

Submitted 2023-07-23 | Reviewed 2023-10-23 | Revised 2024-01-04 | Accepted 2024-02-29

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Kota Jakarta Selatan Terhadap Wakaf Uang

Analysis of Factors that Influence the Perception of the South Jakarta City Community towards Cash Waqf

Nurul Ichsan Hasan¹

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: nurul.ichsan@uinjkt.ac.id

Imelda Puspita Sari^{2*}

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: imelda.puspitasari17@mhs.uinjkt.ac.id

Abstract

Cash waqf is one of the Islamic economic instruments in the form of social funds and is voluntary. In addition, cash waqf can also be used as an alternative instrument to reduce poverty and inequality in Indonesia. However, the fact is evidenced by the data, that the realization of the collection of cash waqf is not in accordance with the calculation of its potential. One of the causes is the perception of each individual or society towards the cash waqf itself. This research was conducted to determine the public perception of cash waqf. The factors used in this study are factors of religiosity, income, education, understanding, and access to information media. The method used in this research is multiple regression analysis method. This research was conducted in the city of South Jakarta involving 100 respondents. The results of this study indicate that about 62% of the public know about cash waqf, but only about 38% have ever had cash waqf, so this is what makes the potential for the realization of its collection to be a gap. Based on the results of data analysis, it is known that the perception of the people of South Jakarta City is significantly influenced by the internal factors of the community itself, namely the level of individual understanding of cash waqf. While the internal factors that have no significant effect on people's perceptions of cash waqf are religiosity, income and education, the external factors are access to information media.

Keywords: *Public Perception of Cash Waqf; Religiosity; Income; Education; Understanding; Access to Information Media*

Abstrak

Wakaf uang merupakan salah satu instrumen ekonomi Islam yang berbentuk dana sosial serta bersifat sukarela. Selain itu, wakaf uang juga dapat digunakan sebagai instrumen alternatif untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan kesenjangan di Indonesia. Namun fakta yang dibuktikan dengan data, bahwa realisasi penghimpunan wakaf uang tidak sesuai dengan perhitungan potensinya. Salah satu penyebabnya, yaitu persepsi setiap individu atau masyarakat terhadap wakaf uang itu sendiri. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap wakaf uang. Adapun faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu faktor religiusitas, pendapatan, pendidikan,

pemahaman, dan akses media informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda. Penelitian ini dilakukan di Kota Jakarta Selatan dengan melibatkan 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sekitar 62% masyarakat mengetahui wakaf uang, tetapi hanya sekitar 38% saja yang sudah pernah berwakaf uang, sehingga hal inilah yang membuat potensi dengan realisasi penghimpunannya terjadi kesenjangan. Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa persepsi masyarakat Kota Jakarta Selatan dipengaruhi secara signifikan oleh faktor internal masyarakat itu sendiri yaitu tingkat pemahaman individu terhadap wakaf uang. Sedangkan faktor internal yang tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang wakaf uang yaitu religiusitas, pendapatan dan pendidikan, dari faktor eksternalnya yaitu akses media informasi.

Kata Kunci: Persepsi masyarakat tentang wakaf uang; Religiusitas; Pendapatan; Pendidikan; Pemahaman; Akses media informasi

PENDAHULUAN

Banyaknya penduduk Muslim di Indonesia membuat Indonesia memiliki potensi wakaf yang sangat besar. Berdasarkan data Sistem Informasi Wakaf (SIWAK), mencatat potensi wakaf tanah di Indonesia mencapai jumlah 414.829 lokasi dengan total luas tanah wakaf hingga 55.259,87 hektar (Kemenag, 2021). Potensi aset wakaf di Indonesia yang besar diasumsikan karena sampai saat ini masyarakat masih sering kali diarahkan kepada wakaf benda yang bernilai tinggi seperti tanah atau bangunan yang dapat diambil manfaatnya. Praktek wakaf lebih banyak dikembangkan pada sarana ibadah, sarana pendidikan, sarana kesehatan, dan manfaat sosial lainnya. Seiring perkembangan zaman dan makin beragamnya jenis wakaf yang dapat dikelola dan dikembangkan, peluang meningkatkan penghimpunan wakaf semakin luas.

Salah satu sumber potensial wakaf terbaru adalah dari wakaf uang. Keunggulan wakaf uang yaitu lebih fleksibel dalam pengelolaannya, karena bisa diinvestasikan ke berbagai sektor riil maupun sektor keuangan. Wakaf uang ini juga merupakan implementasi dari Fatwa MUI Tahun 2002 yang menjadi asal mula adanya UU Wakaf No. 41 Tahun 2004. Dengan dibolehkannya berwakaf dengan bentuk uang maka peluang untuk berwakaf akan semakin luas, bukan hanya sebatas orang-orang menengah keatas tetapi dapat ditunaikan juga oleh orang-orang menengah kebawah. Melalui pengumpulan wakaf uang, harta wakaf yang sebelumnya tidak produktif karena keterbatasan biaya pengelolaan dapat diproduktifkan kembali sesuai dengan potensinya secara ekonomis dan nantinya akan menghasilkan keuntungan yang dapat digunakan untuk pembangunan ekonomi umat. Wakaf uang dapat memberikan efek multiplier yang lebih besar dibanding harta wakaf yang tidak bergerak. Hal ini karena wakaf uang memiliki mobilisasi serta daya jangkau yang lebih luas dan merata di tengah Masyarakat. Menurut Badan Wakaf Indonesia (BWI), potensi wakaf uang di Indonesia mencapai 180 triliun per tahun. Idealnya memang antara potensi dengan realisasi tidak jauh berbeda, namun pada faktanya menunjukkan bahwa pengumpulan wakaf masih jauh dari potensinya. Berbagai hambatan perkembangan wakaf uang di Indonesia, seperti wakaf uang yang masih belum terlalu popular di kalangan masyarakat, belum lagi dengan berbagai pandangan terhadap kebolehannya walaupun

sudah ada Fatwa DSN MUI yang mengeluarkan fatwa tentang kebolehan berwakaf uang, rendahnya literasi mengenai wakaf uang, pemahaman masyarakat yang masih terbatas jika dibandingkan dengan pemahaman mereka mengenai zakat, infak, dan sedekah, serta beberapa faktor lainnya yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat mengenai wakaf uang (Handayani & Kurnia, 2015).

Dalam penelitian Nizar (2011) mengenai *faktor yang memengaruhi persepsi wakif terhadap wakaf uang pada nazhir BWI*, persepsi sangat dipengaruhi oleh pengolahan informasi dibanding informasi itu sendiri. Pemahaman mengenai wakaf uang akan sulit diterima apabila masyarakat tidak dapat menerima konsep baru dari wakaf. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendidikan lebih tinggi lebih mampu mengelola informasi yang diterima secara lebih baik. Dalam hasil penelitian tersebut diketahui bahwa tingkat pendidikan juga merupakan faktor yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap wakaf uang itu sendiri. Pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang juga dinilai sangat penting karena nantinya akan menghasilkan sebuah persepsi tiap individu di masyarakat mengenai wakaf uang tersebut, karena setiap individu akan memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam menanggapi suatu objek yang sama, dalam hal ini yaitu wakaf uang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat di Kota Jakarta Selatan terhadap wakaf uang. Faktor-faktor yang digunakan untuk mengukur persepsi tersebut meliputi faktor internal dan faktor eksternal dari setiap individu yang dibatasi, yaitu dari faktor internal pada religiusitas, pendapatan, pendidikan, dan pemahaman. Sedangkan dari faktor eksternal dibatasi pada akses media informasi. Adapun penelitian terdahulu beberapa diantaranya memiliki perbedaan dengan penelitian ini yaitu antara lain:

Tabel 1
Kajian Pustaka

Judul	Perbedaan
Faktor-Faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap Wakaf Uang di Kota Bogor (Syifa Fauziah & Salahuddin El Ayyubi, 2019)	Objek penelitian yang berbeda dan terdapat satu variable independen yang berbeda, pada penelitian ini ada variabel yang diukur melalui variabel motivasi sosial
Analisis Faktor- Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung (Cupian & Nurun Najmi, 2020)	Walaupun ada beberapa variabel yang dipakai itu sama, tetapi penelitian ini variabelnya lebih banyak banyak
Analisis Faktor- Faktor yang Memengaruhi persepsi wakif tentang wakaf uang (Wulan Sulisty dan Muhammad Hasanuddin, 2021)	Objek penelitian pada penelitian ini adalah wakif, berarti hanya orang-orang yang pernah berwakaf pernah berwakaf
Analisis Faktor yang Memengaruhi Persepsi Mahasiswa terhadap Wakaf Uang (M. Afiq Irawan, 2020)	Pada penelitian ini mengukur persepsi dengan variabel keterlibatan organisasi

KAJIAN LITERATUR

Wakaf

Wakaf secara bahasa berasal dari kata *waqafa-yaqifu* yang artinya berhenti. Kata ini sering disamakan dengan *al-tahbis* atau *al-tasbil* yang bermakna *al-habs'an tassaruf*, yakni mencegah dari mengelola. Adapun secara istilah, wakaf menurut Abu Hanifah adalah menahan harta dibawah naungan pemiliknya disertai pemberian manfaat sebagai sedekah. Dalam terminologi hukum Islam, Wakaf juga memiliki arti memberikan hak milik yang tahan lama (zatnya) kepada seseorang atau nazhir (penjaga wakaf), baik berupa perorangan maupun badan pengelola dengan ketentuan bahwa hasil atau manfaatnya digunakan untuk hal-hal yang sesuai dengan syariat Islam. Sedangkan harta yang sudah diwakafkan telah terlepas dari hak milik yang mewakafkan, dan bukan pula menjadi hak milik nazhir, tetapi menjadi hak milik Allah SWT. Definisi wakaf menurut beberapa ahli fikih, diantaranya seperti Imam Hanafi yang mengartikan wakaf sebagai menahan materi benda (*al-'ain*) milik wakif dan mewakafkan atau menyedekahkan manfaatnya kepada siapa pun yang wakif inginkan untuk tujuan kebaikan. Negara Indonesia sebagai negara dengan penduduk Muslim terbanyak di dunia mendukung keberadaan lembaga wakaf. Salah satu bentuk konkret dukungan pemerintah adalah dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang wakaf (UU No. 41/2004) serta peraturan pelaksanaannya. Definisi wakaf dalam Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004, bahwa wakaf adalah suatu perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan kesejahteraan umum menurut syariah (Kementerian Agama RI, 2018).

Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia dalam putusan fatwanya tentang wakaf tunai memberikan pengertian wakaf bahwa "wakaf adalah perbuatan hukum seseorang atau kelompok orang atau badan hukum yang memisahkan sebagian dari benda miliknya guna kepentingan ibadah atau keperluan umum lainnya sesuai dengan ajaran Islam" dan "benda wakaf adalah segala benda, baik yang bergerak atau tidak bergerak, yang memiliki daya tahan yang tidak hanya sekali pakai dan bernilai menurut ajaran Islam". 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 syariat. Secara umum, wakaf uang merupakan penyerahan aset wakaf berupa uang tunai yang tidak dapat dipindah tanggalkan dan dibekukan selain untuk kepentingan umum yang tidak mengurangi ataupun menghilangkan jumlah pokoknya. Kemudian harta itu dikelola oleh lembaga wakaf atau lembaga perbankan syariah, dengan disalurkan atau diinvestasikan oleh nazhir (orang yang mengelola harta wakaf) ke berbagai bisnis sektor-sektor halal dan produktif, sehingga keuntungannya dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan umat secara keseluruhan.

Persepsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung. Proses dari seseorang mengetahui beberapa hal dari panca inderanya. Rangkuti (2003) mendefinisikan persepsi sebagai suatu proses dimana individu memilih, mengorganisasikan serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna yang juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu individu yang bersangkutan. Didalam proses persepsi, individu dituntut memberikan penilaian terhadap suatu objek yang dapat bersifat positif atau negatif, senang atau tidak senang, setuju atau tidak setuju, benar atau salah, dan lain-lain. Menurut Sarwono (2010), persepsi merupakan suatu proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Melalui persepsi manusia terus-menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya, Slameto (2010) hubungan dilakukan yaitu dengan inderanya, yaitu indera penglihatan, pendengaran, peraba, dan penciuman. Oleh karena itu, persepsi sedikit banyak akan memengaruhi bagaimana seseorang berperilaku. Dari beberapa pendapat diatas, penyusun dapat menyimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang ditempuh individu terhadap informasi yang diterimanya melalui panca indera, sehingga individu tersebut dapat menginterpretasikan dan memberikan penilaian terhadap suatu objek yang dapat bersifat cenderung positif atau negatif, setuju atau tidak setuju, dan lain sebagainya.

Religiusitas

Menurut Al-Mawarid, kata *religi* berasal dari kata *religio* (latin), dasar katanya adalah *religare* yang berarti mengikat. Sedangkan dalam Bahasa Arab disebut dengan *tadayyun* yang bermakna wara'un, taqwa yang berarti "bersikap berhati-hati, taat" (Zuhirsyan & Nurlinda, 2021). Faisal Ismail (2021) mengemukakan, kata *religie* berasal dari bahasa Belanda, dan bahasa Inggrisnya adalah *religion*. Kedua kata ini berasal dari bahasa induk yaitu bahasa latin *religare*. Lactancius mendefinisikan kata *religare* sebagai "mengikat menjadi satu dalam suatu persatuan bersama". Makna agama secara material adalah "religiusitas". Religiusitas adalah suatu kondisi yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Religiusitas adalah perpaduan antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan terhadap agama sebagai unsur afektif, dan perilaku terhadap agama sebagai unsur konatif. Jadi, religiusitas adalah integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang (Ahyadi, 1995).

Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah penghasilan yang diterima oleh masyarakat atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan ataupun tahunan (Sukirno, 2006. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya terutama kebutuhan pokok yang sangat penting bagi kelangsungan hidup seseorang secara langsung maupun tidak langsung. yang diperoleh seseorang dari kegiatan yang dilakukannya. Konsumsi menurut Soeharno dalam Indrayanti (2017) adalah kegiatan memanfaatkan barang-barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup seseorang. Barang-barang yang diperlukan untuk memenuhi

kebutuhan hidup ini tergantung dari pendapatan yang diperoleh. Pendapatan dapat dikelompokkan menjadi tiga tingkatan, yaitu rendah, menengah, dan tinggi. Pengelompokan ini bersifat relatif karena sesuai besarnya pendapatan per kapita.

Pendidikan

Menurut Soekidjo Notoatmodjo (2003), pendidikan adalah suatu proses belajar yang didalamnya terjadi proses pertumbuhan, perkembangan, serta keterampilan yang membentuk seseorang kearah yang lebih dewasa, lebih baik, dan lebih matang pada diri individu dalam jangka waktu yang relative lama, baik secara formal maupun nonformal. Pendidikan dalam artian sederhana, merupakan usaha manusia untuk membina kepribadiannya sesuai dengan nilai-nilai di dalam masyarakat dan kebudayaan.

Pendidikan dan ilmu pengetahuan dapat membuat manusia atau masyarakat berfikir rasional. Dengan kerasonalan cara berpikir dan cara pandang terhadap suatu objek atau permasalahan akan memberikan dasar pijakan yang dapat dipertanggungjawabkan. Pendidikan seseorang mencerminkan tingkat pengetahuan yang pernah diperoleh, semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh maka semakin banyak pengetahuan yang diperoleh. Menurut Mar'at, diantara faktor yang memengaruhi persepsi adalah proses belajar. Pendidikan bukan sekedar proses transfer ilmu pengetahuan semata, tetapi lebih dari itu. Pendidikan membiasakan peserta didik untuk berpikir, bersikap, dan bertindak menurut kaidah-kaidah ilmiah sesuai dengan tingkat pendidikannya. Dengan demikian, orang yang belajar tidak hanya memiliki tingkat ilmu saja, tetapi juga memiliki kebiasaan yang berbeda pula. Mulyana juga mengatakan bahwa salah satu faktor sosial budaya yang memengaruhi persepsi seseorang terhadap sebuah objek adalah tingkat pendidikan.

Pemahaman

Kata paham dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti pandai atau mengerti benar, sedangkan pemahaman merupakan proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan pengetahuan (Melandy, 2006). Menurut Stanton, pemahaman adalah salah satu faktor psikologis dalam kegiatan belajar. Memahami maknanya adalah tujuan akhir dari setiap belajar. Seseorang yang memahami sesuatu harus meningkatkan kualitas pengetahuannya tersebut, lalu dikombinasikan dengan pendalaman maknanya. Pemahaman memiliki arti yang sangat mendasar yang melekatkan bagian-bagian belajar pada proporsinya (Mutia, 2014). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman merupakan suatu proses peningkatan pengetahuan secara intes atau sungguh-sungguh yang dilakukan oleh seseorang dan sejauh mana seseorang itu dapat memahami akan sesuatu yang ingin diketahui.

Akses Media Informasi

Secara umum, media informasi adalah alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Melalui media informasi masyarakat dapat mengetahui berbagai informasi serta saling

berkomunikasi dan bertukar informasi. Sedangkan definisi dari informasi itu sendiri yaitu kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna bagi penerima informasi, sehingga maknanya lebih dari sekedar kata-kata atau data. Variabel media informasi adalah kegiatan yang bertujuan mencari informasi melalui media cetak, media elektronik, dan internet, dalam hal ini yaitu informasi terkait wakaf uang. Informasi sebagai representasi dari pengetahuan yang disimpan. Media penyimpanan informasi yang tradisional adalah buku, tetapi semakin berkembangnya teknologi saat ini media elektronik semakin penting dan banyak digunakan sebagai media informasi (Pramudia & Syarief, 2020). Secara umum, media informasi adalah alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Melalui media informasi masyarakat dapat mengetahui berbagai informasi serta saling berkomunikasi dan bertukar informasi. Sedangkan definisi dari informasi itu sendiri yaitu kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna bagi penerima informasi, sehingga maknanya lebih dari sekedar kata-kata atau data.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, sehingga sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan mengajukan instrument berupa angket atau kuesioner kepada responden yang dituju. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan google form ke media sosial, grup whatsapp, personal chat, wakif pada wakaf Al-Azhar, dan wakif pada Yayasan Baitul maal PLN. Dengan karakteristik yaitu berdomisili di Jakarta Selatan, serta yang sudah pernah berwakaf uang ataupun yang belum pernah berwakaf uang. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat muslim yang berdomisili di wilayah Jakarta Selatan. Berdasarkan data jumlah penduduk muslim di DKI Jakarta, maka dapat diketahui bahwa jumlah masyarakat muslim di Kota Jakarta Selatan pada tahun 2021 yaitu sejumlah 2.176.578 orang, yang dimana jumlah tersebut adalah populasi penelitian pada skripsi ini. Menurut Sugiyono (2017), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Jakarta Selatan yang terdiri dari berbagai kalangan. Mulai dari mahasiswa, pegawai swasta, PNS, dan lain sebagainya.

Berdasarkan jumlah populasi, maka penelitian ini menggunakan perhitungan sampel untuk mewakili populasi. Tingkat atau taraf kesalahan yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel yaitu tingkat kesalahan yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael, antara lain 1%, 5%, dan 10%. Diketahui jumlah populasi yang digunakan oleh peneliti cukup besar, maka peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10%. Rumus yang digunakan peneliti untuk menentukan ukuran sampel adalah rumus slovin, (Sugiyono, 2017). Penggunaan tingkat kesalahan 10% karena adanya keterbatasan dari segi sumber dana, waktu, serta tenaga yang tersedia. Semakin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang dibutuhkan, serta sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan maka akan semakin besar pula jumlah sampel yang dibutuhkan sebagai data.

Dalam rumus slovin, tingkat kesalahan 10% masih dapat digunakan. Berdasarkan rumus slovin diatas, maka perhitungan pada populasi penelitian ini adalah diketahui sampel penelitian untuk populasi 2.176.578 masyarakat muslim Kota Jakarta Selatan dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10% adalah 99,99 atau sama dengan 100 responden.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Jakarta Selatan pada bagian Agama Islam dan seluruh masyarakat muslim Kota Jakarta Selatan dengan jumlah total hingga tahun 2021 yaitu 2.176.578 jiwa. Berikut tabel profil responden:

Tabel 2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	35	35%
Perempuan	65	65%
Total	100	100%

Pada tabel.1, diketahui ada sebanyak 35 responden atau 35% yang berjenis kelamin laki-laki, dan ada sebanyak 65 responden atau 65% yang berjenis kelamin perempuan. Yang berarti mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

Table 3
Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
18-25 Tahun	66	66%
26-35 Tahun	14	14%
36-45 Tahun	14	14%
46-55 Tahun	5	5%
Diatas 55 Tahun	1	1%
Total	100	100%

Di dalam tabel ini, dapat diketahui bahwa responen dalam penelitian ini di dominasi oleh rentang usia 18 sampai 25 tahun yaitu sebanyak 66 atau 66%. Pada rentang usia 26 sampai 35 tahun dan usia 36 sampai 45 tahun dengan jumlah responden yang sama yaitu sebanyak 14 atau 14%. Sisanya pada rentang usia 46 sampai 55 tahun sebanyak 5 responden atau 5% dan rentang usia diatas 55 tahun hanya ada satu responden.

Tabel 4

Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD/MI Sederajat	4	4%
SMP/MTS Sederajat	3	3%
SMA/MA Sederajat	56	56%
D1/D2/D3	3	3%
S1	32	32%
S2	2	2%
S3	0	0
Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan akhir responden penelitian ini di dominasi dari lulusan SMA/MA sederajat yaitu sebanyak 56 responden atau 56% dari 100 responden masyarakat muslim di Jakarta Selatan. Selain di dominasi oleh lulusan SMA, lulusan sarjana strata 1 juga ada sebanyak 32 responden atau 32% dari total jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Sisa responden sebanyak 12% terbagi atas lulusan SD/MI sederajat sebanyak 4 responden, lulusan SMP/MI sederajat sebanyak 3 responden, lulusan D1/D2/D3 sebanyak 3 responden, dan lulusan Sarjana strata 2 sebanyak 2 responden.

Tabel 5
Profesi Responden

Profesi	Jumlah	Presentase
PNS	6	6%
Pegawai Swasta	45	45%
Wiraswasta	7	7%
Ibu Rumah	1	11
Mahasiswa	2	20
Pelajar	3	3%

Profesi responden dalam penelitian ini di dominasi oleh pegawai swasta, yakni sebanyak 45 responden atau 45%. Sisanya berprofesi sebagai PNS sebanyak 6 responden, wiraswasta sebanyak 7 responden, ibu rumah tangga sebanyak 11 responden, dan juga terdapat mahasiswa sebanyak 20 responden, serta ada juga pelajar dengan minimal usia 18 tahun sebanyak 3 responden.

Tabel 6
Jumlah Pendapatan Responden

Jumlah Pendapatan	Jumlah	Presentase
< Rp 2.000.000/bulan	34	34%

Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000	47	47%
>Rp 5.000.000	19	19%
Total	100	100%

Berdasarkan data pendapatan per bulan pada tabel diatas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini mempunyai pendapatan di antara Rp 2.000.000 sampai Rp 5.000.000 per bulan, yakni sebanyak 47 responden atau 47%. Sisanya memiliki pendapatan sekitar Rp 2.000.000 per bulan sebanyak 34 responden atau 34%, dan pendapatan sekitar lebih dari Rp 5.000.000 per bulan yaitu sebanyak 19 responden atau 19%. Mayoritas responden dalam penelitian ini ada sebanyak 79 responden atau sebesar 79%, pernah mendengar atau mengetahui istilah wakaf uang sebelum membaca kuesioner penelitian ini. Tetapi ada sebanyak 21 responden atau sebesar 21% yang belum pernah mendengar atau mengetahui istilah wakaf uang sebelum membaca kuesioner penelitian ini.

Sebanyak 38 responden atau sebesar 38% sudah pernah melakukan wakaf uang, sementara sebanyak 62 responden atau sebesar 62% belum pernah melakukan wakaf uang. Hasil ini menunjukkan bahwa dari sekian banyak responden yang sudah mengetahui wakaf uang, namun hanya sebanyak 38 responden yang sudah pernah melakukan wakaf uang.

Responden dalam penelitian ini mengetahui tentang wakaf uang paling banyak menerima informasi dari internet yaitu sebanyak 49 responden atau 49%. Selain itu, sebanyak 35 responden menerima informasi terkait wakaf uang juga cukup banyak dari media sosial. Guru atau dosen juga berperan dalam memberikan informasi tentang wakaf uang kepada masyarakat, dalam penelitian ini ada sebanyak 29 responden, dan sebanyak 23 responden mendapat informasi tentang wakaf uang dari tokoh agama. Sumber informasi dari kerabat atau orang lain sebanyak 26 responden. Sisanya bersumber dari web lembaga terkait sebanyak 15 responden, dari televisi sebanyak 4 responden, dan sebanyak 3 responden yang mendapat informasi dari majalah atau surat kabar, karena zaman pun semakin maju saat ini sehingga tidak banyak masyarakat yang membaca majalah atau surat kabar. Dari beberapa sumber informasi yang ada dalam mendapatkan informasi atau pengetahuan tentang wakaf uang, ada juga masyarakat yang belum pernah mengetahui wakaf uang dari sumber manapun. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa internet memiliki peranan penting dalam mensosialisasikan wakaf uang kepada masyarakat.

Mayoritas responden dalam penelitian ini ada sebanyak 79 responden atau sebesar 79% pernah mendengar atau mengetahui istilah wakaf uang sebelum membaca kuesioner penelitian ini. Tetapi ada sebanyak 21 responden atau sebesar 21% yang belum pernah mendengar atau mengetahui istilah wakaf uang sebelum membaca kuesioner penelitian ini.

Sebanyak 38 responden atau sebesar 38% sudah pernah melakukan wakaf uang, sementara sebanyak 62 responden atau sebesar 62% belum pernah melakukan wakaf uang. Hasil ini menunjukkan bahwa dari sekian banyak responden yang sudah mengetahui wakaf uang, namun hanya sebanyak 38 responden yang sudah pernah melakukan wakaf uang. Responden dalam penelitian ini mengetahui tentang wakaf uang paling banyak menerima informasi dari internet yaitu sebanyak 49 responden atau 49%. Selain itu,

sebanyak 35 responden menerima informasi terkait wakaf uang juga cukup banyak dari media sosial. Guru atau dosen juga berperan dalam memberikan informasi tentang wakaf uang kepada masyarakat, dalam penelitian ini ada sebanyak 29 responden, dan sebanyak 23 responden mendapat informasi tentang wakaf uang dari tokoh agama. Sumber informasi dari kerabat atau orang lain sebanyak 26 responden. Sisanya bersumber dari web lembaga terkait sebanyak 15 responden, dari televisi sebanyak 4 responden, dan sebanyak 3 responden yang mendapat informasi dari majalah atau surat kabar, karena zaman pun semakin maju saat ini sehingga tidak banyak masyarakat yang membaca majalah atau surat kabar.

Uji Validitas

Data yang diperoleh melalui penelitian ini adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Berikut adalah validitas seluruh variabel dalam penelitian ini:

Gambar 1
Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.564**	.697**	.594**	.467**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.564**	1	.499**	.666**	.657**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.697**	.499**	1	.620**	.420**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.594**	.666**	.620**	1	.622**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.467**	.657**	.420**	.622**	1	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.829**	.817**	.821**	.860**	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas dari variabel independen yaitu variabel Religiusitas (X1) memenuhi kriteria valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,196. Artinya menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan pada variabel Religiusitas valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 2
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.472**	.349**	.225*	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.025	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.472**	1	.474**	.458**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.349**	.474**	1	.579**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.225*	.458**	.579**	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.724**	.784**	.775**	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas dari variabel independen yaitu variabel Pendapatan (X2) memenuhi kriteria valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,196. Artinya menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan pada variabel Pendapatan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 3
Hasil Uji Validitas Variabel Pendidikan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.454** .000	.570** .000	.693** .000	.271** .006	.552** .000	.793** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.454** .000	1	.382** .000	.485** .000	.313** .002	.460** .000	.679** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.570** .000	.382** .000	1	.479** .000	.253** .011	.555** .000	.709** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.693** .000	.485** .000	.479** .000	1	.461** .000	.688** .000	.857** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.271** .006	.313** .002	.253** .011	.461** .000	1	.445** .000	.627** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.552** .000	.460** .000	.555** .000	.688** .000	.445** .000	1	.819** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.793** .000	.679** .000	.709** .000	.857** .000	.627** .000	.819** .000	1
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100

**: Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*: Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 4
Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.331** .001	.453** .000	.389** .000	.313** .002	.425** .000	.617** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.331** .001	1	.688** .000	.664** .000	.527** .000	.595** .000	.809** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.453** .000	.688** .000	1	.671** .000	.533** .000	.659** .000	.855** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.389** .000	.664** .000	.671** .000	1	.627** .000	.654** .000	.852** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.313** .002	.527** .000	.533** .000	.627** .000	1	.553** .000	.749** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.6	Pearson Correlation	.425** .000	.595** .000	.659** .000	.654** .000	.553** .000	1	.825** .000
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.617** .000	.809** .000	.855** .000	.852** .000	.749** .000	.825** .000	1
	Sig. (2-tailed)							
	N	100	100	100	100	100	100	100

**: Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas dari variabel independen yaitu variabel Pemahaman (X4) memenuhi kriteria valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,196. Artinya menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan pada variabel Pemahaman valid dan layak digunakan dalam penelitian ini

Gambar 5
Hasil Uji Validitas Variabel Akses Media Informasi

		Correlations				
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Total
X5.1	Pearson Correlation	1	.523**	.667**	.470**	.844**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.523**	1	.435**	.547**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.667**	.435**	1	.492**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	.470**	.547**	.492**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.844**	.763**	.828**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas dari variabel independen yaitu variabel Akses Media Informasi (X5) memenuhi kriteria valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,196. Artinya menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan pada variabel Akses Media Informasi valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 6
Hasil Uji Validitas Variabel Dependen

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Total	
Y.1	Pearson Correlation	1	.444**	.447**	.800**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	
Y.2	Pearson Correlation	.444**	1	.608**	.824**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	
	N	100	100	100	100	
Y.3	Pearson Correlation	.447**	.608**	1	.822**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	
	N	100	100	100	100	
Total	Pearson Correlation	.800**	.824**	.822**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		
	N	100	100	100	100	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas dari variabel dependen yaitu variabel Persepsi (Y) memenuhi kriteria valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,196. Artinya menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan pada variabel Persepsi valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu kuesioner. Menurut Sugiyono (2017), reliabel berkenaan dengan derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu. Berdasarkan tabel diatas, uji reliabilitas seluruh variabel yang diujikan menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha diatas 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui kenormalan residual dalam model. Data yang terdistribusi normal akan memperkecil kemungkinan terjadinya bias. Pengujian normalitas dilakukan dengan Uji Statistik One Sample Kolmogorov Smirnov yang mana dasar pengambilan pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tersebut tidak beridstribusi normal

Pada prinsipnya normalitas model regresi dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data/titik pada garis diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Model regresi dapat dikatakan memenuhi asumsi kenormalan jika data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya (Ghozali, 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti menyantumkan hasil uji normalitas dengan grafik (P-Plot). Pada gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik Grafik (*P-Plot*) menyebar disekitar garis diagonal, penyebarannya pun tidak terlalu jauh dan melebar. Yang artinya model regresi memenuhi asumsi kenormalan dan layak untuk digunakan. Namun, uji normalitas residual dengan grafik dapat menyesatkan. Secara visual tampak normal, padahal bisa saja secara statistik bisa menghasilkan hasil yang sebaliknya. Oleh karena itu, disamping menggunakan uji grafik, peneliti melengkapinya dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan yaitu uji normalitas non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai p-value (Asymp.Sig 2 tailed) ($0,837 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi kenormalan.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi yang kuat antar variabel bebas (independen) pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang kuat di antara variabel independen. Uji ini dilakukan dengan cara menganalisis nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Kedua ukuran nilai ini menunjukkan variabel independen manakah yang memiliki korelasi dengan variabel independen lainnya. Suatu model regresi menunjukkan adanya multikolonieritas, jika nilai Tolerance $> 0,1$ atau sama dengan nilai VIF < 10 .

Pada penelitian selanjutnya diketahui nilai tolerance dan nilai VIF dari beberapa variabel independen (variabel X) adalah sebagai berikut:

Variabel Religiusitas (X1) dengan nilai tolerance $0,497 > 0,1$ dan nilai VIF nya sebesar $2,011 < 10$

Variabel Pendapatan dengan nilai tolerance sebesar $0,464 > 0,1$ dan nilai VIF nya sebesar $2,154 < 10$

Variabel Tingkat Pendidikan dengan nilai tolerance sebesar $0,315 > 0,1$ dan nilai VIF nya sebesar $3,171 < 10$

Variabel Pemahaman dengan nilai tolerance sebesar $0,355 > 0,1$ dan nilai VIF nya sebesar $2,818 < 10$

Variabel Akses Media Informasi dengan nilai tolerance sebesar $0,429 > 0,1$ dan nilai VIF nya sebesar $2,330 < 10$.

Dilihat dari seluruh nilai tolerance dan nilai VIF pada masing-masing variabel, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak berkorelasi satu sama lain.

Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah hasil Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode statistik, yaitu menggunakan Uji Spearman's Rank Correlation.

Gambar 7
Hasil Uji Spearman's Rank Correlation

		Correlations					
		Religiusitas	Pendapatan	Pendidikan	Pemahaman	Media Informasi	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Religiusitas	Correlation Coefficient	1.000	.473**	.375**	.436**	.401**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.052
		N	100	100	100	100	100
	Pendapatan	Correlation Coefficient	.473**	1.000	.414**	.494**	.483**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.833
		N	100	100	100	100	100
	Pendidikan	Correlation Coefficient	.375**	.414**	1.000	.757**	.624**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.912
		N	100	100	100	100	100
	Pemahaman	Correlation Coefficient	.436**	.494**	.757**	1.000	.579**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.954
		N	100	100	100	100	100
	Media Informasi	Correlation Coefficient	.401**	.483**	.624**	.579**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.310
		N	100	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.195	-.021	-.011	-.006	-.103
		Sig. (2-tailed)	.052	.833	.912	.954	.310
		N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, hasil output SPSS heteroskedastisitas dengan Uji Spearman menunjukkan bahwa variabel religiusitas, pendapatan, pendidikan, pemahaman dan akses media informasi memiliki nilai signifikansi 0,052; 0,833; 0,912; 0,954 dan 0,310 yang seluruh nilai signifikansi dari variabel independen tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model ini, atau

dengan kata lain seluruh variabel independen yang terdapat dalam model regresi ini memiliki sebaran varian yang sama/homogen.

Uji Regresi Linear Berganda

Setelah melakukan seluruh rangkaian uji asumsi klasik dan hasil yang dapat disimpulkan bahwa seluruh data yang ada terdistribusi normal serta tidak terdapat multikolinearitas dan heteroskedastositas, sehingga selanjutnya dapat melakukan uji regresi berganda untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis. Analisis regresi linear berganda ini dilakukan untuk menghitung besarnya pengaruh religiusitas, pendapatan, tingkat pendidikan, pemahaman dan akses media informasi terhadap persepsi masyarakat Jakarta Selatan tentang wakaf uang.

Gambar 8
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.678	.275		2.465	.016
Religiusitas	.112	.107	.103	1.047	.298
Pendapatan	.145	.099	.150	1.473	.144
Pendidikan	.004	.116	.004	.033	.974
Pemahaman	.444	.114	.455	3.894	.000
Media Informasi	.135	.096	.150	1.411	.162

a. Dependent Variable: Persepsi

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari koefisien regresi diatas, maka persamaan regresi pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b^1 X^1 + b^2 X^2 + b^3 X^3 + b^4 X^4 + b^5 X^5$$

$$Y = 0,678 + 0,112 X^1 + 0,145 X^2 + 0,004 X^3 + 0,444 X^4 + 0,135 X^5$$

Y = Persepsi masyarakat Jakarta Selatan tentang wakaf uang

α = Intercept (konstanta) b^1 = Koefisien untuk X^1 b^2 = Koefisien untuk X^2 b^3 = Koefisien untuk X^3 b^4 = Koefisien untuk X^4 b^5 = Koefisien untuk X^5

Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Dari hasil pengujian regresi linear berganda pada table diatas, diperoleh nilai konstanta (α) sebesar 0,678. Yang artinya jika ada pengaruh religiusitas, pendapatan, tingkat pendidikan, pemahaman, dan akses media informasi terhadap

persepsi masyarakat Kota Jakarta Selatan, maka nilai persepsi masyarakat tersebut tentang wakaf uang adalah 6,78%.

- 2) $b^1 = 0,112$, artinya setiap kenaikan religiusitas (X1) sebesar 1% diikuti dengan kenaikan persepsi masyarakat terhadap wakaf uang (Y) akan sebesar 11,2%. Dengan asumsi variabel lain tetap.
- 3) $b^2 = 0,145$, artinya setiap kenaikan pendapatan (X2) sebesar 1% diikuti dengan kenaikan persepsi masyarakat terhadap wakaf uang (Y) akan sebesar 14,5%. Dengan asumsi variabel lain tetap.
- 4) $b^3 = 0,004$, artinya setiap kenaikan tingkat pendidikan (X3) sebesar 1% diikuti dengan penurunan variabel persepsi masyarakat terhadap wakaf uang (Y) akan sebesar 0,4%. Dengan asumsi variabel lain tetap.
- 5) $b^4 = 0,444$, artinya setiap kenaikan pemahaman (X4) sebesar 1% diikuti dengan kenaikan persepsi masyarakat terhadap wakaf uang (Y) akan sebesar 44,4%. Dengan asumsi variabel lain tetap.
- 6) $b^5 = 0,135$, artinya setiap kenaikan akses media informasi (X4) sebesar 1% diikuti dengan kenaikan persepsi masyarakat terhadap wakaf uang (Y) akan sebesar 13,5%. Dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini:

Hasil Uji t (Hasil Uji Secara Parsial)

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial (masing-masing) terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_a diterima. Begitu juga sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima.

$$\begin{aligned}t_{\text{tabel}} &= t(\alpha/2 ; n - k - 1) \\&= t(0,05/2 ; 100 - 5 - 1) \\&= t(0,025 ; 94) \\&= \underline{1,985}\end{aligned}$$

Gambar 9
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.678	.275		2.465	.016
Religiusitas	.112	.107	.103	1.047	.298
Pendapatan	.145	.099	.150	1.473	.144
Pendidikan	.004	.116	.004	.033	.974
Pemahaman	.444	.114	.455	3.894	.000
Media Informasi	.135	.096	.150	1.411	.162

a. Dependent Variable: Persepsi

Pengaruh Religiusitas terhadap Persepsi Masyarakat tentang Wakaf Uang

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung variabel religiusitas (X_1) sebesar 1,047 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,985 ($1,047 < 1,985$), dengan nilai sig. $0,298 > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Dengan demikian variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat Kota Jakarta Selatan tentang wakaf uang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fauziah dan Ayyubi (2019) dan juga penelitian yang dilakukan oleh Cupian dan Nurun Najmi (2020) bahwa variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi mengenai wakaf uang. Hal ini membuktikan bahwa tingkat religiusitas beberapa masyarakat tidak menentukan persepsi baik terhadap wakaf uang.

Pengaruh Pendapatan terhadap Persepsi Masyarakat tentang Wakaf Uang

Pada tabel diatas diperoleh hasil uji variabel pendapatan (X_2) dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,473 yaitu lebih kecil dari nilai t_{tabel} yang bernilai 1,985 ($1,473 < 1,985$), dengan nilai sig $0,144 > 0,05$. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat diketahui bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat Jakarta Selatan tentang wakaf uang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Huda Sentosa dan Novarini (2019). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi seseorang mengenai wakaf uang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan berbagai tingkat pendapatan cenderung memiliki persepsi yang baik/positif terhadap wakaf uang dan juga memiliki peluang untuk melakukan wakaf uang.

Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Persepsi Masyarakat tentang Wakaf Uang

Pada tabel diatas juga diketahui hasil uji variabel tingkat pendidikan (X_3) dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,003 yaitu lebih kecil dari nilai t_{tabel} yang bernilai 1,985 ($0,003 < 1,985$), dengan nilai sig $0,974 > 0,05$. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat Jakarta Selatan tentang wakaf uang.

Implikasi dari hasil penelitian ini terhadap penelitian sebelumnya dapat dilihat dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nisa (2017) yang membahas tentang faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat tentang wakaf uang. Penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel pendidikan merupakan variabel yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang wakaf uang, karena latar belakang pendidikan yang ber variasi serta tingkat pengetahuan mengenai wakaf uang yang dapat diperoleh dari mana saja, maka variabel pendidikan tidak menjadi acuan faktor yang memengaruhi persepsi mereka terhadap wakaf uang.

Pengaruh Pemahaman terhadap Persepsi Masyarakat tentang Wakaf Uang

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung variabel pemahaman (X_4) sebesar 3,894 yaitu lebih besar dari nilai t tabel yang bernilai 1,985 ($3,894 > 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian variabel pemahaman berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat Jakarta Selatan tentang wakaf uang.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cupian dan Nurun Najmi (2020) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung” yang mengatakan bahwa semakin tinggi pemahaman masyarakat tentang wakaf uang maka semakin besar peluang masyarakat untuk menerima wakaf uang. Dengan demikian, semakin tinggi seseorang dalam memahami sesuatu, dalam hal ini yaitu mengenai wakaf uang maka seseorang itu akan semakin mudah untuk menerima wakaf uang atau bahkan akan mudah melakukan wakaf uang. Semakin banyak masyarakat yang paham maka akan membuat peningkatan dalam penghimpunan wakaf uang itu sendiri.

Pengaruh Akses Media Informasi terhadap Persepsi Masyarakat tentang Wakaf Uang

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung variabel akses media informasi (X_5) sebesar 1,411 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,985, maka diketahui nilai t hitung $<$ nilai t tabel dengan nilai sig $0,162 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan demikian variabel akses media informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang wakaf uang.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fauziyah dan Ayyubi (2019) bahwa akses media informasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi mengenai wakaf uang, karena wakaf uang sendiri masih belum cukup dikenal oleh masyarakat dan wakaf uang masih dianggap sebagai hal baru di dunia perwakafan sehingga beberapa masyarakat masih belum tertarik untuk menggali informasi tentang wakaf uang.

Uji F (Simultan)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi menunjukkan:

< 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima. Begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi >0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. $F_{tabel} = F(k ; n - k)$

Gambar 10

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	17.939	5	3.588	22.567	.000 ^b
Residual	14.945	94	.159		
Total	32.883	99			

a. Dependent Variable: Persepsi

b. Predictors: (Constant), Media Informasi, Religiusitas, Pemahaman, Pendapatan, Pendidikan

Berdasarkan tabel hasil uji F diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 22,567, sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,31. Yang artinya nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian model regresi ini dapat digunakan untuk variabel persepsi masyarakat Kota Jakarta Selatan tentang wakaf uang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas, pendapatan, tingkat pendidikan, pemahaman, dan akses media informasi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang wakaf uang.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model regresi berganda dalam menjelaskan variabel terikat. Dari hasil output uji koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,521 atau 52,1%. Yang artinya variabel persepsi masyarakat tentang wakaf uang dapat dijelaskan sebesar 52,1% oleh variabel religiusitas, pendapatan, tingkat pendidikan, pemahaman, dan akses media informasi. Sisanya sebesar 47,9% (100% - 52,1%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh religiusitas, pendapatan, tingkat pendidikan, pemahaman, dan akses media informasi terhadap persepsi masyarakat tentang wakaf uang.

Dari kelima variabel independen yang digunakan pada penelitian ini, hanya terdapat 1 variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel pemahaman (X_4). Sedangkan, keempat variabel lainnya yaitu variabel religiusitas (X_1), pendapatan (X_2), tingkat pendidikan (X_3), dan akses media informasi (X_5) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu persepsi masyarakat tentang wakaf uang (Y). Dengan demikian responden dalam penelitian ini, semakin tinggi pemahaman masyarakat tentang wakaf uang maka akan semakin besar peluang masyarakat untuk berpersepsi baik terhadap wakaf uang.

Pada hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F), diketahui nilai F hitung sebesar 36,490 dengan probabilitas 0,000 kurang dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini, yaitu religiusitas (X1), pendapatan (X2), tingkat pendidikan (X3), pemahaman (X4), dan akses media informasi (X5) secara simultan berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang wakaf uang.

BIBLIOGRAPHY

- Ahyadi, A. A. (1995). *Psikolog Agama: Kepribadian Muslim Pancasila*. Sinar Baru Algesindo.
- Akbar, R. F. (2015). Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. *Edukasia : Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 10(1), 189–210. <https://doi.org/10.21043/edukasia.v10i1.791>
- Asiah, H. N. (2020). Maslahah Menurut Konsep Imam Al Ghazali. *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 18.
- Bramastuti, N. (2009). *Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Bakti Oetama Godangrejo Karanganyar*. 48.
- Christoper, R., Chodijah, R., & Yunisvita, Y. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pekerja wanita sebagai Ibu rumah tangga. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(1), 35–52. <https://doi.org/10.29259/jep.v15i1.8820>
- Dahlan, R. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang. *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i1.3028>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 17*. Ghozali, I. (2016). Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS. In *Semarang University Press* (Issue April 2012). Gibson. (2010). *Religiusitas Culture*. Erlangga.
- Handayani, R. P., & Kurnia, T. (2015). Analisis Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Wakaf Tunai. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 61–70. <https://doi.org/10.30997/jsei.v1i2.256>
- Hasan, S. (2010). Wakaf Uang Dan Implementasinya Di Indonesia. *De Jure: JurnalHukum Dan Syar'iah*, 2(2), 162–177. <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v2i2.2976>
- Hasan, S. (2011). *Wakaf Uang (Perspektif Fiqih, Hukum Positif, dan Manajemen)* (N. Rahmawati (Ed.)). UIN-Maliki Press.
- Hasanah, D. U. (2008). No Title. Badan Wakaf Indonesia. <https://www.bwi.go.id/166/2008/05/13/inovasi-pengembangan-wakaf-di-berbagai-negara/>
- Hasanuddin, W. S. A. dan M. (2021). *LIKUID: Jurnal Ekonomi Indu str i Hal al - ISSN:2797- 5967 (e)*. 2(1), 1–16.
- Hasbullah, H. (2004). (Studi Sosio-Legal Perilaku Pengelolaan Wakaf Uang Pasca Pemberlakuan Uu No . 41 Tahun 2004 TENTANG WAKAF)
- Hilmi Hasbullah. *Annual International Conference on Islamic Studies (AICIS XII)*, 41, 812–832. <http://digilib.uinsby.ac.id/8509/>

- Hendawati, Y., & Kurniati, C. (2017). Penerapan Metode Eksperimen Terhadap Pemahaman Konsep Siswa Kelas V Pada Materi Gaya Dan Pemanfatannya. *Metodik Didaktik*, 13(1). <https://doi.org/10.17509/md.v13i1.7689>
- Hermuningsih, S., & Wardani, K. (2016). Persepsi Mahasiswa Terhadap Metode Simulasi Online Trading Di Bursa Efek Indonesia Di Fakultas Ekonomi. *EKOBIS Yogyakarta*, 17,2, 199–207. <http://lppm-unissula.com/jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/viewFile/1332/1032>
- Ilman, M. Z. (2019). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Religiusitas, Akses Media Informasi, Dan Pengetahuan Wakaf Uang Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Wakaf Uang (Studi Pada Jamaah Masjid Al-Ghfari, Masjid Muhammadiyah, dan Masjid Ramadhan Griya Shanta Kota Malang). *Jurnal Ilmiah*, 5(1).
- Indrayanti, R. (2017). *Pengaruh Pendapatan Dan Konsumsi Terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani Tebu Di Desa Pasucen Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati*. [Stain Kudus]. <Http://Repository.Iainkudus.Ac.Id/Id/Eprint/2098>
- Irawan, M. A. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Terhadap Wakaf Uang (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam) Mohammad Afiq Irawan. *Jurnal Ekonomi*, 9.
- Junaidi, E. (2017). *Wakaf, Kekuatan Umat Yang Sempat Terlupakan*. Buletin Amanah.
- Kasdi, A. (2018). Dinamika Pengelolaan Wakaf Di Negara-Negara Muslim. *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 4(1), 73. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i1.3032>
- Kementerian Agama RI. (2018). *Himpunan Peraturan Perundang-Undangan tentang Wakaf* Kementerian Agama RI.
- Kurniawan, A. (2014). Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis. *Ekonomi Dan Bisnis*.
- Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M. S. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Y. Hardiwati (Ed.)). PT. Grasindo.
- Mayasari, R. (2014). Religiusitas Islam dan kebahagiaan (Sebuah tesis dengan perspektif psikologi). *Al-Munzir*, 7(2), 81–100.
- Melandy, R. & N. A. (2006). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi, Kepercayaan Diri Sebagai Variabel Pemoderasi. *Symposium Nasional Akuntansi 9 Padang*, 1–49.
- Mutia, S. P. T. (2014). Pengaruh sanksi perpajakan, kesadaran perpajakan, pelayanan fiskus, dan tingkat pemahaman terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Artikel Ilmiah*, 2(1), 2–30.
- Nizar, A. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wakif Tentang Wakaf Uang. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 21–36. <https://doi.org/10.15408/ess.v4i1.1953>
- Pramudia, R. A., & Syarief, M. E. (2020). Pengaruh Persepsi Pengetahuan, Informasi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Berwakaf Uang. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.30651/justeko.v4i2.6482>
- Prananda Putra, A. (2018). Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Persepsi Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Air Terjun Selendang

- Arum, Songgon - Banyuwangi. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 05, 171. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i01.p09>
- Prof. Dr. H. Faisal Ismail, M. A. (2021). *ISLAM Dinamika Dialogis Keilmuan, Kebudayaan, dan Kemanusiaan* (M. A. Fakih (Ed.)). IRCiSoD.
- Sholihah, Fatmah, E. K. S. (2017). Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Intervening. *El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 07(01), 1327–1344.
- Soekidjo Notoatmodjo. (2003). *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Rineka Cipta. Statistika, B. P. (n.d.). *Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa)*, 2020-2021. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/844/1/jumlah-penduduk-menurut-agama-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno. (2006). *Ekonomi Pembangunan*. Kencana Prenada Media Group.
- Toha, M. (2003). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.3>