas yang tersebut dimasukkan dalam pembentukan model. Tabel

Model Summary menginformasikan tentang uji untuk seluruh model yang dilakukan.

**Model Summary**

Step	-2Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	32,426 <sup>a</sup>	0,494	0,501

Sumber: output SPSS 13

Pada tabel di atas terlihat bahwa berdasarkan uji G, didapat nilai -2 log *likelihood* yang merupakan uji seluruh model. Angka sebesar 32,426 cukup besar, apabila dibandingkan dengan nilai  $X^2$  (df = 1) sebesar 3,841. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel signifikan secara statistik pada  $\alpha = 5\%$ , sehingga seluruh variabel dapat dimasukkan dalam model.

Tabel berikut merupakan penjelasan nilai estimasi. Uji Wald dan nilai Exp (B), yang kesemuanya merupakan bentuk model yang didapat. Untuk penjelasan lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel *Variables in the Equation*.

**Variables in the Equation**

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1						
Latih(1)	1.105	1.036	1.137	1	.286	3.020
MI(1)	-3.136	1.239	6.412	1	.011	.043
Didik(1)	-.910	1.082	.707	1	.400	.402
Regulasi(1)	-2.854	.994	8.248	1	.004	.058
Constant	5.531	1.677	10.883	1	.001	252.448

a. Variable(s) entered on step 1: Latih, MI, Didik, Regulasi.

Sumber: data primer, diolah

Berdasarkan informasi di atas, maka persamaan model logistik yang didapat adalah sebagai berikut:

$$\ln(p/1-p) = 5,531 + 1,105 \text{ Dummy\_Latih}(1) - 3,136 \text{ Dummy\_MI}(1) - 0,910 \text{ Dummy\_Didik}(1) - 2,854 \text{ Dummy\_Regulasi}(1)$$

### Analisis data

Data yang diperoleh penulis dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan logit. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh dan kaitannya dengan teori-teori persepsi yang ada. Adapun analisis regresi logistik dilakukan untuk mengetahui pemahaman nazhir akan wakaf uang dan faktor yang mempengaruhi pemahaman tersebut.

Target dari analisis regresi logit adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat yang dengan bentuk persamaannya:

$$\left[ \begin{array}{c} \ln \frac{p}{1-p} \\ + \text{sos}_2 \end{array} \right] = \beta_0 + \text{Latih}_1 + \text{Latih}_2 + \text{Didik}_1 + \text{Didik}_2 + \text{Sos} + \text{Reg}_1 + \text{Reg}_2 + \varepsilon_1$$

dimana:

Latih : Pelatihan yang diikuti

Didik : tingkat Pendidikan yang ditamatkan

Sos : Media informasi

Reg : Regulasi

### **H. 1 Variabel Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang**

Secara konseptual, analisis deskriptif merupakan metode untuk menggambarkan data yang dikumpulkan secara sederhana. Struktur data penelitian merupakan gambaran data nazhir yang setuju wakaf uang dan tidak setuju wakaf uang. Pemahaman merupakan suatu hal yang esensial dalam kehidupan ini, perilaku atau tindakan seseorang terhadap sebuah objek atau realitas sangat ditentukan oleh pemahamannya atau persepsi, penafsiran mereka akan realitas (Harsley: 1992).

Dengan demikian sikap dan respon nazhir terhadap wakaf uang sangat dipengaruhi oleh pemahaman nazhir itu

sendiri terhadap wakaf uang tersebut. Menurut Sudjana dan Laela (1998) persepsi merupakan tanggapan, pendapat yang didalamnya terkandung unsur penilaian terhadap objek dan gejala berdasarkan pengalaman dan wawasan yang dimilikinya. Pengalaman dan wawasan itu sendiri dipengaruhi oleh situasi nazhir, isu-isu sosial, kelompok sosial dan hal-hal lain yang dapat menjadi objek sikap.

Pandangan nazhir terhadap wakaf uang dapat terbentuk jika nazhir memiliki pengalaman dan wawasan mengenai wakaf. Tidak mungkin nazhir memberikan pandangan atau persepsinya terhadap wakaf uang jika nazhir tersebut tidak memahami atau mengetahui hal yang berkaitan dengan wakaf.

Hasil olahan data kuesioner tentang responden yang setuju dan tidak setuju tentang wakaf uang ditampilkan pada Tabel Variabel Persepsi Wakaf Uang sampel data yang digunakan mempunyai komposisi untuk nazhir yang setuju wakaf uang sebanyak 81,7 % dari total sampel 60 data yaitu sebesar 49 responden, kemudian untuk nazhir yang tidak setuju wakaf uang sebanyak 18,3 % atau sebesar 11 responden. Secara umum penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas nazhirsetuju wakaf uang.

### Variabel Persepsi Wakaf Uang

Total Responden	Frekuensi	
	Setuju	Tidak setuju
60	49	11
Persentase (%)	81,7%	18,3%

Sumber: Data primer, diolah

## H.2 Variabel Latar Belakang Pendidikan

Latar belakang pendidikan akan berpengaruh terhadap terbentuknya persepsi atau pemahaman nazhir, karena nazhir yang berpendidikan akan memiliki sikap terbuka terhadap informasi baru dan memandangnya secara obyektif (Pareek: 1996). Pendidikan merupakan proses memberi informasi

dan melatih kemampuan seseorang untuk menyeleksi dan menginterpretasikan sebuah informasi, demikian halnya dengan memahami wakaf uang orang yang berpendidikan akan lebih mudah dalam memahaminya.

Hasil pengolahan data penelitian, variabel latar belakang pendidikan berpengaruh cukup besar terhadap peersetujuan terhadap wakaf uang. Data bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, maka akan semakin setuju terhadap wakaf uang. Hal ini dapat dilihat dari tabel variabel latar belakang pendidikan

**Variabel Latar Belakang Pendidikan**

Pendidikan	Total Responden	Frekuensi		Persentase		
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Total
Tinggi (S2-S3)	12	12	-	100 %	-	100,00%
Menengah (D1-S1)	15	13	2	86%	14%	100,00%
Rendah (SLTP-SMU)	33	24	9	73%	27%	100,00%
	60					

Sumber: data primer, diolah

Pada tabel di atas, tingkat pendidikan yang ditamatkan oleh nazhir yang menjadi responden penelitian ini seperti yang dalam tabel 4.1, bahwa pendidikan tertinggi adalah S3 dan yang terendah ditamatkan adalah SLTP. Jumlah responden untuk setiap tingkat yaitu, tingkat pendidikan tinggi sebanyak 12, tingkat pendidikan menengah sebesar 15 serta tingkat pendidikan rendah sebesar 33

Apabila ditinjau dari komposisi tingkat pendidikan terhadap persetujuan tentang wakaf uang adalah sebagai berikut: Untuk pendidikan tinggi 12 responden yang setuju (100%) Kemudian untuk pendidikan menengah 13 responden yang setuju (86%) dan 2 responden yang tidak setuju (14%) akan wakaf uang.

Untuk pendidikan rendah 24 responden yang setuju (73%) dan yang tidak setuju 9 responden (27%).

### H .3 Variabel Akses Media Informasi

Bentuk media informasi bermacam-macam, antara lain dalam media massa, media elektronik dan dakwah para ulama. Media merupakan sarana komunikasi yang dikemas dalam bentuk informasi untuk terbangunnya persepsi. Oleh karena itu, persepsi terbentuk awalnya dari adanya informasi yang menstimulasi indra manusia baik berbentuk barang dan jasa, atau berbentuk data yang datang dari objek tertentu.

Akses media informasi difokuskan pada media yang berfungsi atau dipakai mensosialisasikan dan mempromosikan wakaf uang seperti Televisi, Radio, Koran dan Pamflet. Distribusi responden dapat dilihat pada Tabel variabel akses media informasi wakaf uang.

#### Variabel Akses Media Informasi Wakaf Uang

Informasi	Total Responden	Frekuensi		Persentase		
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Total
Tidak Pernah	11	2	9	18%	82%	100,00%
Kadang-kadang	45	30	15	66%	34%	100,00%
Sering	4	3	1	75%	25%	100,00%
	60					

Sumber: data primer, diolah

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa nazhir yang tidak pernah mengakses media informasi tentang wakaf uang sebanyak 11, yang kadang-kadang mengakses media informasi wakaf uang sebesar 45 serta yang sering mengakses media informasi wakaf uang 4. Besarnya persentase dari data tersebut dapat dilihat pada gambar persentase akses media informasi wakaf uang.

### H .4 Variabel Regulasi

Dengan adanya Undang-undang No.41 tahun 2004 tentang wakaf dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 tentang pelaksanaannya, memberikan kepastian hukum tentang bolehnya wakaf uang serta bagaimana memproduktifkan aset wakaf semaksimal mungkin. Untuk memahami distribusi dan komposisi pemahaman tersebut dapat dilihat pada Tabel variabel regulasi.

### Variabel Regulasi

Informasi	Total Responden	Frekuensi		Persentase		
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Total
Paham	35	30	5	85%	15%	100,00%
Kurang Paham	4	3	1	75%	25%	100,00%
Tidak Paham	21	15	6	71%	29%	100,00%
	60					

Sumber: data primer, diolah

Untuk tabel di atas, 30 responden adalah kelompok yang paham akan regulasi wakaf uang, yang kurang paham sebesar 4 responden dan yang tidak paham sebesar 21 responden. Besarnya persentase dari data tersebut dapat dilihat pada gambar persentase regulasi terhadap wakaf uang.

### Simpulan

Dari hasil pembahasan dan analisis diatas, maka dapat disimpulkan dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Nazhir yang memiliki sedikit informasi tentang wakaf uang sebanyak 0,053 kali dengan yang menyatakan setuju terhadap wakaf uang dibandingkan dengan nazhir yang memiliki banyak informasi. Atau dengan kata lain nazhir yang memiliki banyak informasi sebanyak 9,95 kali dengan yang menyatakan setuju terhadap wakaf uang dibandingkan dengan nazhir yang memiliki sedikit informasi.

2. Nazhir yang tidak paham regulasi sebanyak 0,060 kali dibandingkan dengan nazhir yang paham regulasi. Atau dengan kata lain bahwa nazhir yang menyatakan setuju terhadap wakaf uang dan paham terhadap regulasi wakaf sebanyak 0,94 kali dibandingkan dengan nazhir yang tidak paham regulasi wakaf.

### Daftar Pustaka

- Chaider S. Bamualim, dan Irfan Abubakar, *Revitalisasi Filantropi Islam*, Center for the Study of Religion and Culture (CSRC), Jakarta, 2005
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, PT remaja Rosdakarya, Bandung, 2007.
- Djalal Nachrowi dan Hardius Usman, *Penggunaan Teknik Ekonometri*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2002.
- Dodik Siswantoro dan Miranti Kartika Dewi, *The Effectiveness of waqf Fund raising Through Mutual Fund in Indonesia*, Jakarta, 2007.
- Hadari Nawawi dan Martini Hadari, *Instrumen Penelitian B, idang Sosial*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 1995.
- Joseph A. De Vito, *Komunikasi Antar Manusia: Kuliah Dasar*, Alih Bahasa Agus Maulana, Profesional Books, Jakarta, 1997.
- Morgan, Clifford T, *Introduction to Psychology*, McGraw-Hill, New York, 1986.
- Muhammad Ilham Effendi, *Faktor- faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah Terhadap Program Wakaf Tunai di Dompot Dhuafa*, Universitas Indonesia, Jakarta. 2007
- Muhammad Jawad Mughniyah, *Fiqh Lima Mazhab Ja'fari, Hanafi, Maliki, Syafi'I dan Hambali*, diterjemahkan oleh Afif Muhammad, Idrus Al-kaff, Masykur AB, Cet.VI, Lentera Basritama, Jakarta, 2007.

- Mundzir Qahaf, *Al-Waqfu al-Islami, Tathawuruh, idarasatuh wa Tamiyatuh*, terj. Muhyiddin Mas Rida, Khalifah, Jakarta, 2007.
- Mustafa Edwin Nasution dan Hardius Usman, *Proses Penelitian Kuantitatif*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 2007.
- Ristiyanti Prasetjo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2004.
- Timur Kuran, *Islamic Redistribution Through Zakat: Historical Record and Modern Realities "Poverty and Charity in Midle Eastern Contexts*, Albany: State University of New York, 2003.
- Tuti A. Najib dan Ridwan al-Makassary, *Wakaf, Tuhan dan Agenda Kemanusiaan*, Center for the Study of Religion and Culture (CSRC) Jakarta, 2006.
- Udai Pareek, *Perilaku Organisasi*, PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1996.
- Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 & Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006, Departemen Agama, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam, Jakarta.
- Uswatun Hasanah, *Menuju Wakaf Produktif*, Majalah Gontor, Edisi 12 Tahun II, 2005
- Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Rabbani Press, Jakarta, 2001.

*Halaman ini bukan sengaja untuk di kosongkan*