

FAKTOR PEMBENTUK PERSEPSI WAKAF TUNAI PADA MASYARAKAT MUSLIM DI KOTA MEDAN

FORMING FACTORS OF CASH WAQF PERCEPTION IN MUSLIM COMMUNITY IN MEDAN CITY

A W Nasution¹, Susilawati², Roslina³

¹Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan, Jl. Almamater No. 1, Kampus USU, 20155, Medan, e-mail: anrizanasution@polmed.ac.id

²Program Studi Perbankan Syariah dan Keuangan Politeknik Negeri Medan, Jl. Almamater No. 1, Kampus USU, 20155, Medan, e-mail: susilawati@polmed.ac.id

³Program Studi Manajemen Informatika Politeknik Negeri Medan, Jl. Almamater No. 1, Kampus USU, 20155, Medan, e-mail: roslina@polmed.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the perception of the muslim community in Medan towards cash waqf. This study uses quantitative methods to find factors that influence the perception of Medan muslim community towards cash waqf by using faktor analysis to process data from questionnaires distributed to respondents. Respondents were selected using a random sampling method. The results showed that the main faktor influencing the perception of Medan muslim community towards cash waqf was knowledge about cash waqf, while trust in waqf management institutions, information media about cash waqf, and also cash waqf payment methods that could be used were supporting factors.

Keywords: Perceptions of waqf, cash waqf, waqf knowledge.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat muslim Kota Medan terhadap wakaf tunai. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menemukan faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat kota medan terhadap wakaf tunai dengan menggunakan alat bantu analisis yaitu analisis faktor untuk mengolah data dari kuisisioner yang disebarkan kepada responden. Pemilihan responden dilakukan dengan menggunakan random sampling method. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi persepsi masyarakat kota medan terhadap wakaf tunai adalah pengetahuan tentang wakaf tunai, sedangkan kepercayaan terhadap Lembaga pengelola wakaf, media informasi tentang wakaf tunai, dan juga cara pembayaran wakaf tunai yang dapat digunakan merupakan faktor pendukung.

Kata Kunci: Persepsi wakaf, wakaf tunai, pengetahuan wakaf

Anriza Witi Nasution, Susialawati, Roslina. 2021. Faktor Pembentuk Persepsi Wakaf Tunai Pada Masyarakat Muslim Di Kota Medan . *Jurnal Syarikah* 7(2): 183-191

PENDAHULUAN

Wakaf merupakan salah satu bentuk filantropi Islam sebagaimana tercantum dalam QS. Ali Imran:92 yang berbunyi: “Kamu belum mencapai kebaikan (yang sempurna) sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai, dan apa saja dari sesuatu yang kamu nafkahkan, maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahuinya.” (QS. Ali Imran: 92).

Wakaf tunai yang dipopulerkan oleh M.A. Mannan ini sudah memiliki dasar hukum di Indonesia yaitu Fatwa DSN-MUI tahun 2002 tentang wakaf uang dan UU No. 41 tentang wakaf. Wakaf tunai di Indonesia juga mendapat dukungan dari pemerintah yang dapat dilihat melalui peluncuran wakaf uang yang sudah diluncurkan pemerintah pada tahun Januari 2010 dan Januari 2021.

Pengelolaan wakaf tunai di Indonesia berkembang cukup baik hal ini dilihat dari terus bertambahnya jumlah Lembaga wakaf yang mengelola wakaf tunai. Hal ini dapat dilihat dari jumlah nazir wakaf tunai sebanyak 264 lembaga (BWI, 2021). Perkembangan wakaf tunai ini juga didukung dengan semakin bertambahnya jumlah Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS PWU). Tersedianya 23 bank Syariah yang menjadi LKS PWU sebagai usaha optimalisasi wakaf tunai.

Indonesia dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia memiliki potensi wakaf yang sangat besar, yaitu Rp 180 triliun sementara realisasinya hanya sebesar Rp 819,36 milyar (BWI, 2021). Untuk itu selain penggunaan LKS PWU Lembaga zakat juga menggunakan perkembangan teknologi dengan memanfaatkan platform wakaf.id maupun e-commerce sehingga diharapkan dapat menjangkau potensi wakaf tunai di seluruh nusantara.

Medan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia dan kota terbesar diluar pulau Jawa dengan jumlah penduduk 2.983.868 jiwa. Sebanyak 64,54%

penduduk Kota Medan beragama Islam didukung potensi ekonomi yang besar, sehingga Kota Medan memiliki peluang realisasi wakaf tunai cukup besar.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap wakaf tunai dipengaruhi pemahaman masyarakat sebagai faktor internal dan kemudahan berwakaf sebagai faktor eksternal (Cupian dan Najmi, 2020). Minat, media informasi, dan pengetahuan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap wakaf tunai (Handayani dan Kurnia, 2015). Penelitian ini akan menggunakan faktor internal berupa pengetahuan tentang wakaf tunai dan kepercayaan pada Lembaga wakaf. Sedangkan faktor eksternalnya adalah media informasi dan cara pembayaran wakaf tunai untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat muslim Kota Medan terhadap wakaf tunai.

MATERI DAN METODE

Pengertian Wakaf dan Wakaf Tunai

Waqaf bermakna berhenti, menghentikan, atau menahan, sehingga wakaf dapat diartikan menahan kekayaan yang diserahkan wakif untuk dikelola dan diambil manfaatnya bagi kepentingan umat. Pengertian wakaf ini juga tercantum dalam UU No. 41 tahun 2004 tentang wakaf.

UU No. 41 tahun 2004 tentang wakaf. Pada pasal 1 dinyatakan bahwa “wakaf adalah perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut Syariah”.

Pengertian wakaf uang tercantum Fatwa MUI tahun 2002 yang membahas tentang wakaf uang menyatakan “Wakaf Uang (*Cash Wakaf/Wagf al-Nuqud*) adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai”.

Fatwa MUI tentang wakaf tersebut sejalan dengan UU No. 41 tentang wakaf yang pelaksanaannya dijelaskan melalui PP No. 42 tahun 2006. Berdasarkan PP No. 42 tahun 2006 pasal 15 dan diperjelas pula pada pasal 22 bahwa uang merupakan salah satu benda yang dapat diwakafkan.

Sehingga dapat dikatakan bahwa wakaf tunai merupakan penyerahan harta berupa uang yang dimanfaatkan untuk kesejahteraan seluruh umat.

Persepsi Wakaf Tunai

Rangkuti menyatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan stimulus yang ditangkap oleh indranya sehingga menjadi suatu makna yang dipengaruhi pengalamannya. Pada proses ini, suatu objek dapat bernilai negatif atau positif, setuju atau tidak, salah atau benar, dan lain sebagainya dinilai oleh individu tersebut (Nizar, 2014).

Pareek dalam Efrizon (2008) menjelaskan bahwa faktor internal dan faktor eksternal (objek persepsi) merupakan faktor-faktor yang akan mempengaruhi persepsi. Pada prosesnya, rangsangan atau informasi peroleh, kemudian dipilah. Faktor internal berdampak pada pemilahan persepsi terdiri dari: latar belakang, kebutuhan psikologis, pengalaman, nilai dan kepercayaan umum, kepribadian, serta penerimaan diri. Sedangkan faktor eksternal yang berdampak pada persepsi adalah: keakraban, kontras, intensitas, ulangan, ukuran, gerakan, dan sesuatu yang baru (Nizar, 2014).

Penelitian ini akan menggunakan 2 faktor internal, yaitu pengetahuan wakaf tunai, kepercayaan pada lembaga wakaf, dan pendapatan. Sedangkan faktor eksternal yang akan diteliti adalah media informasi dan cara pembayaran wakaf tunai.

Faktor Internal Wakaf Tunai

Pengetahuan Wakaf Tunai

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan untuk

melakukan konsumsi suatu barang ataupun jasa. Demikian juga halnya dengan pengetahuan tentang wakaf tunai menjadi suatu hal yang penting bagi wakif untuk memutuskan melakukan wakaf tunai.

Indikator dari pengetahuan wakaf tunai ini terdiri ada 5, yaitu: mengetahui, memahami, mengaplikasikan, menganalisis, sistesis, dan evaluasi (Notoatmodjo, 2003).

Kepercayaan pada Lembaga Wakaf

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan yang dimiliki seseorang dengan mempertimbangkan berbagai dampak yang timbul, kepercayaan ini muncul melalui identifikasi yang dilakukan. Kepercayaan terhadap lembaga wakaf menjadi suatu hal yang penting bagi wakif untuk memutuskan menyerahkan dana wakafnya dikelola. Indikator dari kepercayaan pada Lembaga wakaf ini terdiri atas kemampuan, kebaikan hati, dan integritas (Mayer, 1995).

Pendapatan

Pendapatan merupakan seluruh penerimaan yang diperoleh seseorang dari kegiatan yang dilakukannya. Pendapatan ini kemudian digunakan untuk memenuhi konsumsinya, baik konsumsi dunia seperti sembako maupun kebutuhan akhirat seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf. pendapatan wakif mempengaruhinya untuk melakukan wakaf. Pendapatan ini akan diukur dengan melihat jumlah pendapatan yang diperoleh responden setiap bulannya.

Faktor Eksternal Wakaf Tunai

Media Informasi

Media informasi adalah sarana yang dimanfaatkan oleh seseorang guna mendapatkan informasi dari berbagai sumber sesuai dengan kebutuhannya. Media informasi ini dapat berupa surat kabar, internet, radio, televisi, dan lain sebagainya.

Cara Pembayaran Wakaf Tunai

Cara pembayaran merupakan cara yang dapat digunakan untuk membayar suatu transaksi. Dewasa ini perkembangan teknologi dapat memberikan kemudahan untuk melakukan pembayaran transaksi secara cepat dan mudah melalui media

online/internet selain dapat pula dilakukan secara langsung

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui faktor pembentuk persepsi masyarakat muslim di Kota Medan terhadap wakaf tunai. Data kualitatif yang dikuantitatifkan digunakan pada penelitian ini. Hal ini mengacu kepada pengertian skala likert yang dijelaskan oleh Sugiono, yaitu skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009).

Masyarakat muslim di Kota Medan merupakan populasi yang digunakan pada penelitian ini. Sedangkan untuk penentuan sample digunakan *Random sampling method* dengan prosedur sampling purposif digunakan dalam menyebarkan kuisioner. Kuisioner penelitian disebarkan kepada 100 responden, hal ini mengacu kepada teori Roscoe yang menyatakan sampel pada penelitian dapat dikatakan layak jika berjumlah antara 30-500. Untuk menentukan faktor yang membentuk persepsi masyarakat muslim Kota Medan terhadap wakaf tunai digunakan alat bantu analisis berupa analisis faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk setiap pernyataan dengan tujuan mengukur ketepatan variabel yang diteliti

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Pengetahuan Wakaf Tunai

Pernyataan	R hitung	Validitas
P1-1	0.737	valid
P1-2	0.635	valid
P1-3	0.479	valid
P1-4	0.612	valid
P2-1	0.765	valid
P2-2	0.781	valid
P2-3	0.714	valid
P2-4	0.502	valid
P2-6	0.897	valid
P3-1	0.524	valid
P3-2	0.505	valid

P3-3	0.555	valid
P3-4	0.380	valid
P4-1	0.725	valid
P4-2	0.940	valid
P4-3	0.778	valid
P4-4	0.855	valid
P4-1	0.725	valid
P5-1	0.875	valid
P5-2	0.902	valid
P5-3	0.906	valid
P5-4	0.923	valid
P6-1	0.961	valid
P6-2	0.906	valid
P6-3	0.866	valid
P6-4	0.924	valid

Berdasarkan hasil uji validitas pernyataan pengetahuan masyarakat tentang wakaf tunai dengan rtabel senilai 0,361 diketahui bahwa ada 3 pernyataan yang tidak valid karena nilainya lebih kecil dari rtabel. Maka untuk pengolahan data selanjutnya ketiga pernyataan ini yaitu P2-5, P3-5, dan P3-6 tidak lagi diikutsertakan dalam pengolahan data selanjutnya

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Kepercayaan kepada Lembaga Wakaf Tunai

Pernyataan	R hitung	Validitas
K1-1	0.959	valid
K1-2	0.890	valid
K1-3	0.926	valid
K1-4	0.911	valid
K2-1	0.970	valid
K2-2	0.970	valid
K2-3	0.960	valid
K2-4	0.948	valid
K3-1	0.966	valid
K3-2	0.902	valid
K3-3	0.915	valid
K3-4	0.909	valid
K3-5	0.913	valid

Hasil uji validitas pernyataan kepercayaan masyarakat kepada Lembaga pengelola wakaf tunai dengan nilai rtabel sebesar 0,361 semua pernyataan dinyatakan valid dan dapat diolah lebih lanjut

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Media Informasi Wakaf Tunai

Pernyataan	R hitung	Validitas
M1-1	0.926	valid
M1-2	0.955	valid
M1-3	0.916	valid
M1-4	0.926	valid

Setelah membandingkan antara rtabel senilai 0,361 dengan hasil rhitung, diketahui bahwa semua pernyataan tentang media informasi masyarakat muslim kota medan memperoleh wakaf tunai adalah valid, sehingga dapat diolah lebih lanjut datanya.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Cara Pembayaran Wakaf Uang

Pernyataan	R hitung	Validitas
C1-1	0.870	valid
C1-2	0.727	valid
C1-3	0.921	valid
C1-4	0.806	valid

Dari hasil uji validitas yang telah dilakukan dan membandingkannya dengan nilai rtabel yaitu 0,361 maka semua pernyataan cara pembayaran tunai dinyatakan valid dan dapat diolah lebih lanjut datanya

Uji Reliabilitas

Tabel 5.5 Hasil Uji Reliabilitas

Faktor penelitian	Cronbach alpha	reliabilitas
Pengetahuan	0.977	reliabel
Kepercayaan	0.988	reliabel
Media Informasi	0.947	reliabel
Cara Pembayaran	0.851	reliabel

Berdasarkan hasil pengolahan data semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach alpha dari pengetahuan wakaf tunai, kepercayaan kepada Lembaga wakaf tunai, media informasi, dan cara pembayaran wakaf tunai diatas 0,60 yang

menunjukkan bahwa kualitas keandalan data tinggi dan uji berikutnya dapat diteruskan. Seluruh data yang valid dan reliabel diproses untuk mengetahui kesesuaiannya digunakan dalam analisis faktor melalui uji KMO.

Tabel 6 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,814
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	268,818
	df	6
	Sig.	0,000

Hasil uji pada Tabel 1 menunjukkan nilai KMO MSA sebesar 0,814. Nilai ini lebih besar dari 0,50 yang artinya terjadi kecukupan *sample*. Nilai chi-square sebesar 268,818 dan tingkat signifikansi 0,00 menunjukkan bahwa yang digunakan merupakan data yang baik untuk digunakan dalam melakukan analisis faktor. Maka dari itu, pengolahan data menggunakan alat bantu analisis faktor dapat dilakukan.

Selanjutnya dilakukan pengujian untuk melihat variabel mana saja yang layak untuk digunakan pada analisis faktor. Variabel yang layak untuk digunakan lebih lanjut dapat dilihat melalui tabel anti image matrices berikut:

Tabel 7 Anti Image Matrices

	Anti Image Correlation
PWT	0.777
KN	0.753
MI	0.871
CP	0.905

Dari Tabel 7 diketahui bahwa nilai anti images correlation semua variabel menunjukkan nilai MSA diatas 0,50 yang artinya semua variabel layak dilakukan analisis faktor. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan analisis faktor dapat diketahui bahwa proporsi varians dari faktor atau communalities dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabelberikut ini:

Tabel 8 Communalities

	Initial	Extraction
PWT	1,000	0,837
KN	1,000	0,857
MI	1,000	0,736
CP	1,000	0,679

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Extraction communalities inilah yang menunjukkan kemampuan dari variabel dalam menjelaskan faktor. Hasil olah data yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya bernilai diatas 0,5 yang artinya bahwa semua variabel dapat dipakai untuk menjelaskan faktor.

Sementara itu, *initial communalities* juga menunjukkan bahwa estimasi varian masing-masing variabel berdasarkan faktor terbentuk. Seluruh variabel penelitian ini memiliki *initial communalities* sebesar 1, yang berarti bahwa varian variabel dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mendapatkan faktor yang baik.

Selanjutnya untuk mengetahui faktor yang terbentuk dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 9 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,108	77,704	77,704	3,108	77,704	77,704
2	0,425	10,620	88,324			
3	0,319	7,983	96,307			
4	0,148	3,693	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa faktor yang terbentuk adalah 1 hal ini terlihat dari nilai total initial eigenvalues yang bernilai lebih besar dari 1. Nilai eigenvalue sebesar 3,108 dengan varians 77,704%. Total varians juga bernilai 77,704% ini menunjukkan bahwa besarnya varians yang mampu dijelaskan oleh faktor yang terbentuk adalah 77,704% sedangkan sisanya sebesar 22,296% dijelaskan oleh faktor lainnya

Hal ini diperkuat oleh hasil tabel komponen matriks berikut. Tabel 10 ini menunjukkan bahwa faktor yang terbentuk hanya 1

Tabel 10 Component Matrix^a

	Component
	1
PWT	0,915
KN	0,926
MI	0,858
CP	0,824

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Berdasarkan faktor yang terbentuk dapat diketahui bahwa faktor utama yang membentuk persepsi wakaf tunai masyarakat Kota Medan adalah pengetahuan tentang wakaf tunai. Sedangkan kepercayaan kepada Lembaga wakaf tunai, media informasi wakaf tunai, dan cara pembayaran wakaf tunai merupakan faktor pendukung dalam membentuk persepsi masyarakat Kota Medan tentang wakaf tunai.

Tabel 10 juga menunjukkan bahwa korelasi pengetahuan wakaf tunai dengan faktor yang terbentuk adalah sebesar 0,915, korelasi kepercayaan kepada Lembaga wakaf tunai dengan faktor yang terbentuk adalah sebesar 0,926, korelasi media informasi wakaf tunai dengan faktor terbentuk adalah sebesar 0,858, dan korelasi cara pembayaran wakaf tunai dengan faktor yang terbentuk adalah 0,824. Nilai korelasi yang tertinggi adalah pengetahuan tentang wakaf tunai, sehingga sejalan dengan hasil uji faktor pembentuk persepsi masyarakat Kota Medan tentang wakaf tunai.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa persepsi masyarakat kota medan terhadap wakaf tunai dominan dibentuk oleh pengetahuan tentang wakaf tunai, sedangkan kepercayaan kepada lembaga pengelola wakaf, media informasi tentang wakaf tunai, dan juga cara pembayaran wakaf tunai yang dapat digunakan oleh masyarakat tersebut merupakan faktor pendukung menunjukkan bahwa

pengetahuan tentang wakaf tunai dominan mempengaruhi persepsi masyarakat Kota Medan untuk melakukan wakaf tunai.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang wakaf tunai sangat berperan penting dalam pembentukan persepsi masyarakat Kota Medan, semakin tinggi pengetahuan tentang wakaf tunai maka akan semakin positif persepsi masyarakat Kota Medan tentang wakaf tunai. Hal ini semakin memperjelas bahwa masyarakat membutuhkan pengetahuan mengenai wakaf tunai agar memiliki persepsi yang positif terhadap wakaf tunai.

Hasil penelitian ini berkaitan pula dengan masih rendahnya tingkat literasi wakaf masyarakat Indonesia hanya 50,48 di tahun 2020 (BWI, 2021) sehingga menyebabkan kesenjangan yang besar antara potensi dan realisasi wakaf tunai di Indonesia. Banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui tentang wakaf tunai tentunya akan menyebabkan sulitnya merealisasikan potensi wakaf yang ada.

Pengetahuan masyarakat tentang wakaf tunai sebagai faktor dominan yang membentuk persepsi masyarakat tentang wakaf tunai sangat penting untuk ditingkatkan. Hal ini dikarenakan dengan terjadinya peningkatan pengetahuan masyarakat tentang wakaf tunai maka akan meningkatkan literasi wakaf tunai dan akan memperbesar realisasi wakaf tunai di Kota Medan. Peningkatan pengetahuan masyarakat Kota Medan tentang wakaf tunai ini dapat dilakukan oleh berbagai pihak baik secara formal maupun informal, baik oleh pemerintah maupun non pemerintah.

Pemerintah dapat melibatkan berbagai pihak dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang wakaf tunai, seperti melalui sosialisasi yang diberikan oleh BWI dan OJK kepada masyarakat. Pemerintah juga dapat melibatkan seluruh Lembaga wakaf tunai di Indonesia, LKS PWU, Ulama, maupun akademisi dalam sosialisasi wakaf tunai, baik melalui webinar, ceramah ulama di

majelis taklim, maupun proses pembelajaran di kelas oleh akademisi.

Selain itu, sosialisai dapat pula dilakukan dengan melibatkan mahasiswa sebagai *agent of change* dalam pengelolaan wakaf tunai di kampus-kampus. Pemerintah juga dapat memberikan dukungan dan mempermudah penberdirian lembaga pengelola wakaf tunai di kampus-kampus yang ada di Indonesia. Hal ini akan menimbulkan gerakan wakaf tunai yang lebih agresif karena dikelola oleh mahasiswa yang energik dan merupakan *agent of change*.

Kepercayaan kepada Lembaga wakaf tunai, media informasi wakaf tunai, dan cara pembayaran wakaf tunai merupakan faktor pendukung, namun juga tetap berperan dalam membentuk persepsi masyarakat Kota Medan terhadap wakaf tunai. Kepercayaan kepada Lembaga Kepercayaan kepada Lembaga wakaf menunjukkan peran yang penting dalam pembentukan persepsi masyarakat Kota Medan, semakin tinggi tingkat kepercayaan kepada Lembaga wakaf, maka akan semakin positif persepsi masyarakat Kota Medan tentang wakaf tunai. Jika masyarakat memiliki persepsi yang positif tentang Lembaga wakaf tunai, maka masyarakat tidak akan mengalami keraguan untuk menyerahkan wakafnya. Dan akan semakin meningkat kepercayaan masyarakat apabila lembaga wakaf memenuhi kriteria transparansi dan akuntabilitas.

Jika dilihat dari faktor pendukung media media informasi tentang wakaf tunai juga berperan penting dalam pembentukan persepsi masyarakat Kota Medan terhadap wakaf tunai. Semakin bervariasi media yang memberikan informasi tentang wakaf tunai, maka semakin banyak masyarakat yang mendapatkan informasi tentang wakaf tunai yang kemudian akan menyebabkan semakin positif persepsi masyarakat Kota Medan tentang wakaf tunai. Media informasi yang digunakan untuk mensosialisasikan wakaf dewasa ini sangat bervariasi, mulai dari media massa cetak dan elektronik sampai media sosial yang

banyak diakses oleh berbagai kalangan usia. Hal ini tentunya akan lebih efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak yang menjadi sasaran.

Cara pembayaran wakaf tunai juga memiliki peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap wakaf tunai, karena semakin bervariasi cara pembayaran wakaf tunai akan memberikan persepsi positif kepada masyarakat Kota Medan tentang wakaf tunai. Penyediaan cara pembayaran melalui transfer langsung ke rekening Lembaga wakaf di LKS PWU, penggunaan *e-money*, maupun bekerjasama dengan fundrising wakaf *online* akan memberikan alternatif pilihan bagi masyarakat dalam menyalurkan wakafnya. Masyarakat dapat memilih cara pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan dan situasi serta kondisinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Handayani dan Kurnia (2015) yang menyatakan bahwa pengetahuan dan media informasi yang membedakan persepsi masyarakat tentang wakaf tunai. Dan juga sesuai dengan hasil penelitian Nisa (2017) yang menunjukkan bahwa persepsi masyarakat dipengaruhi pemahaman tentang wakaf uang dan akses media informasi.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil olah data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa faktor utama yang membentuk persepsi masyarakat kota medan tentang wakaf tunai adalah pengetahuan tentang wakaf tunai. Sedangkan kepercayaan terhadap Lembaga pengelola wakaf, media informasi tentang wakaf tunai, dan juga cara pembayaran wakaf tunai yang dapat digunakan hanya merupakan faktor yang mendukung pembentukan persepsi tersebut.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar bagi Lembaga-lembaga wakaf di Indonesia termasuk BWI khususnya BWI Perwakilan Kota Medan untuk meningkatkan sosialisasi tentang

wakaf tunai kepada masyarakat. Hal ini disebabkan faktor utama yang membentuk persepsi wakaf tunai masyarakat muslim di Kota Medan adalah pengetahuan mengenai wakaf tunai itu sendiri. Peningkatan pengetahuan pada masyarakat tentang wakaf tunai diharapkan akan meningkatkan realisasi wakaf tunai di Kota Medan khususnya dan di Indonesia umumnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis dengan penuh rasa syukur menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih atas dukungan finansial yang telah diberikan melalui dana DIPA Politeknik Negeri Medan tahun 2021 dengan nomor kontrak: B/153/PL5/PT.01.05/2021 tertanggal 2 Juni 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, R. (2019). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman masyarakat tentang wakaf uang (studi kasus jama'ah masjid Kecamatan Pekalongan Selatan, Kota Pekalongan)*. (Undergraduate Thesis), IAIN Pekalongan, Pekalongan.
- Arif, S. (2010). Wakaf Tunai sebagai Alternatif Mekanisme Redistribusi Keuangan Islam. *La_Riba*, vol. 4 (No. 1), 85-115.
- Aziz, M. W. (2017). Wakaf Tunai dalam Perspektif Hukum Islam. *International Journal Ihya'Ulum al-Din*, 19(1), 1-24.
- Budiman, A. A. (2011). Akuntabilitas lembaga pengelola wakaf. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 75-102.
- Dahlan, R. (2014). Faktor-faktor Yang Memengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(2), 305-315.
- Dwi Pusparini, M. (2016). Konsep Wakaf Tunai Dalam Ekonomi Islam: Studi Pemikiran Abdul Mannan. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 14-28. doi:10.22219/jes.v1i1.2692

- Handayani, R. P., & Kurnia, T. (2015). Analisis Persepsi Masyarakat Kota Bogor terhadap Wakaf Tunai. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).
- Ilham, i. (2014). PERSEPSI MASYARAKAT KOTA PALOPO MENGENAI WAKAF TUNAI. *Jurnal Muamalah*, 4(2).
- Kamal, M. (2015). Wakaf Tunai Menurut Pandangan Fiqh Syāfi 'Iyah Dan Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 2 Tahun 2002 Tentang Wakaf Uang. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 15(1), 93-110.
- Khosyi'ah, S. (2010). *Wakaf & Hibah (Perspektif Ulama Fiqh dan Perkembangannya di Indonesia)*. (M. A. Djaliel Ed. 1 ed.). Bandung: CV. Pustaka Setia, Bandung.
- Nizar, A. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perspektif Wakif tentang Wakaf uang. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1).
- Sukmana, R. (2021). Mengawal Gerakan Nasional Wakaf Uang. *Jawapos.com*.
- Tho'in, M., & Prastiwi, I. E. (2015). Wakaf Tunai Perspektif Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02).