

ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT KOTA BOGOR TERHADAP WAKAF TUNAI BOGOR PEOPLE PERCEPTION ANALYSIS TO THE CASH WAQF

R.P. Handayani^{1a} T. Kurnia²

^{1a} Alumni Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16770.

² Dosen Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16770.

(Diterima oleh Dewan Redaksi: Agustus)
(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: Desember)

ABSTRACT

One of the challenges Muslims in Indonesia is functioning optimally and productive of waqf, which can be driven by optimizing cash waqf. This study aims to determine people perception of Bogor to the cash waqf. Variables used in this research is variable knowledge, interests, and media information. This research is quantitative research using discriminant analysis method. Based on the results of the analysis were grouped by occupation and perceptions regarding cash waqf, then of group work can be concluded that the distinguishing factor is the interest factors with discriminant function $Z = 1.0$ Interests. While based grouping perceptions about cash waqf public perception distinguishing factor is the factor of knowledge and information media. With Z_i diskriminannya function equation knowledge = $1,009\text{media} + 0.228\text{interest} + 0.36\text{information}$.

Keywords: Perception, waqf, variable knowledge, interest, and media information

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat Kota Bogor terhadap wakaf tunai. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel pengetahuan, minat, dan media informasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis diskriminan. Berdasarkan hasil analisis yang dikelompokkan berdasarkan pekerjaan dan persepsi mengenai wakaf tunai, maka dari kelompok pekerjaan dapat disimpulkan bahwa faktor yang membedakan persepsi masyarakat adalah faktor minat, dengan fungsi diskriminan $Z_i = 1.0$ Minat. Sedangkan berdasarkan pengelompokkan persepsi mengenai wakaf tunai faktor yang membedakan persepsi masyarakat adalah faktor pengetahuan dan media informasi. Dengan persamaan fungsi diskriminannya $Z_i = 1.009 \text{ pengetahuan} + 0,228 \text{ minat} + 0,36 \text{ media informasi}$

Kata Kunci: persepsi, wakaf, variabel pengetahuan, minat, dan media informasi

PENDAHULUAN

Praktik wakaf telah dikenal sebelumnya sejak dulu sebelum hadirnya agama Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW meskipun nama dan istilah yang berbeda. Rasulullah SAW menyuruh untuk mewakafkan, "*Jika mau, kamu tahan pokoknya dan kamu sedekahkan hasilnya. (H.R. al-Bukhari, Muslim, al-Tarmidzi, dan al-Nasa'i)*". Hasan (ketua Badan Wakaf Indonesia/BWI) menyatakan praktek wakaf di Indonesia dalam perkembangannya tertinggal 20 tahun dengan negara lain, bahkan negara yang lebih miskin.

Nafis menyatakan bahwa persepsi mayoritas umat Islam di Indonesia meyakini bahwa wakaf keagamaan lebih penting daripada wakaf untuk tujuan pemberdayaan sosial. Sehingga mereka lebih banyak mempraktikkan wakaf keagamaan, seperti masjid, mushalla, makam dan sebagainya. Sementara untuk tujuan pemberdayaan, seperti wakaf pendidikan, pemberdayaan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat belum dipandang penting. Selain itu, para wakif biasanya hanya menyumbangkan tanah atau bangunan sekolah kepada nazhir, namun menutup mata terhadap biaya operasionalnya dan pengembangan ekonominya. Akibatnya, banyak yayasan pendidikan Islam, yang berbasis wakaf, gulung tikar atau telantar.

Hal ini merupakan tantangan bagi umat Islam Indonesia untuk memfungsikan harta wakaf secara maksimal dan produktif sehingga aset wakaf tersebut mampu mensejahterakan umat Islam di Indonesia sesuai dengan fungsi dan tujuan ajaran wakaf yang sebenarnya. Wakaf tunai dalam bentuk uang menjadi salah satu solusi yang dapat membuat wakaf menjadi lebih produktif.

Potensi wakaf tunai untuk Kota Bogor apabila diasumsikan seperti asumsi Nasution maka didapatkan wakaf tunai kota Bogor dalam satu tahun yaitu Rp. 109,6 M. Dengan besarnya potensi wakaf tunai di

tingkat kota Bogor menjadikan dana wakaf sebuah solusi ditengah permasalahan umat saat ini. Dana wakaf yang akan terkumpul secara kumulatif dari tahun ke tahun dapat dijadikan sebagai modal sosial abadi. Namun dalam realisasi wakaf tunai di negeri yang mayoritas muslim ini tidak sesuai dengan potensi wakafnya hanya kurang lebih Rp. 3M yang terkumpul di lembaga keuangan syariah.

Potensi wakaf tunai Indonesia sebesar Rp. 3T sedangkan untuk Kota Bogor 109,6 M, namun realisasi wakaf tunai tidak sesuai dengan potensinya kurang lebih Rp. 3 M. Oleh karena itu salah satu cara untuk merealisasikan potensi wakaf tunai dimulai dari tingkat yang terkecil yaitu ditingkat kota Bogor, dengan mengetahui persepsi masyarakat kota Bogor terhadap wakaf tunai.

Tujuan dari penelitian ini yaitu: Mengetahui karakteristik masyarakat kota Bogor yang memiliki potensi wakaf tunai. Sehingga didapatkan data mengenai karakteristik masyarakat kota Bogor. Hal ini dapat memudahkan lembaga untuk mensosialisasi wakaf tunai sesuai dengan karakter masyarakat dan untuk mengetahui persepsi masyarakat kota Bogor terhadap wakaf tunai. Sehingga didapatkan data mengenai perbedaan persepsi yang signifikan pada masyarakat Kota Bogor.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan se jelas mungkin dengan cara menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul keterangan dan diolah dengan data statistik. Secara operasional penelitian ini melihat bagaimana besarnya perbedaan pengetahuan, minat dan media informasi pada masyarakat terhadap wakaf tunai.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini

menggunakan metode teknik kuisisioner. Dalam penyusunan kuisisioner dibangun oleh beberapa variabel dan setiap variabel memiliki atribut-atribut. Atribut-atribut ini yang menjadikan dasar dalam membuat pernyataan-pernyataan kuisisioner.

Dalam penyusunan kuisisioner yang terdiri dari tiga bagian yaitu,

- a. Data Responden, dimana hal ini menjadi penting untuk mengetahui karakteristik masyarakat Kota Bogor dengan melihat wilayah tempat tinggal, usia, pendidikan, pekerjaan dan pengeluaran rata-rata perbulan.
- b. Pernyataan-pernyataan kuisisioner, dimana disusun berdasarkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang kemudian dari variabel tersebut terdapat atribut-atribut yang menjadikan dasar pembuatan pernyataan. Pernyataan kuisisioner ini menggunakan skala likert. Responden dapat memilih jawaban dari pernyataan tersebut dengan mengisi sangat setuju, setuju, agak setuju, kurang setuju atau tidak setuju. Ada tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:
 - 1) Pengetahuan, atribut yang menyusun variabel pengetahuan dalam penelitian ini adalah pengetahuan mengenai suatu objek atau produk wakaf tunai mencakup kesadaran akan kategori dan merek produk di dalam kategori produk, Terminologi produk khususnya produk wakaf tunai, ciri produk dari wakaf tunai dan kepercayaan tentang wakaf tunai secara umum dan mengenai spesifik wakaf tunai.
 - 2) Minat, atribut yang menyusun variabel minat diantaranya sikap yang berlangsung terus-menerus yang memberi pola pada perhatian seseorang sehingga membuat dirinya selektif terhadap objek minatnya pada wakaf tunai, kemudian perasaan yang menyatakan bahwa suatu objek yaitu wakaf tunai berharga atau berarti bagi individu, dan keadaan atau satu set motivasi yang menuntut tingkah laku

menuju satu arah tertentu yaitu melakukan wakaf tunai.

- 3) Media Informasi, dimana akses konsumen secara berulang-ulang akan suatu produk wakaf tunai tersebut dengan menggunakan berbagai media.
- c. Pertanyaan terbuka, dimana pertanyaan ini diisi sesuai pengetahuan responden. Dengan mengetahui seberapa besar responden mengetahui wakaf tunai sebelumnya, darimana dapat informasi wakaf tunai jika mengetahuinya dan media informasi apa yang sering digunakan.

Tehnik analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah Analisis Diskriminan. Analisis Diskriminan berfungsi untuk menentukan besarnya nilai perbedaan antara beberapa kelompok atau kategori yang diukur dari beberapa variabel penentu (*diskriminator*) juga berfungsi untuk menentukan besarnya nilai peranan (alokasi) tiap diskriminator. Tujuan dari analisis diskriminan adalah membentuk fungsi diskriminan, menguji perbedaan antar kelompok (dalam hal ini variabel independennya), menentukan kontribusi pengaruh dari variabel bebas yang paling bebas dan mengevaluasi ketepatan model diskriminan yang terbentuk. Model analisis Diskriminan merupakan kombinasi linier dari persamaan sebagai berikut:

$$D = b_0 + b_1X_1 (\text{pengetahuan}) + b_2X_2 (\text{minat}) + b_3X_3 (\text{Akses dengan media informasi tentang wakaf uang})$$

- a) Langkah-langkah analisis Diskriminan
 - 1) Merumuskan masalah
 - 2) Mengestimasi koefisien fungsi Diskriminan
 - 3) Menentukan Signifikansi fungsi Diskriminan
 - 4) Menginterpretasikan hasil
 - 5) Mengukur Validitas Analisis Diskriminan
- b) Pengujian Model
 - 1) Menguji pengaruh koefisien model
 - 2) Menguji Ketepatan Model

Analisis Diskriminan menggunakan suatu model, maka sangat perlu untuk menguji ketepatan model. Ada

3 pengujian yang perlu dilakukan, yaitu :

- i. Eigenvalue
- ii. Uji Wilk's Lambda
- iii. Korelasi Kanonikal

3) Mengelompokkan Objek Berdasarkan Fungsi Diskriminan

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Bogor dan sampel pada penelitian ini adalah masyarakat kota Bogor yang dikelompokkan sesuai pekerjaannya yaitu masyarakat yang bekerja di instansi pemerintahan, swasta dan masyarakat yang berwirausaha. Sehingga metode sampling menggunakan *cluster*. Dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden masyarakat kota Bogor berkaitan dengan persepsi wakaf tunai secara umum, semua data responden terangkum dalam Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Uraian	Jumlah
Wilayah	Bogor Utara	16
	Bogor Selatan	24
	Bogor Barat	24
	Bogor Timur	12
	Bogor Tengah	40
	Tanah Sareal	9
Jenis kelamin	Laki-laki	59
	Perempuan	66
Usia	18-25 tahun	15
	26-35 tahun	39
	36-45 tahun	38
	>45 tahun	33
Pendidikan	SD	3
	SMP	8
	SMU	50
	D1	4
	D3	10
	S1	50
Pekerjaan	Pegawai Negeri Sipil	29

	Karyawan Swasta	37
	Wiraswasta	24
	Ibu Rumah Tangga	31
Pengeluaran rata-rata per bulan	Rp 500.000-Rp 1.000.000	19
	Rp 1.000.001-Rp 1.500.000	30
	Rp 1.500.001-Rp 3.000.000	42
	Rp 3.000.000-Rp 5.000.000	28
	>Rp 5.000.001	6

Sumber: Data primer yang diolah

Pembagian wilayah bertujuan untuk mengetahui penyebaran responden masyarakat kota Bogor. Kota Bogor yang terdiri dari 6 kecamatan yaitu Bogor Selatan, Bogor Timur, Bogor Utara, Bogor Tengah, Bogor Barat, dan Tanah Sareal. Setiap daerah memiliki perbedaan karakteristik penduduk baik dalam hal gaya hidup, adat kebiasaan mempunyai pengaruh yang besar pada pemasaran dan segmentasi pasar. Daerah yang memiliki jumlah penduduk yang besar memiliki implikasi yang besar bagi pemasaran. Termasuk memasarkan suatu produk seperti wakaf tunai. Kota Bogor sendiri memiliki jumlah penduduk yang terbanyak di Bogor Barat sedangkan yang memiliki jumlah penduduk sedikit di Bogor Tengah.

Jenis kelamin penduduk kota Bogor berdasarkan statistik kota Bogor tahun 2011 jumlah laki-laki 4% lebih banyak dibandingkan dengan jumlah perempuan. Dari 125 responden masyarakat Kota Bogor didapatkan hasil penyebaran paling banyak responden perempuan sebesar 53% atau sebesar 66 orang sedangkan responden laki-laki sebesar 47% atau sebesar 59 orang. Hal ini disebabkan kelompok pekerjaan ibu rumah tangga disertakan dalam pengambilan data penelitian. Selain itu pekerjaan ibu rumah tangga juga mengatur keuangan keluarga.

Pengelompokkan usia pada responden ini dibagi empat kelompok usia 36-45

tahun dan 26-35 tahun memiliki persentase sama yaitu 31%, 26% untuk 18-25 tahun, dan usia yang paling sedikit adalah usia diatas 45 tahun. Dengan adanya kelompok usia dapat memudahkan pemasar dan manfaat untuk dalam memasarkan aneka produk. Pada tingkatan usia sangat penting karena diketahui tingkat produktifitas masyarakat dan juga dimana sudah dapat memutuskan mempertimbangkan suatu keputusan hidupnya.

Pengelompokan pendidikan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk mengetahui cara berpikir dan memahami suatu objek, dengan semakin tingginya tingkat pendidikan seseorang, maka pola pikir seseorang juga ikut berubah. Pada penelitian ini dikategorikan beberapa kelompok yaitu SD, SMP, SMU, D1, D3, dan S1. Pendidikan tidak hanya proses transfer ilmu pengetahuan namun pendidikan juga membiasakan peserta didik untuk berpikir, bersikap dan bertindak menurut kaidah-kaidah ilmiah sesuai dengan tingkat pendidikannya. Salah satu faktor sosial budaya yang mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu objek adalah tingkat pendidikan.

Pekerjaan seseorang juga merupakan salah satu karakteristik yang dapat dilihat pada penelitian ini. Pekerjaan ini menjadikan dasar pengambilan responden dalam penelitian ini, dengan membagi beberapa kelompok pekerjaan diantaranya Pegawai Negeri Sipil (PNS), karyawan swasta, wiraswasta, dan Ibu Rumah Tangga (IRT).

Pengeluaran perkapita dapat dijadikan pendekatan untuk pendapatan penduduk sehingga dapat diketahui tingkat kesejahteraan masyarakat. Besar kecilnya pendapatan suatu keluarga merupakan faktor penentu untuk mengetahui bagaimana masyarakat membelanjakan pendapatannya.

Berdasarkan statistika kota Bogor tahun 2010 rata-rata pengeluaran perkapita di Kota Bogor tahun 2010 adalah sebesar Rp 746.479. Pola pengeluaran konsumen dipengaruhi oleh tahap-tahap dalam daur

hidup keluarga para konsumen. Setiap konsumen memiliki perbedaan dalam pola pengeluaran, misalnya perbedaan pengeluaran keluarga yang memiliki tanggungan keluarga dengan pengeluaran keluarga yang sendirian tanpa tanggungan anak.

Hasil Analisis Data

Hasil pengujian validitas dari 26 pernyataan didapat 15 pernyataan yang valid karena *Corrected Item-Total Correlation* diatas 0,306 sedangkan 11 pernyataan tidak valid dikarenakan memiliki nilai yang kurang dari 0,306.

Hasil pengolahan data didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.873 maksudnya secara keseluruhan butir-butir pertanyaan sudah reliabel karena nilai 0,873 lebih besar sama dengan dari nilai standarnya yaitu sebesar 0,8. Jumlah butir pertanyaan (N) sebesar 15. Sehingga dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Fungsi Diskriminan Berdasarkan Kelompok pekerjaan.

Pada fungsi diskriminan ini melihat variabel bebas yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kelompok. Kelompok pada penelitian ini adalah kelompok pekerjaan yaitu PNS, Karyawan swasta, wiraswasta, dan ibu rumah tangga sedangkan variabel bebas yang digunakan adalah pengetahuan, minat dan media Informasi.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil dari 125 responden yang dikelompokkan berdasarkan kelompok pekerjaan didapatkan perbedaan rata-rata tiap variabel, variabel pengetahuan yang paling besar nilai rata-rata pada kelompok PNS dan yang paling kecil kelompok ibu rumah tangga, untuk variabel minat yang paling besar nilai rata-rata pada kelompok karyawan swasta sedangkan yang paling kecil pada kelompok PNS, dan variabel media informasi yang memiliki rata yang paling besar adalah kelompok wiraswasta sedangkan yang paling rendah kelompok PNS.

Pada analisis Diskriminan menggunakan suatu model maka sangat perlu untuk

menguji ketepatan model ada tiga pengujian yang diperlukan yaitu Eigenvalue, Wilk's Lambda' dan Korelasi kanonikal. Pengujian Eigenvalue semakin besar nilainya maka semakin baik pula model yang didapat, Sedangkan untuk pengujian Wilk's Lambda semakin kecil nilainya maka semakin baik pula model yang didapat dan pengujian korelasi kanonik semakin besar nilai korelasi kanonikal maka semakin baik pula model yang didapat.

Variabel bebas yang mempunyai pengaruh yang besar terhadap kelompok jika signifikan kurang dari 0,05, sehingga didapatkan hanya satu variabel yang mempunyai pengaruh besar dalam perbedaan kelompok PNS, Karyawan swasta, Wiraswasta dan Ibu Rumah Tangga yaitu variabel minat (x_2) sedangkan untuk variabel pengetahuan dan media informasi tidak mempunyai pengaruh yang besar terhadap kelompok.

Nilai Eigenvalue yang sebesar 0.076 dengan varian yang dapat dijelaskan 100%. Ini menunjukkan bahwa fungsi ini mampu melakukan pengelompokan cukup baik dan untuk korelasi kanonik sebesar 0.266 ini menunjukkan ada korelasi antar skor fungsi diskriminan dan kelompok.

Statistik Wilk's Lambda menunjukkan fungsi ini signifikan sampai tingkat signifikansi 0,030. Ini menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kelompok objek pada fungsi ini. Dari beberapa pengujian yang dilakukan maka dapat disimpulkan Fungsi Diskriminan pertama merupakan fungsi yang baik dan telah dapat mendiskriminasikan kelompok.

Bentuk fungsi diskriminan $Z_i = 1.0$ Minat(x_2). Sehingga persamaan diskriminan yang terbentuk pada kelompok pekerjaan PNS, Karyawan Swasta, Wiraswasta dan Ibu Rumah Tangga. Empat persamaan tersebut adalah :

$$Y(\text{PNS}) = -16.734 + 9.963 \text{ minat}$$

$$Y(\text{K. swasta}) = -19.936 + 10,953 \text{ minat}$$

$$Y(\text{wiraswasta}) = -19.964 + 10.961 \text{ minat}$$

$$Y(\text{IRT}) = -16.834 + 9.996 \text{ minat}$$

Hal ini menunjukkan bahwa minat menyebabkan perubahan pada persepsi pada PNS terhadap wakaf. Peningkatan minat nasabah terhadap wakaf tunai menyebabkan persepsi nasabah terhadap wakaf tunai menjadi semakin baik. Besaran jumlah peningkatan minat satu satuan menyebabkan peningkatan persepsi PNS sebesar 9.963. Sebaliknya, jika responden tidak memiliki minat terhadap wakaf tunai maka membentuk persepsi negatif terhadap wakaf tunai sebesar -16.734.

Sementara itu untuk kelompok karyawan swasta, persepsi responden kelompok swasta terhadap wakaf tunai akan mengalami peningkatan sebesar 10.953 jika kelompok tersebut memiliki minat sebanyak satu satuan terhadap wakaf tunai dan tanpa adanya variabel minat maka persepsi responden terhadap wakaf tunai akan negatif 19.936, atau dengan kata lain karyawan swasta akan mempersepsikan negatif terhadap wakaf tunai jika terjadi penurunan satu satuan minat terhadap wakaf tunai.

Kelompok wirasawasta menunjukkan bahwa persepsi terhadap wakaf tunai akan mengalami peningkatan sebesar 10.961 dengan adanya kenaikan minat responden satu satuan. Sebaliknya persepsi responden pada kelompok wiraswasta akan mengalami penurunan sebesar -19.964 terhadap wakaf tunai. Dengan kata lain persepsi responden akan positif jika dibangkitkan minat terhadap wakaf dan responden cenderung akan lebih cepat mempersepsikan wakaf tunai secara negatif jika ada yang menurunkan minatnya terhadap wakaf tunai seperti berita-berita negatif tentang wakaf tunai.

Pada responden kelompok ibu rumah tangga, tanpa adanya variabel minat maka persepsi responden terhadap wakaf tunai akan negatif 16.834. Adanya kenaikan variabel minat satu satuan terhadap maka persepsi responden terhadap wakaf tunai akan naik sebesar 9.996. Hal ini menunjukkan pada kelompok responden ibu rumah tangga jika tanpa variabel minat persepsi kelompok ibu rumah tangga lebih

kecil dibandingkan dengan kelompok karyawan swasta dan wiraswasta. Namun demikian dengan adanya minat pun persepsi positif kelompok ibu rumah tangga terhadap wakaf tunai lebih rendah dibandingkan dengan kelompok karyawan swasta dan wiraswasta.

Fungsi Diskriminan berdasarkan kelompok persepsi

Pada fungsi diskriminan ini melihat variabel bebas yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kelompok. Kelompok pada penelitian ini adalah kelompok yang memiliki persepsi tinggi, sedang dan kurang terhadap wakaf sedangkan variabel bebas yang digunakan adalah pengetahuan (x1), minat (x2) dan media Informasi (x3).

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan 12 responden yang memiliki persepsi mengenai wakaf tunai tinggi, 87 responden memiliki persepsi sedang dan 26 responden memiliki persepsi kurang terhadap wakaf tunai. Berikut ini penjelasan masing-masing variabel, yaitu:

- i. Pada variabel pengetahuan (x1), rata-rata skor untuk kategori persepsi yang tinggi adalah 2,97, sedang 2,91 dan rendah 2,07. Hal ini berarti pengetahuan terhadap wakaf tunai memiliki persepsi yang positif dibandingkan dengan responden kelompok sedang dan kurang.
- ii. Pada variabel minat (x2), rata-rata skor untuk kategori persepsi tinggi adalah 3,28, sedang 3,24 dan kurang sebesar 2,54. Hal ini berarti responden memiliki minat terhadap wakaf tunai lebih positif dibandingkan dengan responden yang memiliki persepsi sedang dan kurang.
- iii. Pada variabel Media Informasi (x3), rata-rata skor untuk kategori persepsi tinggi 2,65, kategori sedang sebesar 3,24 dan kategori rendah sebesar 2,54. Pada analisis Diskriminan menggunakan suatu model maka sangat perlu untuk menguji ketepatan model ada 3 pengujian yang diperlukan yaitu

Eigenvalue, Wilk's Lamda' dan Korelasi kanonikal.

Berdasarkan nilai signifikan untuk dari nilai *equity of means* variabel x1 yaitu 0,000, x2 sebesar 0,934 dan x3 sebesar 0,41. Variabel bebas yang mempunyai pengaruh yang besar terhadap kelompok jika signifikan kurang dari 0,05, sehingga didapatkan hanya satu variabel yang mempunyai pengaruh besar terhadap kelompok yaitu variabel pengetahuan (x1) dan media informasi (x3) sedangkan untuk variabel media informasi (x2) tidak mempunyai pengaruh yang besar terhadap kelompok.

Perbedaan persepsi masyarakat kota Bogor dilihat dari tingkat signifikansi dalam uji *chi square* yang menunjukkan nilai kurang dari 0,05 berarti terdapat perbedaan persepsi mengenai wakaf tunai yang mengetahui secara baik atau tinggi, sedang ataupun kurang. Variabel yang menjadi pembeda antar kelompok adalah variabel pengetahuan dan variabel media informasi dikarenakan memiliki signifikan kurang dari 0,05.

Berdasarkan nilai eigenvalue didapatkan hasil 0,501 dengan varian yang dapat dijelaskan 96,2 %. Ini menunjukkan bahwa fungsi ini mampu melakukan pengelompokan cukup baik dan untuk korelasi kanonikal sebesar 0,578 ini menunjukkan ada korelasi antar skor fungsi diskriminan dan kelompok pada fungsi pertama.

Berdasarkan statistik Wilk's Lambda menunjukkan fungsi pertaman ini signifikan sampai tingkat signifikansi 0,00. Ini menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kelompok objek pada fungsi ini.

Dari beberapa pengujian yang dilakukan maka dapat disimpulkan Fungsi Diskriminan pertama merupakan fungsi yang baik dan telah dapat mendiskriminasikan kelompok.

Fungsi Diskriminan didapatkan berdasarkan Tabel '*Standardized Canonical Discriminant Function Coefficient*' yaitu:

$Z_i = 1.009 \text{ pengetahuan} + 0,228 \text{ minat} + 0,36 \text{ media informasi}$

$Z_{ii} = -0,274 \text{ pengetahuan} - 0,351 \text{ minat} + 1.030 \text{ media informasi}$

Fungsi Diskriminan pertama menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai koefisien yang bernilai positif. Ini menunjukkan bahwa semakin besar nilai-nilai variabel tersebut maka skor akan semakin tinggi. Dari fungsi pertama terlihat bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh besar untuk memperbesar skor diskriminan. Atau dengan kata lain, semakin tinggi pengetahuan responden maka skor diskriminan dari fungsi semakin besar.

Berdasarkan klasifikasi nilai koefisien menunjukkan persamaan diskriminan yang terbentuk pada responden yang memiliki persepsi tinggi, sedang dan kurang terhadap wakaf tunai. Persamaan tersebut adalah:

$Y_{(\text{tinggi})} = -42,910 + 14,117 \text{ pengetahuan} + 12,177 \text{ minat} + 0,693 \text{ media informasi}$

$Y_{(\text{sedang})} = -41,970 + 13,609 \text{ pengetahuan} + 11,835 \text{ minat} + 1,261 \text{ media informasi}$

$Y_{(\text{rendah})} = -31,035 + 10,234 \text{ pengetahuan} + 11,205 \text{ minat} + 1,098 \text{ media informasi}$

Untuk melakukan pengelompokan berdasarkan skor fungsi diskriminan, maka terlebih dahulu harus dibuat kriteria, yang merupakan batasan nilai untuk memasukkan responden dalam kelompok yang memiliki persepsi tinggi, sedang dan rendah berdasarkan 'Clasification Result'.

Berdasarkan *Clasification Result* terlihat bahwa ketepatan pengelompokan untuk semua kelompok yaitu 50% untuk kelompok tinggi, 48% untuk kelompok sedang dan 96,2% untuk kelompok rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan kelompok yang cukup baik dalam melakukan prediksi adalah kelompok rendah dikarenakan diatas 80% sedangkan kelompok tinggi dan rendah memiliki nilai yang dibawah 80%.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai persepsi masyarakat Kota Bogor terhadap wakaf tunai dengan menggunakan variabel bebas seperti pengetahuan, minat dan media informasi dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik dapat disimpulkan:
 - a. Berdasarkan wilayah didapatkan data bahwa wilayah yang terbanyak dalam penelitian ini terletak di wilayah Bogor Tengah s sedangkan yang sedikit di wilayah tanah sareal.
 - b. Berdasarkan jenis kelamin bahwa jenis kelamin terbanyak adalah perempuan, hal ini dikarenakan dimasukkan kelompok ibu rumah tangga dalam responden penelitian ini.
 - c. Berdasarkan usia bahwa usia yang terbanyak dalam responden penelitian ini adalah usia produktif 18-25 tahun dan 26-35 tahun.
 - d. Berdasarkan pendidikan didapatkan data bahwa tingkat pendidikan masyarakat kota Bogor dalam penelitian ini adalah tingkat SMU dan Sarjana.
 - e. Berdasarkan kelompok pekerjaan yang dibagi menjadi 4 kelompok pekerjaan yaitu PNS, karyawan swasta, wiraswasta dan ibu rumah tangga. Kelompok pekerjaan yang terbanyak yaitu karyawan swasta.
 - f. Berdasarkan tingkat pengeluaran yang terbanyak adalah pengeluaran per bulan yaitu pada Rp 1.500.001- Rp 3.000.000.
2. Persepsi masyarakat kota Bogor terhadap wakaf tunai, dengan menggunakan analisis diskriminan didapatkan hasil bahwa:
 - a. Pengelompokan persepsi mengenai wakaf tunai berdasarkan kelompok pekerjaan yaitu PNS, Karyawan swast, Wiraswasta dan ibu rumah tangga dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang membedakan persepsi masyarakat adalah faktor

minat. Dengan fungsi diskriminan $Z_i = 1.0 \text{ Minat}(x_2)$

- b. Pengelompokan persepsi mengenai wakaf tunai berdasarkan pembagian pemahaman tinggi, sedang dan rendah dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi persepsi dalam memahami wakaf tunai adalah faktor pengetahuan dan media informasi. Dengan persamaan fungsi diskriminannya adalah $Z_i = 1.009 \text{ pengetahuan} + 0,228 \text{ minat} + 0,36 \text{ media informasi}$

Adapun implikasi dari penelitian ini antara lain:

1. Pengetahuan akan wakaf tunai mempunyai pengaruh sangat besar dalam membentuk suatu perbedaan persepsi masyarakat oleh karena itu dibutuhkan sosialisasi dan promosi baik itu dikalangan masyarakat menengah ke atas. Sehingga menumbuhkan minat masyarakat dalam berwakaf tunai.
2. Dalam memilih media informasi yang sering diakses oleh masyarakat Kota Bogor adalah media elektronik diantaranya televisi dan internet. Selain itu juga media yang jarang diakses pun tidak menutup kemungkinan untuk tetap di sosialisasikan seperti media cetak majalah, radio, buku, brosur, spanduk, dan lain-lain. Sehingga masyarakat mengetahui dan akan mempercepat realisasi wakaf tunai di Kota Bogor dan sekaligus di tingkat nasional.
3. Dalam mensosialisasikan kepada masyarakat dibutuhkan juga sosialisasi secara langsung baik itu dalam bentuk seminar, majlis taklim yang dimana masyarakat dapat berkumpul bersama untuk belajar mengenai wakaf tunai.

Islam La_Riba, volume IV no 1, Juli 2010.

BWI, unduh, *Peraturan BWI No. 1 Tahun 2009, pasal 1.3*

BWI. Unduh, *Laporan Pengelolaan wakaf tunai Badan Wakaf Indonesia periode 31 Desember 2007 s/d 31 Desember 2011.*

Departemen Agama, *Undang-Undang No.41 tahun 2004 tentang Wakaf.* Direktorat Jenderal Masyarakat Islam tahun 2007

DNA berita, *Soal Pengelolaan Wakaf Yang Tertinggal 20 Tahun Dari Negara Lain.* Online. <http://www.dnaberita.com/berita-68005-soal-pengelolaan-wakaf-indonesia-tertinggal-20-tahun-dari-negara-lain.html>

Efrizon A, 2008, *Faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman masyarakat tentang wakaf uang di kecamatan Rawalumbu Bekasi*, Tesis pada fakultas Universitas Indonesia pasca sarjana, UI, Jakarta.

Engel, James F, dkk, 1994, *perilaku konsumen*, Binarupa Aksara, Jakarta

Fanani, Muhyar. *Wakaf Uang Untuk Kesejahteraan Ummat*, materi Studium General Fak. Syariah, IAIN Surakarta, Kamis, 29 September 2011.

Fauzia, Amelia, Dr., *Fenomena Masjid di atas Tanah Bukan Wakaf: Sebuah Kajian Empiris (2)*. Artikel BWI. tgl Selasa, 17 Juli 2012

Mannan., MA., Pro. Dr. *Sertifikat Wakaf Tunai, sebuah Inovasi Instrumen Keuangan Islam.*, CIBER dan PKTTI UI, Terjemahan.

DAFTAR PUSTAKA

Arif, Syafrudin. *Wakaf Tunai sebagai Alternatif Mekanisme Redistribusi Keuangan Islam*, Jurnal Ekonomi

- Moh. Nazir, Ph.D, *Metode Penelitian*, Ghalia, Jakarta, 1983
- Nazar, Ahmad, 2011, *Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wakif tentang wakaf uang: studi kasus pada nazhir Badan Wakaf Indonesia*, Tesis pada fakultas Universitas Indonesia pasca sarjana, UI, Jakarta.
- Qahaf, Mundzir, Dr., 2005, *Manajemen Wakaf Produktif*. Khalifa, Jakarta Timur.
- Ramdhani, Hasan Slamet, 2011, Skripsi. *Studi Sosial Ekonomi dan persepsi Masyarakat Terhadap CSR perusahaan Hutan Tanaman Industri*. Fakultas Kehutanan, IPB
- Ruslan, Heri. *Inilah Awal Mula Sejarah Wakaf*. Republika Online. Senin 5 Maret 2012.
- Sudarsono, Heri., 2007, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Suliyanto, 2005, *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*, Ghalia Indonesia. Bogor
- Tim penulis, 2006, *Pedoman Pengelolaan Dan Pengembangan Wakaf*. Departemen Pemberdayaan Wakaf Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI. Jakarta.
- Tim penulis, 2010, *Konsep Minat*. Dalam website Wordpress.com. [http://creasoft.wordpress.com / 2010/03/18/konsep-minat/](http://creasoft.wordpress.com/2010/03/18/konsep-minat/)
- Tohirin, Achmad. *Kontribusi Pengembangan Wakaf Tunai di Indonesia*. Simposium Nasional I, Sistem Ekonomi Islam. P3EI-FEUII. Yogyakarta, 13-14 Maret 2002